

Analiza medijskog izvještavanja internetskih portala na temu pandemije COVID-19

Sarić, Irena

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:271578>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za turizam i komunikacijske znanosti

Sveučilišni diplomski studij

Novinarstvo i odnosi s javnostima

The seal of the University of Zadar is a circular emblem. It features a central illustration of a domed building, likely the main university building. The text "SVEUČILIŠTE" is written along the top inner edge, and "U ZADRU" is written along the right inner edge. The bottom inner edge contains the Latin text "UNIVERSITAS STUDIORUM JADERTINA". The years "1961" and "2002" are positioned on the left and right sides of the seal, respectively, marking the university's founding and a significant anniversary.

Irena Sarić

**Analiza medijskog izvještavanja internetskih portala
na temu pandemije COVID-19**

Diplomski rad

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru
Odjel za turizam i komunikacijske znanosti
Sveučilišni diplomski studij
Novinarstvo i odnosi s javnostima

Analiza medijskog izvještavanja internetskih portala na temu pandemije COVID-19

Diplomski rad

Student/ica:

Irena Sarić

Mentor/ica:

Dr.sc. Đani Bunja, docent

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Irena Sarić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Analiza medijskog izvještavanja internetskih portala na temu pandemije COVID-19** rezultat mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mogega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mogega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 20. rujna 2024.

Lektorirala: Kristina Babić, mag. educ. philol. croat.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. MASOVNI MEDIJI I MASOVNO KOMUNICIRANJE.....	3
2.1. DEFINICIJA MASOVNIH MEDIJA	3
2.2. FUNKCIJE MASOVNIH MEDIJA.....	4
2.3. NOVI MEDIJI.....	5
2.3.1. <i>Internetski portali</i>	7
2.3.2. <i>Internetski portali u Hrvatskoj</i>	9
3. DRUŠTVENA ODGOVORNOST MASOVNIH MEDIJA.....	12
3.1. ULOGE MASOVNIH MEDIJA U DRUŠTVU	12
3.2. PROFESIONALNI STANDARDI IZVJEŠTAVANJA	14
3.3. ETIČNOST MASOVNOG KOMUNICIRANJA NOVIH MEDIJA	17
4. KRIZA I KRIZNO KOMUNICIRANJE.....	20
4.1. DEFINICIJA, VRSTE I FAZE KRIZE	20
4.2. KRIZNO KOMUNICIRANJE	21
4.3. ULOGA MEDIJA U KRIZNIM SITUACIJAMA	22
5. KRIZA UZROKOVANA PANDEMIJOM COVID-19.....	25
5.1. RAZVOJNI TIJEK PANDEMIJE COVID-19 U HRVATSKOJ I U SVIJETU	26
5.1.1. <i>Prva faza - početak i prvi val pandemije (siječanj 2020. – srpanj 2020.)</i>	27
5.1.2. <i>Druga faza - drugi val - vrhunac pandemije (kolovoz 2020. – siječanj 2021.)</i>	28
5.1.3. <i>Treća faza - treći i četvrti val pandemije (prosinac 2021. – lipanj 2022.)</i>	30
5.1.4. <i>Četvrta faza - peti val i završetak pandemije (svibanj 2022.)</i>	32
5.2. DRUŠTVENO - GOSPODARSKI KONTEKST PANDEMIJE COVID-19	34
5.3. ULOGA MEDIJA ZA VRIJEME PANDEMIJE COVID-19	37
6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	42
6.1. ISTRAŽIVAČKA PITANJA	42
6.2. ANALIZA SADRŽAJA.....	43
7. ANALIZA DOBIVENIH REZULTATA	47
7.1. KVANTITATIVNA ANALIZA.....	47
7.1.1. <i>Analiza trenda izvještavanja po vremenskim intervalima</i>	47
7.1.2. <i>Analiza trenda objavljivanja u odnosu s brojem oboljelih</i>	48
7.1.3. <i>Analiza izvještavanja po satnom intervalu</i>	50
7.2. KVALITATIVNA ANALIZA	53
7.2.1. <i>Analiza zastupljenosti rubrika</i>	54
7.2.2. <i>Poštenje</i>	56
7.2.3. <i>Istinitost</i>	62
7.2.4. <i>Točnost</i>	63
7.2.5. <i>Uravnoteženost</i>	64
7.2.6. <i>Nepristranost</i>	68
7.2.7. <i>Senzacionalizam</i>	69
7.2.8. <i>Širenje panike</i>	73
7.2.9. <i>Copy&paste</i>	75

8. RASPRAVA77

9. ZAKLJUČAK81

SAŽETAK

SUMMARY

LITERATURA

POPIS TABLICA

POPIS GRAFIKONA

PRILOZI

ŽIVOTOPIS

1. UVOD

Prije četiri godine, u ožujku 2020. godine svijet je uzdrmala kriza uzrokovana pandemijom COVID -19. Pandemija se u kratkom roku proširila po cijelom svijetu i na sve kontinente, a kako navode mnogi, kriza ovakvih razmjera nije pogodila svijet od Drugog svjetskog rata. Kroz dvije godine trajanja pandemija je ugasila preko šest milijuna života diljem svijeta.

Mediji su po proglašenju pandemije i kriznog stanja preuzeli ključnu ulogu prenošenja informacija i posredovanja između javnosti i zdravstvenih organizacija. S obzirom na specifičnost situacije i smanjeni socijalni kontakt, informacije su se prenosile većinom putem interneta i društvenih mreža, a glavni posrednik bili su internetski portali.

Nije prošlo dugo kada je glavni direktor Svjetske zdravstvene organizacije Tadros Adhanom Ghebreyesus na konferenciji za novinare dao sljedeću izjavu: „Lažne vijesti se šire brže i lakše nego virus – i isto toliko su opasne“¹ koja je bila reakcija na poplavu dezinformacija koja se nekontrolirano širila svijetom i pojavu infodemije.

U kontekstu navedene problematike glavni cilj ovog istraživanja je analizirati na koji način su hrvatski internetski portali izvještavali o pandemiji uzrokovanoj bolesti COVID-19 s posebnim naglaskom na profesionalne standarde izvještavanja, senzacionalizam i širenje panike u javnosti te koliko se način izvještavanja o pandemiji razlikovao u odnosu na promatrane periode, početak pandemije, ljetne mjeseci i jesen.

U istraživanju će se koristiti kvantitativna i kvalitativna analiza medijskog sadržaja. Kvantitativnom analizom je obuhvaćeno 2713 članaka objavljenih kroz tri vremenska intervala i ukupno 45 dana i s njom će se istražiti trendovi i oscilacije u objavljivanju ovisno o definiranim periodima. Kvalitativnom analizom utvrdit će se način izvještavanja u 149 odabranih članaka u kojima će se analizirati članci sukladno postulatima novinarske struke.

Rad je podijeljen na osam poglavlja.

¹ BEGOVIĆ, P., LABAŠ, D.: **Medijske navike, povjerenje publike i lažne vijesti u doba koronavirusa**, Communication Management Review, Vol. 06, No. 01, 2021, p. 9

U drugom poglavlju rada napravljena je teorijska razrada medija u kojem su definirani i determinirani svi ključni pojmovi i poveznice vezane za medije, funkcije i podjele medija.

U trećem poglavlju razrađuje se društvena odgovornost medija s posebnim fokusom na profesionalne standarde izvještavanja i etičke kodekse, a detaljno se obrađuju izazovi u etičnosti masovnog komuniciranja novih medija.

Četvrto poglavlje pokriva teorijsku razradu krize i kriznih situacija iz konteksta organizacije i društva, definira se krizno komuniciranje i determinira uloga medija u kriznim situacijama.

U petom poglavlju je razrađena kronologija pandemije COVID – 19 i dan je uvid u društveno gospodarski kontekst perioda koji se istražuje, a posebno se prema do sada provedenim istraživanjima analizira uloga medija za vrijeme pandemije.

U šestom poglavlju raspisuju se ciljevi i glavna istraživačka pitanja zajedno s objašnjenjem primijenjene metodologije istraživanja.

Sedmo poglavlje obuhvaća prikaz dobivenih rezultata kvalitativne i kvantitativne analize sadržaja uz grafičke i tabelarne prikaze, nakon čega, u osmom poglavlju, slijedi rasprava o dobivenim rezultatima i zaključci istraživanja.

2. MASOVNI MEDIJI I MASOVNO KOMUNICIRANJE

Prisustvo medija u svakodnevnom životu se ne može osporiti, jednom riječju mediji su sveprisutni. Njihov značaj posebno dolazi do izražaja prilikom velikih i važnih događanja, bili to politički izbori, sportsko natjecanje ili u ovom slučaju pandemija.

2.1. Definicija masovnih medija

Sam pojam masovnih medija je opsežan i teško ga je staviti u jednu definiciju, ali kako Nada Zgrabljic - Rotar u Medijskoj pismenosti i civilnom društvu navodi: "Masovni mediji su društvene institucije koje nepristrano, trenutačno i javno posreduju informacije velikom, heterogenom i raznovrsnom općinstvu."²

Masovni mediji su svi mediji koji prenose istu poruku velikoj masi ljudi. Malović u knjizi Masovno komuniciranje, naglašava važnost u razlikovanju ta dva pojma, masovnih medija i masovnog komuniciranja objašnjavajući da su masovni mediji samo sredstvo masovnog komuniciranja i da je najvažnije definirati što točno spada u tu kategoriju.³ Kako navodi Malović u masovne medije ubrajamo novine, radio i televiziju te nove medije; internet – web i društvene mreže, ali ne smijemo zanemariti ni knjigu, film i nosače zvuka koji iako ne informiraju javnost bitno utječu na nju.⁴

Masovno komuniciranje je pojam širi od masovnih medija, prema Websterovom rječniku kako navodi Malović to je: "Isporučivanje informacija brojnoj publici putem tiskanih i elektroničkih publikacija."⁵

²ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji**, u: ZGRABLJIĆ – ROTAR, N. (ur.) **Medijska pismenost i civilno društvo**, MediaCentar, Sarajevo, 2005., p. 4.

³KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever, Zagreb, 2004., p70.

⁴Ibid.

⁵KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., 69.

Prema definiciji Zgrabljic – Rotar masovno komuniciranje je oblik komuniciranja u kojem je izvor masovni medij, a primatelj masovna publika koja prima istovjetnu poruku, a ta komunikacija ne može biti interpersonalna i ne može se ostvariti bez korištenja tehničkih sredstava.⁶

Sukladno definicijama, masovnu komunikaciju bismo mogli ocijeniti kao glavnu funkciju masovnih medija.

2.2. Funkcije masovnih medija

Funkcije medija pokušali su definirati brojni autori i ovisno o mediju, ulozi i utjecaju koji njihova komunikacija ima na publiku postoji jako puno podjela funkcija masovnih medija. Prema Rus-Mol i Zagorac-Keršer funkcije masovnih medija koje u djelu "Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj" izdvaja Jurčić su: "informacija, artikulacija, agenda setting, kritika i kontrola, zabava, obrazovanje, socijalizacija i vodstvo i integracija."⁷

Četiri osnovne funkcije masovnih medija navodi Malović prema Black i Bryantu su: informacija, zabava, uvjeravanje i transmisija kulture⁸

Zgrabljic – Rotar prema McQuailu navodi funkcije masovnih medija u društvu koje se mogu sažeti na sljedeće:⁹

- imaju određene ciljeve, potrebe i specifičnu uporabu u komunikaciji
- koriste posebne tehnologije za javnu komunikaciju u udaljenim množtvom
- organizacije su koje osiguravaju uvjete za proizvodnju i distribuciju različitih medijskih sadržaja
- predstavljaju organiziran način upravljanja informacijama u javnom interesu

⁶ ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, Leykam International, Zagreb, 2023., p.19

⁷ JURČIĆ, D.: **Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj**, Mostariensia, Vol 21, No 1, 2017, p. 130, prema RUS - MOL, Š., JUGOSLAVA ZAGORAC-KERŠER, A.: **Novinarstvo**, Klio, Edicija, Multimedija, Beograd, 2005.

⁸ MALOVIĆ, S.: **Osnove novinarstva**, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005., p. 55., prema KUNCZIK, M., ZIPFEL, A.: **Uvodu u publicističku znanost i komunikologiju**, Zaklada Fridrich Zagreb, 1998.,p.47

⁹ ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, op.cit., p.21, prema MCQUAIL, D.: **Mass Communication Theory**, London, 2007.

Ključni element koji u svim izvorima autori izdvajaju u podjeli medija i njihovih funkcija je tehnologija koju mediji koriste. Tehnologija je oduvijek je označavala posebnu podjelu medija jer se, kako navodi, Zgrabljic – Rotar s pojavom nove komunikacijske tehnologije pojavljuje i novi medij.¹⁰

2.3. Novi mediji

Pojava interneta kao zadnja velika prekretnica u tehnološkom napretku još uvijek dijeli medije na stare i nove, odnosno tradicionalne i netradicionalne medije. Ključne promjene koje su došle s pojavom interneta su veća brzina prenošenja informacija na još širu publiku. Digitalizacija tradicionalnih medija i pojava novih medija svela je vremenski odmak od objave informacije do primanja informacije na minimum. Najveća promjena koja je nedostajala u tradicionalnim medijima, a internet ju je omogućio, bila je interaktivnost novih medija i mogućnost primanja povratne poruke od publike.

Ovdje dolazi do polemike može li se internet definirati kao masovni mediji s obzirom na to da objedinjuje sadržaj svih drugih masovnih medija. Prema Zgrabljic – Rotar masovni mediji su institucije koje su zakonski regulirani izvori informacija i dijelimo ih na stare i nove, u kojima su novi mediji samo konvergencija tradicionalnih, a internet je kanal kojim se omogućuje komunikacija i dok se ne omogući regulacija i institucionalizacija interneta ne može ga se kao takvog zvati masovnim medijem.¹¹

Kako Zgrabljic – Rotar navodi novi mediji nastali su nakon pojave interneta zahvaljujući digitalizaciji i konvergenciji starih medija koja podrazumijeva brisanje granica tradicionalne podjele medija na tisak, radio i televiziju, prožimanje svih medijskih sadržaja kroz više medijskih platformi, u više formata, uz linearnu ili nelinearnu distribuciju.¹² Zgrabljic – Rotar konvergenciju još detaljnije objašnjava u radu Digitalno doba – Masovni mediji i digitalna kultura u kojem navodi sljedeće: "Konvergirani ili novi mediji nastali su spajanjem različitih komunikacijskih platformi:

¹⁰ ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, op.cit., p.57

¹¹ ZGRABLJIĆ- ROTAR, N.: **Digitalno doba – Masovni mediji i digitalna kultura**, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2020., p.37.

¹² ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, op.cit., p.69.

radijskog i televizijskog emitiranja (eng. *broadcasting*), interneta i telekomunikacija. Pritom oni nisu samo spojili različite platforme, nego su ih na neki način transformirali u novi oblik."¹³

Brautović prema Kaye i Medoffu daje drugačiji pogled na internet kao medij i navodi: "Internet smatraju novim medijem za masovno komuniciranje koji se neprestano mijenja povećavanjem brzine pristupa, broja sadržaja i servisa te novim funkcijama."¹⁴

Internet prema dr.sc. Teni Čačić kako navodi Malović kao medij uključuje sve: "Mrežna komunikacija je viši stupanj masovne komunikacije: viši stupanj koji nadograđuje i uključuje u sebe svoje prethodnike."¹⁵

Zgrabljic – Rotar prema McQuailu izdvaja glavne značajke novih medija i navodi sljedeće: " (...) temeljne su odrednice novih medija: međusobna povezanost, dostupnost individualnim korisnicima bilo primateljima ili pošiljateljima, interaktivnost, mnogostruka primjena, sveprisutnost i dislociranost."¹⁶ Zahvaljujući interaktivnosti koju su novi mediji pružili javlja se i pojam građanskog ili participativnog novinarstva koje prema Deuzeu navodi Zgrabljic – Rotar: " (...) *demokratizira* proizvodnju vijesti i kroz komentare građana uključuje osobe koje nisu profesionalni novinari te dovodi u pitanje neka načela na kojima se temelji tradicionalna proizvodnja vijesti."¹⁷

Neovisno promatramo li internet samostalno kao masovni mediji ili nove medije promatramo kao konvergenciju tradicionalnih, svakako u njih možemo ubrojati internetske portale, internet radio, video platforme za prijenos TV sadržaja, blogove i društvene mreže kroz koje se vrši distribucija navedenih sadržaja.

¹³ ZGRABLJIĆ- ROTAR, N.: **Digitalno doba – Masovni mediji i digitalna kultura**, op.cit. p.37.

¹⁴ BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, Školska knjiga, Zagreb, 2011. p.12., prema KAYE, B.K., MEDOFF, N.J.: **The World Wide Web: A Mass Communication Perspective**. Mountain View: Mayfield Publishing Company., 2002.

¹⁵ KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., p. 60., prema ČAČIĆ, T.: 21.stoljeće, Miran Dan

¹⁶ ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, op.cit., p.69., prema MCQUAIL, D.: **Mass Communication Theory**, London: Sage, 2007.

¹⁷ ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, op.cit., p.71. prema DEUZE, M.: **Media Work**, Cambridge: Polity, 2007.

2.3.1. Internetski portali

Pojavom interneta predviđalo se gašenje tradicionalnih medija, ali oni su internet iskoristili kao dodatnu platformu koja im omogućuje brže prenošenje sadržaja još brojnijoj publici. Tako danas većinu dnevnih tiskovina možemo pronaći i online u vidu elektroničkih publikacija. Prema "Zakonu o elektroničkim medijima" elektroničke publikacije se definiraju kao: "urednički oblikovane internetske stranice i/ili portali koji sadrže elektroničke inačice tiska i/ili informacije iz medija na način da su dostupni širokoj javnosti bez obzira na njihov opseg."¹⁸

Kunić i Zgrabljic – Rotar navode da u literaturi postoje izazovi u terminologiji za elektroničke publikacije pa se u različitim izvorima navode nazivi: "portali, *online* mediji, informativni portali, internetski portali, *news* portali, *online* izdanja i slično."¹⁹

Brautović *online* medije definira kao: "(...) web stranice kojima je svrha informiranje korisnika, i to neovisno o tome radi li se o informativno – političkom, zabavnom ili nekom drugom sadržaju te neovisno o tome radi li se o digitalnom izdanju klasičnih medija ili o novom mediju. Pritom one ostvaruju masmedijski učinak ili imaju potencijal za njegovo ostvarivanje."²⁰

Mnogi autori su se bavili definiranjem internetskog novinarstva i razgraničavanjem internetskog od tradicionalnog novinarstva. Glavne razlike između internetskog i tradicionalnog novinarstva koje ističu Judee Borgoon i suradnici prema Kunić i Zgrabljic su:²¹

1. interaktivnost – povratna veza publike s proizvođačima medijskog sadržaja, te participativno novinarstvo u kojem građani mogu sudjelovati u kreiranju sadržaja
2. multimedijalnost – povezivanje slike, tona i videozapisa te povezivanje hipervezama na jednom mjestu, unutar jednog priloga
3. povezanost – „spajanje“ tekstova poveznicama, što omogućuje hipermedijalnost i nelinearnost

¹⁸ Zakon o elektroničkim medijima (NN153/09 i 84/11)

¹⁹ KUNIĆ, T., ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Informativni portali**, U: **Digitalno Doba - Masovni Mediji i digitalna kultura**, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2020., p.37

²⁰ BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, op.cit., p. 13

²¹ KUNIĆ, T., ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Informativni portali**, U: **Digitalno Doba - Masovni Mediji i digitalna kultura**, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2020., p.37.

4. arhiviranost – kasniji pristup informacijama jer one ostaju pohranjene na internetu i dostupne su za kasnije korištenje

Kao najveću prednost *online* medija u odnosu na tradicionalne Bratuović ističe to što ne postoji vremensko i prostorno ograničenje i zahvaljujući tome njihov doseg je globalan, a vijesti se prenose neposredno nakon događanja ili u stvarnom vremenu, dok kao nedostatke navodi potrebu za internetskom vezom i posjedovanje računala ili mobilnog uređaja.²²

Ono što je važno naglasiti objašnjavaju Benković i Balabanić u svom radu, to je da postoje kako ih oni nazivaju dnevno informativni internetski portali koji su kako autori navode: " (...) samo produžetak njihovog tiskanog, radijskog ili televizijskog izdanja, dok su neki od portala samostalni mediji koji se publiciraju jedino u obliku internetske elektroničke publikacije."²³

Prvo online izdanje tiskanih novina bilo je The Chicago Tribune, 1995. godine, a nakon toga The New York Times, 1996. godine također uvodi online izdanje.²⁴

Mrežno komuniciranje kao i sve ima dvije strane medalje. Iako se informacije prenose brže, lakše, jeftinije i široj publici isto tako se promijenila struktura komunikatora, jednostrana komunikacija je stvar prošlosti, dok su građani novinari stvar sadašnjosti.

Negativna strana *online* novinarstva leži u metodama kojima se pribjegava kako bi se zadovoljio tempo prenošenja informacija. Kako Zgrabljic – Rotar navodi promjena tehnologije uvjetuje promjenu očekivanja publike. Korisnici imaju drugačija očekivanja od internetskih medija, a prije svega brzinu izvještavanja.²⁵ Uvjetovano zadovoljavanjem ovih očekivanja pojavilo se *copy&paste* novinarstvo. Prva poruka koju objavi neki medij najčešće bude *master* poruka koju bez provjere gotovo istovjetnu prenose ostali mediji.²⁶ Do *copy&paste* novinarstva dolazi zbog utrke s vremenom jer je važno biti prvi, ili makar među prvima, i u samoj toj brzini ne nužno i točan. Informacija se danas smatra robom, potrošnom robom, kako Niklas Luhman kaže u svom djelu Die Realität der Massenmedien: "Informacije se ne mogu ponoviti; čim postaju događaj, postanu ne-informacija. Vijest koja se donosi po drugi put zadržava, doduše, svoj smisao, ali gubi

²² BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, op.cit., p. 14

²³ BENKOVIĆ, V., BALABANIĆ, I.: **Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala**, Medijska istraživanja, Vol 16, No 2, 44.

²⁴ BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, op.cit., p. 14

²⁵ ZGRABLJIĆ- ROTAR, N.: **Digitalno doba – Masovni mediji i digitalna kultura**, op.cit. p.22

²⁶ KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., p. 129

na informativnoj vrijednosti. (...) Budući da svaka informacija u onom trenutku kada se proširi masovnim medijima postaje ne-informacija (i time redundantna), sustav masovnih medija zastarijeva sam po sebi, ali ipak istovremeno stvara potrebu za novim informacijama."²⁷ O *copy&paste* novinarstvu piše i Pekkala koja zaključuje da zbog *copy&paste* novinarstva izdavači gube čitatelje, pogotovo pretplatnike, jer nitko ne želi plaćati za sadržaj koji je već negdje pročitao kao što ni oglašivači neće plaćati medijski prostor za duplikate, bili oni online ili tiskani.²⁸ Benković i Balabanić također raspravljaju o ovoj problematici, u kojoj internetski portali suočeni sa slabijim finansijskim sredstvima i konstantnim imperativom proizvodnje sadržaja kako bi zadržali posjećenost i oglašivače objavljuju sadržaj koji je kako navode prema McQuailu: „popularan i komercijalno uspješan, ali je repetitivan, infantiln, tematski ograničen, ideološki tendenciozan, prazan i antiintelektualan”²⁹

Obzirom na utрку s vremenom uvriježena je praksa u kojoj internetski portali i društvene mreže danas služe kao platforme na kojima se nove informacije plasiraju i služe za poticanje javne rasprave dok tradicionalni mediji služe za elaboraciju istih, odnosno vijesti koje slušamo u televizijskim informativnim emisijama su na portalima već „potrošena roba“.

2.3.2. Internetski portali u Hrvatskoj

S pojavom interneta u Hrvatskoj krenulo je i online novinarstvo. Prema Brautoviću priča o internetu u Hrvatskoj je krenula 1991. kada je Ministarstvo znanosti i tehnologije pokrenulo CARnet i u studenom 1992. godine uspostavio prvu međunarodnu komunikacijsku vezu kojom je CARnet povezala s Austrijom i svjetskom računalnom mrežom Internet.³⁰ Iako se ne zna točno, Brautović pretpostavlja da je prvi medij koji je pokrenuo web stranicu bila Hrvatska radiotelevizija

²⁷ KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., p. 209, prema LUHMAN,N: **Die Wissenschaft der Massenmedien**, Westdeutscher Verlag, Opladen 1995, p. 41.

²⁸ PEKKALA, P.: **Copy-paste journalism wants to be free**, 2013., <https://www.ojr.org/copy-paste-journalism-wants-to-be-free/index.html> (4.8.2024)

²⁹ BENKOVIĆ, V., BALABANIĆ, I.: **Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala**, op.cit, p. 46.

³⁰ BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, op.cit., p. 23

1994.godine. već 1997. godine web stranice su imali Arkazin, Bug, Glas Istre, Glas Koncila, Hina, Hrvatski obzor i Nacional.³¹

Kako to inače biva s novim i nepoznatim, Kunić i Zgrabljčić – Rotar navode da je i u novinarskim redovima bilo jako puno otpora prilikom uvođenja internetskih portala. Nekim novinarima se nije sviđala ideja multimedijalnog novinarstva zbog izostanka tajnovitosti i iščekivanja ekskluzivne priče koju objavljuju i mogućnosti brzog prenošenja te priče. Navode da su se već tada pojavile tenzije između novinara zaposlenih u tradicionalnim i internetskim izdanjima koje se često doživljavalo kao *copy&paste* novinare jer su portali sadržajno bili većinom prepisivanje iz tradicionalnih izdanja.³²

Stjepan Malović je u to vrijeme odradio i prvo istraživanje čije zaključke prenosi Brautović: " (...) najveći i najutjecajniji masovni mediji imaju najslabije WWW stranice, kao da su mišljenja: Nama je dobro ovako, u našem vlastitom medijskom prostoru, pa nam ne trebaju nikakve novotarije (...)"³³

Nacionalne novine su dugo vremena odbijale novi medij, a "Glas Istre je bio prvi među dnevnim novinama koji je imao eksperimentalni portal. *Večernji list*, *Slobodna Dalmacija* i *Vjesnik* pokreću svoja online izdanja 1998. godine, a *Jutarnji list* tek 2005. godine."³⁴

Prema podacima Agencije za elektroničke medije koje objavljuju Kunić i Zgrabljčić - Rotar "danas u Hrvatskoj imamo 302 internetska portala, među kojima je 32 % neprofitnih, a dijele se po sljedećim kategorijama: javni mediji, komercijalni portali koji imaju i svoje tiskano izdanje, radiopostaju ili televizijsku postaju, komercijalni portali koji imaju samo internetsko izdanje i neprofitni portali."³⁵

³¹ Ibid.

³² KUNIĆ, T., ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Informativni portali**, U: **Digitalno Doba - Masovni Mediji i digitalna kultura**, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2020., p.171.

³³ BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, op.cit.prema MALOVIĆ, S.: **Pregled i analiza WWW stranica hrvatskih masovnih medija Internet: Između mode i potrebe**. II Medijska istraživanja, Vol 3, No 1- 2, 1997.

³⁴ KUNIĆ, T., ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Informativni portali**, U: **Digitalno Doba - Masovni Mediji i digitalna kultura** op.cit. p171.

³⁵ KUNIĆ, T., ZGRABLJIĆ - ROTAR, N.: **Informativni portali**, U: **Digitalno Doba - Masovni Mediji i digitalna kultura** op.cit.p 173.

Danas sve dnevne novine u Hrvatskoj imaju i svoje online izdanje i dok su na počecima na portalima bila prepisana tiskana izdanja, danas to izgleda malo drugačije. Internetski portali pokrivaju sve dnevne teme i vijesti kao i tradicionalni mediji.

Kako navodi Brautović Internetski portali pokrivaju sav sadržaj kao i dnevne novine, ali zbog ograničenih sredstava u njima radi mali broj novinara pa tako jedan novinar dnevno proizvede i do 20 različitih napisa, a rad se obavlja u većoj mjeri iz redakcije nego s terena. Prema istraživanju koje je Brautović proveo 2006. godine kao izvor na portalima se u 25 % koristi HINA čije izvješće se samo preuzme i objavi, dok je samo 34 % vlastita produkcija portala.³⁶

³⁶ BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, op.cit., p.33

3. DRUŠTVENA ODGOVORNOST MASOVNIH MEDIJA

Već definirane osnovne funkcije medija povlače za sobom utjecaj na društvo i shodno tome društvenu odgovornost. Mediji bi trebali služiti javnosti, a da bi to mogli trebaju biti neovisni i samostalni, bez političkih ili finansijskih interesa uz osiguranu slobodu informiranja i pristupu informacijama.

3.1. Uloge masovnih medija u društvu

Denis McQuail u svom radu Uloga medija u društvu izdvaja sljedeće uloge medija koje obuhvaćaju sve funkcije medija u društvu uz danu društvenu odgovornost:³⁷

1. Uloga nadgledanja koja podrazumijeva konstantni nadzor nad društvom i pronalaženje, obradu i objavljivanje objektivnih i pouzdanih vijesti i izvještaja.
2. Uloga poticanja označava djelovanje medija koje potiče demokratski dijalog i djelovanje, podržava participaciju građana i osigurava kanale komunikacije između društva i vlade
3. Uloga suradnje podrazumijeva suradnju medija s drugim tijelima, kao naprimjer vlast i vlada u svrhu zadovoljenja većeg cilja i šire društvene potrebe, a najčešće se javlja za vrijeme prirodnih katastrofa, rata i sličnih kriza koje predstavljaju prijetnje društvu.
4. Kritička uloga se odnosi na zauzimanje neprijateljskog stava prema vlasti, na jasno motiviranim normativnim osnovama. Novinar u ovoj ulozi staje na stranu nekog interesa ili uvjerenja manjina ili drugih viktimiziranih ili ugroženih grupa.

Sve ove uloge koje se mogu i trebaju isprepletati u raznim situacijama imaju zajedničke nazivnike službe javnom interesu objektivnim i točnim izvještavanjem.

U svom radu Jasna Janićijević prema Lasswellu ističe dodatne uloge i odgovornosti medija u društvu koje su:³⁸

³⁷ MCQUAIL, D.: **Uloga medija u društvu**, CM Komunikacija i mediji, Vol 2, No 3, Beograd,2007, p.25

³⁸ JANJIĆEVIĆ, J.: **Funkcije i efekti masovnih medija**, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, No 120 -121 Beograd, 2008.,

1. Funkcija kontrole odnosno nadgledanje društva u kojima su mediji „oči i uši“ društva i osiguravaju da javnost bude pravovremeno i točno informirana o svemu
2. Korelacija društva prema kojoj mediji pomažu povezivanju i usklađivanju različitih društvenih skupina
3. Funkcija prenošenja kulturne tradicije koja medije čini čuvarima nasljeđa koji prenose tradicije i vrijednosti javnosti u službi educiranja
4. Funkcija zabave u kojoj mediji koriste komunikaciju usmjerenu na opuštanje

Ove funkcije Jasna Janjićević nadopunjava koristeći Lazarsfeldu i Martonu podjelu sa:³⁹

5. Funkcijom davanja statusa u kojoj su mediji odgovorni i imaju moć davanja na važnosti događajima, osobama, organizacijama i pojavama, u prijevodu ako medije ne objavi u društvu to ostaje anonimno.
6. Funkcijom jačanja društvenih normi u kojoj mediji imaju moć pritiska na društvo, određene događaje i osobe mogu staviti pod „svjetla reflektora“, a to se povezuje s funkcijom kontrole.
7. Narkotizirajućom disfunkcijom do koje dolazi kada mediji preplavljaju javnost količinom informacija zbog čega javnost postaje pasivna i ne sudjeluje aktivno u društvenim promjenama.

S obzirom na veliku moć koju mediji stječu kroz uloge koje su im dane, mediji izvršavajući ove uloge imaju veliku društvenu odgovornost. Glavni zadatak im je u službi javnosti steći i ne izgubiti povjerenje javnosti čije mnijenje oblikuju. Najveća prijetnja profesionalnom obavljanju novinarskog posla su nedovoljna educiranost novinara i medijskih stručnjaka, vremenski pritisak, nedostatak autonomije medija i ovisnost o financijskim sredstvima ili političkom utjecaju koji dovode do nekritičkog, pristranog ili senzacionalističkog izvještavanja.

Kako bi se takvi scenariji spriječili i kako bi mediji svoju moć koristili samo i isključivo u korist javnosti propisani su etički kodeksi i profesionalni standardi novinarske struke.

³⁹ JANJIĆEVIĆ, J.: **Funkcije i efekti masovnih medija**, op. cit., prema C. R. Wright: **Functional analysis and mass communication revisited**, (1974) in: Blumler and Katz (eds) in: **The Uses of Mass Communications**, CA, Sage.

3.2. Profesionalni standardi izvještavanja

Uloga medija je kako je gore navedeno pružiti javnosti točne i objektivne informacije o svemu što je od društvenog i javnog značaja. Često se dovodi u pitanje ispunjavaju li mediji tu svoju svrhu, odnosno prenose li javnosti sve točne informacije ili se vijesti selektiraju, prilagođavaju i u potpunosti iskrivljuju u interesu nekog ili nečeg trećeg. Malović na ova pitanja odgovara: "Novinari prikazuju samo dio stvarnosti, nastojeći dati upravo ono što je po profesionalnim standardima, najvažnije, a to je ipak uvijek interpretacija događaja."⁴⁰

Profesionalni standardi prema Maloviću uključuju: istinitost, poštenje, točnost, uravnoteženost i nepristranost, a oslanjaju se na deontologiju medija i etičke kodekse novinarske struke.

1. Istinitost - kako Malović navodi temelj novinarstva. Prema njemu vijest je istinita ili nije vijest. Ovo načelo nalaže novinaru da inzistira i provjerava sve informacije koje dobije te da se drži samo činjenica koje je osobno vidio ili dobio iz povjerljivog i provjerenog izvora. Prema Maloviću novinar ne bi trebao objaviti ništa što ne može obraniti na sudu. Naglašava kako istina ipak nije jednostrana i u puno slučajeva će i dalje ovisiti o interpretaciji novinara.⁴¹
2. Poštenje - Malović u kontekstu novinarskog izvještavanja poštenje promatra kao temelj vjerodostojnosti novinara. Ono nalaže promatranje događaja o kojem se izvještava iz svih mogućih gledišta i sukladno tome se od novinara očekuje da svima uključenima omogući da odgovore i iznesu svoja stajališta, bez prešućivanja činjenica, a sve to u cilju, kako Malović navodi: " (...) kako ne biste bili pod utjecajem svojih predrasuda i preduvjeravanja dok izvještavate i uređujete"⁴² Prema Maloviću poštenje uključuje između ostalog i objektivnost. Pošteno izvještavanje bi tako bilo: cjelovito, relevantno, iskreno i bez navođenja uz jasan izraz bez podupiranja stajališta ili osobne koristi.⁴³
3. Točnost - kao profesionalni standard novinarstva se odnosi na potpunu točnost informacije koja se objavljuje, od činjenica koje se iznosi do gramatičke točnosti, statističkih podataka, lokacija i sl., a kako Malović navodi: „(...) ništa nije lakše nego pogriješiti“⁴⁴. Nekoliko

⁴⁰ MALOVIĆ, S.: **Osnove novinarstva**, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005., p.12.

⁴¹ Ibid. p.22

⁴² Ibid. p.26

⁴³ Ibid. p.27

⁴⁴ MALOVIĆ, S.: **Osnove novinarstva**, op.cit 31

istraživanja koje Malović raspisuje potvrdilo je kako netočnost i pogreške u medijima utječu na vjerodostojnost, a ključ za prevenciju je stalno provjeravanje podataka i informacija čak i pod cijenu brzine.⁴⁵

4. Uravnoteženost - prema Maloviću "definicija uravnoteženog izvještavanja nedvosmisleno zahtijeva od novinara prikazivanje svih strana u sukobu ili događaju o kojem pišu." Uravnoteženost također obuhvaća i uravnoteženo izvještavanje o više tema, pokrivenost raznih događaja. "Program ne smije dati više prostora jednom tipu popularnih emisija na štetu drugih, kvalitetnih, ali ne toliko popularnih."⁴⁶ U ovom slučaju Malović iznosi i neželjene posljedice uravnoteženog novinarstva pogotovo u vrijeme krize ili rata, kada objektivan i uravnotežen novinar može biti optužen da radi protiv interesa svoje zemlje, pogotovo ako iznosi negativne činjenice.⁴⁷
5. Nepristranost - znači da se novinar ne bi smio svrstati ni na koju stranu, a svoja stajališta može izraziti samo u komentaru, ali ne u vijesti. Nepristranost dodatno naglašava važnost pokrivanja svih strana priče. Kako Malović navodi: "Objektivnost se ne postiže samo citiranjem nego također pozivanjem onih koji su za, ali i onih koji su protiv"⁴⁸

Iako svi raspisani standardi zvuče jako jednostavno postoje brojni dokumenti o načelima, novinarski pravilnici i etički kodeksi koji pokušavaju precizirati odgovornosti i obaveze novinara u izvještavanju, ali kako Kunczik navodi: "Takve profesionalno - etičke dokumente o načelima u pravilu obilježava uporaba opširnih formulacija, sadržajno često praznih i plitkih."⁴⁹

Kao primjer jednog takvog, Kunczik navodi profesionalna načela koja je usvojio Međunarodni novinarski savez 1954. godine, a koji propisuje sljedeće:

"Preambula: Ova međunarodna deklaracija objavljuje pravila profesionalne pristojnosti, kojih bi se svaki novinar u svome radu trebao pridržavati:

1. Poštivanje istine i prava javnosti na istinu prva je obveza novinara.

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ Ibid. p.41

⁴⁷ Ibid.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ KUNCZIK, M., ZIPFEL, A.: **Uvodu u publicističku znanost i komunikologiju**, Zaklada Fridrich Zagreb, 1998.,p.83.

2. U znak priznanja ove obveze novinar pri pravilnom nalaženju i reprodukciji vijesti brani načela slobode kao i pravo na komentar i kritiku.
3. Novinar izvještava isključivo na temelju činjenica čiji izvor poznaje, ne potiskuje važne informacije i ne krivotvori dokumente.
4. Primjenjuje isključivo korektne metode pri nalaženju informacija, fotografija i drugih materijala.
5. U slučaju da nehotice objavi vijest koja se kasnije pokazala pogrešnom, ispravit će je.
6. Čuva profesionalnu tajnu i ne otkriva izvore povjerljivih informacija.
7. Teški prijestupi protiv časti zvanja su: plagijat, kleveta, uvreda, širenje laži, neobjektivne optužbe i podmitljivost za širenje ili potiskivanje vijesti.
8. Svaki novinar, vrijedan svoga zvanja, obvezan je vjerno slijediti načela ove deklaracije. Priznavanjem postojećih zakona svake zemlje, u profesionalnim pitanjima isključivo prihvaća presudu suda časti svojih kolega te odbija svako uplitanje vlade ili bilo koje druge institucije u profesionalne stvari."⁵⁰

Većini pravilnika i kodeksa su istinitost, sloboda izražavanja, zabrana diskriminacije, poštenje, poštivanje izvora i autorskog prava te neovisnost i integritet zajednički temelji kako navodi Kunczik prema Laitili.⁵¹

"Kodeks časti hrvatskih novinara" se također temelji na sličnim osnovnim vrijednostima prema kojima su: "novinari dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo, slobode i vrijednosti, uvažavati pluralizam ideja i nazora, opirati se svim oblicima cenzure, pridonositi jačanju pravne države i kao dio javnosti sudjelovati u demokratskoj kontroli moći i vlasti."⁵²

Iako su u kodeksima i pravilnicima raspisani profesionalni standardi novinarskog izvještavanja svakodnevno se susrećemo s primjerima u kojima se ti kodeksi naočigled krše. S jedne strane imamo teoretičare, poput Malovića koji će tvrditi da su novinari i dalje ljudi koji griješe, dok s

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ KUNCZIK, M., ZIPFEL, A.: **Uvodu u publicističku znanost i komunikologiju**, op.cit., p.85

⁵² DUKA, Z.: **Kodeks časti hrvatskih novinara**, <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara1>, (5.8.2024.)

druge strane imamo teoretičare koji etičnost novinarskog izvještavanja procjenjuju ovisno o mediju koji izvještava.

3.3. Etičnost masovnog komuniciranja novih medija

Etika masovnih medija ima posebne izazove ako se promatra iz pogleda novih medija i tehnologija koje bitno utječu na način novinarskog izvještavanja.

Novi mediji, pogotovo internetski portali su pod velikim pritiskom brzine i količine objava i kao takvi podložni su neprovjeravanju točnosti informacija koje objavljuju. Najčešće se kršenje profesionalnih standarda na internetskim portalima raspravlja u kontekstu senzacionalizma i *clickbait* objava koje uz viralnost društvenih mreža nerijetko dovedu do širenja netočnih informacija.

Gordana Vilović navodi: "Nove tehnologije i digitalnost u sustavu masovnog komuniciranja pomakle su granice ne samo u profesionalnih komunikatora nego i u sustavu komuniciranja putem društvenih mreža (...) danas možemo kazati da svaki novi događaj pomiče granice (ne) etičnosti."⁵³ Poseban aspekt za koji Vilović navodi da ugrožava etičke, visoko postavljene, novinarske standarde je zapravo participativno, građansko novinarstvo, kako u objavljivanju tako i u komentiranju. Pretpostavlja da se rasprava o etičnosti medijskih objava odvija umjesto u redakciji u sekciji komentara na društvenim mrežama i da kao takva nikada na bude ispravno adresirana, a pak s druge strane ističe „efekt *Facebooka*“ i sve češću eksploataciju privatnih podataka kao pojašnjenju za samoubojstva, ubojstva i tragične događaje.⁵⁴ Vilović dovodi u pitanje ulogu komunikatora i anonimnosti internetskih objava u kojima je izvor kao takav izgubio značenje. O ovoj problematici raspravljaju i brojni drugi teoretičari medija i navode je kao jednu od glavnih izazova etičnosti u novim medijima. Posebno to naglašava Stephen J.A. Ward koji na tu perspektivu gleda sa strane smanjenih resursa u novinarstvu u kojem su reporteri, pogotovo prilikom izvještavanja o određenim katastrofama, upućeni da surađuju s građanima putem društvenih mreža u prikupljanju potrebnih informacija s obzirom na rokove koji diktiraju tempo

⁵³ VILOVIĆ, G.: **Etičnost masovnog komuniciranja**, U: MALOVIĆ, S.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., p.230

⁵⁴ VILOVIĆ, G.: **Etičnost masovnog komuniciranja**, U: MALOVIĆ, S.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., p.231

objave. On to naziva revolucijom u etici u kojoj su sredstva za objavljivanje u rukama građana koji preuzimaju ulogu komunikatora.⁵⁵

Uz pomicanje granica komunikatora i anonimiziranost izvora u izvještavanju, razvoj tehnologije je bitno utjecao na etiku u novinarstvu i kroz brzinu koju diktira. Knezović i Maksimović tako u svom radu prema Ružić navode: "s razvojem tehnologije i pojavom novih medija, novinari danas izvješćuju mnogo brže, ali što se tiče etike, možemo s pravom reći da se situacija znatno pogoršala. (...) Novinari u utrci za senzacionalističkim vijestima potpuno zanemaruju etiku informiranja."⁵⁶ Jakovljević u svom radu definira senzaciju kao "događaj ili novost koja pobuđuje kod ljudi opću pažnju i veliko uzbuđenje"⁵⁷ dok senzacionalizam definira kao: "ciljano isprovociranu reakciju javnosti objavljivanjem nepotpunih ili neprovjerenih, ali intrigantnih informacija"⁵⁸. Prema njemu "senzacionalizam je postao način medijskog funkcioniranja i stalni dionik društvenog života."⁵⁹

Stanojević u svom radu, objašnjavajući distinkciju između senzacionalizma i žutog tiska navodi kako se "senzacionalizam temelji na činjenicama, koje se u konačnici krivo interpretiraju, sa što gorim i dramatičnijim posljedicama ili pak potpuno krivim i neutemeljenim zaključcima u kojem informacije većinom nisu provjerene, a tračevi se predstavljaju kao provjerene informacije, odnosno senzacionalizam počiva na prenapuhanoj istini, on se odnosi na sami stil pisanja i kao takav se koristi i u ozbiljnom novinarstvu kao i u tabloidima."⁶⁰ Hendriks Vettehen sa suradnicima je navodi Stanojević definirao faktore koji utječu na pojavu senzacionalizma, a oni su: tehnološki doseg, konkurencija, novinarska kultura pojedine zemlje i stupanj medijske politike.⁶¹

⁵⁵ WARD, J.A., S.: **Digital Media Ethics**, University of Wisconsin–Madison, <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> (6.8.2024.)

⁵⁶ KNEZOVIĆ, K., - MAKSIMOVIĆ, I.: **Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete**, Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu, vol 24, No 4, Đakovo, 2016., p. 661, prema N. RUŽIĆ, **Zakonska ograničenja ili sloboda izražavanja na Internetu?**, u: Medianali 2(2008.)4, str. 101.-111., p. 1

⁵⁷ JAKOVLJEVIĆ, M.: **Principi za primjenu osnovnih načela novinarskog kodeksa prilikom izvještavanja o prometnim nesrećama sa smrtnim posljedicama**, In Medias Res, Vol 3, No 4, 2014,p.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ STANOJEVIĆ, M.: **Utjecaj grafičkih elemenata, sadržajnih elemenata i opreme na senzacionalizam novinskih napisa**, Doktorski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2017., p.49.

⁶¹ STANOJEVIĆ, M.: **Utjecaj grafičkih elemenata, sadržajnih elemenata i opreme na senzacionalizam novinskih napisa**, op.cit. p.57, prema Hendrik Vettehen, P.; Nuijten, K.; Beentjes, J., **News in an age of competition: the case of sensationalism in Dutch television news, 1995-2001.** // Journal of Broadcasting & Electronic Media. 3, 49(2005): 282. u De Regt,I., **Sensational news reporting and its effect on corporate reputation: harming the innocent!** URL: <http://essay.utwente.nl/59522/> (26. veljače 2013. godine u 19:28 sati), p. 7.

S obzirom na tehnološki doseg i brzinu prenošenja informacija internetom uz veliku konkurenciju, te činjenicu da su mobilni uređaji postali dostupni ne iznenađuje da su internetski portali podložni i često percipirani kao senzacionalistički.

4. KRIZA I KRIZNO KOMUNICIRANJE

Kroz povijest je svijet zadesilo nekoliko velikih kriza, od ekonomskih i gospodarskih, ratnih, terorističkih preko zdravstvenih. Krize se razlikuju kako uzrokom tako i obujmom, a pojam krize neovisno o ta dva kriterija uvijek se veže za nesigurnost i strah.

4.1. Definicija, vrste i faze krize

Iako postoje brojne definicije kriza, često su definirane u različitim kontekstima. Jugo u kontekstu menadžmenta definira krizu kao: "Intenzivnu pojavu s potencijalno negativnim ishodom koja utječe na organizaciju ili cijelu industriju, kao i na njihove javnosti, proizvode usluge ili ugled. Ona je istodobno i važan i nepredvidiv događaj s potencijalno negativnim rezultatima, koji posljedično može bitno oštetiti organizaciju i njene zaposlenike."⁶² Pandemija je kriza koja nadilazi granice organizacije i industrije, a obuhvaća cijeli svijet. Čatipović u svom radu navodi definiciju koju su raspisali Boin i suradnici, a "pri svom tumačenju krize navode prirodne katastrofe, terorističke napade te, između ostaloga, i pandemiju." Prema njima zajednički element svih navedenih događaja je "to što stvaraju vrlo teške uvjete za one koji trebaju odgovoriti na krizu. Politički vođe su tada prisiljeni hitno reagirati, a informacije koje su ključne za krizu je iznimno teško probrati jer su često nejasne ili nepouzdanе."⁶³ Božidar Novak krizu shvaća kao "okolnosti u kojoj su ugroženi sigurnost, život ili čak opstanak pojedinaca ili organizacije, a za krizu je svojstven pritisak zbog nedostatka vremena, što znači da rješavatelji moraju brzo donositi odluke i savladavati stres svih sudionika u krizi."⁶⁴ Kriza, kako navode Vučak i Zelić, može se "definirati kao: „stanje ili situacija u kojem događaji ili pojave, prirodno nastali ili izazvani ljudskim djelovanjem, dovode do velikog gubitka života ljudi, njihove imovine ili onemogućuju djelovanje

⁶² JUGO, D.: **Menadžmen kriznog komuniciranja**, Školska knjiga, Zagreb, 2017., p.19.

⁶³ ČATIPOVIĆ, P.: **Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19**, Communication Management Review, Vol 8., No 1., Zagreb, 2023., p.65

⁶⁴ NOVAK, B.: **Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima**, Binoza Press, Zagreb, 2001., p.28.

institucija vlasti i gospodarstva, a za suočavanje s njima potrebno je angažiranje znatnih resursa više institucija."⁶⁵

Postoje brojne podjele i vrste kriza koje se najčešće razlikuju po uzroku koji do njih dovodi. Božidar Novak razlikuje krize ovisno o okolini iz koje potječu, vremenu upozoravanja i s obzirom na njihovo doživljavanje pa ih dijeli na krize: fizičke naravi (potresi, poplave, zagađenje), javnog mnijenja (bojkoti, teroristički napadi), pogrešaka uprave (poslovne prijevare), gospodarsko – političke okoline (nestabilnost vlade), iznenadne i prikrivene krize i neobične i percepcijske krize.⁶⁶ Jugo prema podjeli Seegera i suradnika krize dijeli na namjerno i nenamjerno izazvane krize, a pod nenamjerno izazvane krize svrstavaju: prirodne katastrofe, epidemije, nepredvidive tehničke okolnosti, greške na proizvodima i padove u gospodarstvu.⁶⁷

Svi autori koji se bave krizama, kriznim menadžmentom i kriznim komuniciranjem naglašavaju da je kriza nepredvidiv događaj kojim se treba planski upravljati i koordinirati kroz već definirane faze, a poseban naglasak u svakoj fazi stavljaju na komunikaciju prema javnostima. Tomić prema Coombsu objašnjava da krizna komunikacija prolazi kroz četiri faze krize: prevencije, pripreme, odgovora i učenja.⁶⁸

4.2. Krizno komuniciranje

Krizno komuniciranje je detaljno raspisan i proučavan koncept čiju važnost većina teoretičara navodi kao ključ za uspješno savladavanje krize.

Jugo definira krizno komuniciranje kao: " (...) dijalog između organizacije i njezinih javnosti neposredno prije negativnog događaja, tijekom negativnog događaja i nakon njega. Ovaj dijalog podrazumijeva kreiranje strategija i taktika kojima je osnova svrha umanjiti štetu imidžu

⁶⁵ VUČAK, M., ZELIĆ, A.: **Suvremeni pristup kriznom upravljanju**, u SMERIĆ, T.- SABOL, G.: **Sigurnost i obrana Republike Hrvatske u euroatlantskom kontekstu**, Biblioteka ZBORNICI, knjiga 36, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2009. p.118.

⁶⁶ NOVAK, B.: **Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima**, op.cit. p.43

⁶⁷ JUGO, D.: **Menadžmen kriznog komuniciranja**, op.cit p.73. Prema: SEEGER, M., W., et.al: **Media use, information seeking, and reported needs in post – crisis contexts**, in: B.S. Greenberg (ed.): **Communication and Terrorism; Public and Media Responses to 9/11**, 53 – 64, Cresskill, NJ: Hampton Press Inc.

⁶⁸ TOMIĆ, Z., SAPUNAR, J.: **Krizno komuniciranje**. Hum, Vol 1, Mostar, 2006., p.302 Prema: COOMBS, T.: **Crisis and crisis management**, U: **Encyclopedia of Public Relations**, Sage Pub., Thousands Oaks, 2005.

organizacije."⁶⁹ Iako je definicija raspisana u korporativnom smislu, njen značaj se može primijeniti na krize svjetskih razmjera. Jugo naglašava da sadržaj krizne komunikacije mora zadovoljiti potrebe svih uključenih skupina i javnosti te im pružiti ton i kontekst svih poruka.⁷⁰ Tomić također u svom radu krizno komuniciranje stavlja po važnosti u sam vrh hijerarhije i navodi: "Kada izbije kriza, najvažnija je zadaća rasporediti ljude na svoja, kriznim planom, predviđena mjesta. Uz sigurnost činitelja najvažniji je dio plana uspostaviti unutarnju i vanjsku kriznu komunikaciju."⁷¹ On krizno komuniciranje dijeli na komunikaciju kao informaciju i komunikaciju kao strategiju u kojoj komunikacija kao strategija označava "prikupljanje i širenje informacija kako bi se ispunila informacijska praznina krize" i u svrhu popravljanja odnosa između suprotstavljenih strana i internih i eksternih javnosti.⁷²

Kako bi upravljanje kriznim komuniciranjem bilo učinkovito i pod kontrolom u odnosima s eksternim javnostima potrebno je uspostaviti komunikaciju i suradnju s medijima.

4.3. Uloga medija u kriznim situacijama

Brojni teoretičari kriznog menadžmenta i medija smatraju da su mediji jedan od važnijih faktora u kriznim situacijama, tako Božidar Novak navodi da "menadžeri često kao mjerilo razmjera krize uzimaju činjenicu kako i koliko o njoj izvještavaju mediji jer su mediji najvažniji čimbenici neke krizne situacije, oni kako navodi Novak pretvaraju svijet u *globalno selo* i tako djeluju kao *katalizator krize*. Mediji otkrivaju krizne situacije te ih pojačavaju i ubrzavaju."⁷³

U kriznim situacijama, pogotovo kada su ugroženi ljudski životi, raste interes javnosti za informacijama. Društvena uloga masovnih medija u tim situacijama je prenijeti javnosti sve potrebne informacije. Čatipović važnost medija u trenucima krize objašnjava prema Callhanu koji

⁶⁹ JUGO, D.: **Menadžmen kriznog komuniciranja**, op.cit p.29.

⁷⁰ Ibid.

⁷¹ TOMIĆ, Z., SAPUNAR, J.: **Krizno komuniciranje**, op.cit., p.305.

⁷² Ibid.

⁷³ NOVAK, B.: **Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima**, op.cit., p.34.

tvrdi da čovjekovo funkcioniranje "tijekom krize nije uobičajeno i ljudi teže novim strategijama djelovanja u takvim trenucima."⁷⁴

Iz perspektive organizacijske krize Jugo raspisuje ulogu medija u komunikacijskom procesu i njihove glavne aktivnosti koje pomažu upravljanju krizom, a one uključuju: "obavještanje i upoznavanje javnosti o svim aspektima krizne situacije, brzo prenošenje ključnih informacija i priče, jednostavno i učinkovito dosezanje glavne javnosti tijekom krize, osiguravanje potpore ključnih dionika i javnosti, sprječavanje bespotrebne anksioznosti koja se može javiti kod zahvaćenih javnosti, osiguravanje precizne i potrebne informacije, ispravljanje netočnih informacija koje su se tijekom krize pojavile u javnosti i medijima, poticanje prikladnog ponašanja i djelovanja tijekom krize te smirivanje nervozne javnosti ili nervoznih dionika."⁷⁵ Kako bi komunikacija organizacije s medijima i medijsko prenošenje ključnih informacija javnosti tijekom krizne situacije bilo uspješno razvijen je model 5C koji iz perspektive komunikatora uključuje: concern (zabrinutost), clearness (jasnoća informacija), control (kontrola nad porukama), self - confidence (samopouzdanje glasnogovornika) i competence (stručnost u rješavanju krize).⁷⁶

Ulogu masovnih medija u vrijeme krize naglašavaju i Ghassabi i Zare-Farashbandi koji kako navodi Čatipović, tvrde da masovni mediji imaju ulogu u nacionalnom jedinstvu i oblikovanju javnog mnijenja. "Masovni mediji imaju posebnu ulogu u informiranju i osvještavanju ljudi o situacijama tijekom kriznih situacija. Mediji mogu umiriti pučanstvo i ohrabriti pozitivne akcije, i obrnuto, zlostavljati građane i stvarati kaos."⁷⁷

Iz navedenih rasprava možemo zaključiti kako je uz točno i pravovremeno informiranje javnosti, uloga medija educirati javnost o novonastaloj situaciji te biti podrška u kriznom upravljanju organizacijama i vladama. Mediji mogu pozitivno utjecati i smiriti javnost pravilnim i točnim informiranjem uz pridržavanje profesionalnih standarda, ali postoji i velika tendencija prenapuhivanju situacije koristeći senzacionalističke izraze i bombardiranje javnosti koje može

⁷⁴ ČATIPOVIĆ, P.: **Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19**, op.cit., p.66. Prema: CALLAHAN J.: **Defining crisis and emergency**, The Journal of Crisis Intervention and Suicide Prevention, 15 (4), 164-171., 1994.

⁷⁵ JUGO, D.: **Menadžmen kriznog komuniciranja**, op.cit p.173.

⁷⁶ Ibid. p.175

⁷⁷ ČATIPOVIĆ, P.: **Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19**, op.cit., p.66 Prema: GHASSABI, F. i ZARE-FARASHBANDI, F.: **The role of media in crisis management: A case study of Azarbayejan earthquake**. International Journal of Health System and Disaster Management, (3), 95-102. doi: <https://doi.org/10.4103/2347-9019.151323> , 2015.

završiti stvaranjem dodatnog kaosa. Barović se bavi problematikom objektivnosti medija u kriznim situacijama i navodi sljedeće: " (...) krizne situacije za medije predstavljaju veliki ispit s aspekta objektivnosti i novinarske etike, jer u situacijama gdje su ugroženi ljudski životi i imovina svakako postoji javni interes, što je osnovni pokretački motor za svaki medij."⁷⁸ U svom radu Barović zaključuje da mediji redovito padaju ispit novinarske etike kada su suočeni s kriznim situacijama i smatra da mediji trebaju javnosti isporučiti činjenice i podatke, ali da ih i trebaju zaštititi pogotovo u kriznim situacijama od stresa, neugodnosti i traume.⁷⁹

⁷⁸ BAROVIĆ, V.: **Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama**, Medijske studije, Vol.2, No.3-4, 2011., preuzeto sa <https://hrcak.srce.hr/87882> (6.8.2024.)

⁷⁹ Ibid

5. KRIZA UZROKOVANA PANDEMIJOM COVID-19

Posljednja velika kriza koja je uzdrmala cijeli svijet - globalna zdravstvena kriza, nastala je uslijed pandemije bolesti COVID-19.

COVID-19 je "infektivna bolest koju uzrokuje virus *SARS-CoV-2*. Simptomima je slična gripi, a najčešći su: povišena tjelesna temperatura, suhi kašalj, umor, bolovi u mišićima, grlobolja, gubitak okusa i mirisa, ali i kratkoća daha, bol u prsima i brojni drugi respiratorni problemi kao što su akutni respiratorni distres sindrom (ARDS), pneumonija, hipoksemija i plućna embolija."⁸⁰

Kako se navodi u brošuri Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Hrvatske: "Epidemija je pojava određene bolesti na ograničenom području koju karakterizira veći broj oboljelih nego što je uobičajeno. Pandemija nastaje naglim širenjem epidemije na više država ili kontinenata u razmjerno kratkome vremenu."⁸¹

Prvi slučajevi zaraze zabilježeni su u gradu Wuhan u pokrajini Hubei u Kini, u prosincu 2019. godine, a bolest se rapidnom brzinom proširila po cijelom svijetu. Prvi slučaj u Europi zabilježen je u Italiji, krajem siječnja 2020. godine i nakon toga Europa je postala novo žarište pandemije.

Pandemija se u rekordnom roku proširila u više od 100 zemalja svijeta. Pretpostavlja se da je kroz dvije godine više od jedne bilijarde ljudi u nekom trenutku pandemije bilo u karanteni. U razdoblju od siječnja 2020. godine do siječnja 2022. godine zabilježeno je preko 630 milijuna potvrđenih slučajeva zaraze, a prema Svjetskoj zdravstvenoj organizaciji (WHO) pandemija COVID-19 je kroz dvije godine odnijela preko 6.5 milijuna života, a danas ta brojka iznosi 7,054,093.⁸²

Sama smrtnost virusa nije predstavljala glavni i najveći problem pandemije, već nekontrolirano širenje virusa, uz veliki problem – nepostojanja cjepiva.

Kako bi se spriječilo širenje pandemije države su uvodile preventivne mjere kao nacionalne strategije koje su se najčešće ogledale u mjerama zdravstvene zaštite pojedinca i zdravstvenog

⁸⁰ **Coronavirus disease (COVID-19)**, https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1, (29.7.2024)

⁸¹ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutrašnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, veljača 2022., https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Bro%C5%A1ura-COVID2.pdf (29.7.2024)

⁸² **Coronavirus disease (COVID-19)**, https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1, (29.7.2024)

osoblja, ograničavanju kretanja i okupljanja do potpunog izbjegavanja društvenog kontakta odnosno uvođenja karantene.

Prema brojnim izvorima korona kriza je najveća kriza koja je pogodila svijet nakon Drugog svjetskog rata.⁸³ Utjecaj globalne pandemije odrazio se na fizičko i mentalno zdravlje ljudi, obrazovanje, društveni život, zdravstvene sustave i gospodarstvo.

Odluku o službenom prestanku pandemije i kraju dugoročnog globalnog izvanrednog stanja donio je WHO 5. svibnja 2022. i od tada se COVID-19 više ne klasificira kao globalna zdravstveno hitna bolest.⁸⁴

5.1. Razvojni tijek pandemije COVID-19 u Hrvatskoj i u svijetu

Pandemija COVID-19, koja je uzrokovala najveću zdravstvenu krizu u ovom stoljeću, imala je svoj razvojni tijek i odvijala se kroz dvije godine i nekoliko faza.

Prijelomne faze su obilježili ključni događaji s pomoću kojih se može napraviti podjela i definirati kronološki tijek pandemije i krize koju je uzrokovala. Iako u više izvora postoji više podjela prema valovima pandemije koji su je obilježili, niže raspisana kronologija je sastavljena prema dva izvora: brošuri Ministarstva unutarnjih poslova Republike Hrvatske⁸⁵ i podacima sa službene stranice Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) na kojoj je detaljno raspisan cijeli slijed događaja, te nadopunjena informacijama sa službenih stranica "European Centre for Disease Prevention and Control" (ECDC) i "Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo" (HZJZ).

⁸³ AL-OMOUSH et al: **The impact of social capital and collaborative knowledge creation on e-business proactiveness and organizational agility in responding to the COVID-19 crisis**, Journal of Innovation & Knowledge, Vol.5, No4, 2020., p.279.

⁸⁴ **Timeline: WHO's COVID-19 response**, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline>, (29.7.2024)

⁸⁵ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, veljača 2022., https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%20C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Bro%20C5%A1ura-COVID2.pdf (29.7.2024)

5.1.1. Prva faza - početak i prvi val pandemije (siječanj 2020. – srpanj 2020.)

U studenom 2019. godine pojavio se prvi slučaj zaraze novim nepoznatim virusom u kineskom gradu Wuhan. Već u prosincu iste godine bilježi se veliki broj novih slučajeva i kineski znanstvenici potvrđuju da se radi o novom, nepoznatom virusu. U siječnju 2020. godine WHO proglašava izvanrednu situaciju u Kini. Kineski mediji su 11. siječnja izvijestili o prvom smrtnom slučaju uzrokovanog nepoznatim virusom, a 24. siječnja se bilježi prvi slučaj zaraze u Europi.⁸⁶

U veljači 2020. godine Italija je postala žarište pandemije s najvećim brojem oboljelih, ali i prvim smrtnim slučajem u Europi. U isto vrijeme su potvrđeni i prvi slučajevi zaraze na Afričkom kontinentu. Hrvatska bilježi prvi slučaj zaraze 25. veljače, i već drugi dan aktivira 576 stožera civilne zaštite, od ukupno 4600 članova.⁸⁷

Zbog ozbiljnosti situacije WHO u veljači uvodi redovne dnevne konferencije za medije na temu novog koronavirusa, i to je bio prvi puta da izvršni direktor WHO -a održava presice.⁸⁸

U ožujku, 9. ožujka 2020. Italija uvodi prvi *lockdown*, a samo dva dana poslije WHO službeno proglašava globalnu pandemiju.⁸⁹ "Ministarstvo zdravstva Republike Hrvatske" isti dan donosi "odluku o proglašenju epidemije bolesti COVID-19."⁹⁰

U mnogim zemljama su se tada, kao nacionalna strategija u borbi protiv pandemije, počele uvoditi stroge mjere za prevenciju širenja virusa poput zatvaranja obrazovnih ustanova, zatvaranja granica, ograničavanja putovanja i kretanja, zabrane javnih okupljanja, obaveznog nošenja medicinskih maski pa do potpune karantene. Hrvatska je uvela neke od rigoroznijih mjera: "Do 19. ožujka 2020. u Hrvatskoj je novim koronavirusom bilo zaraženo 105 osoba što je rezultiralo uvođenjem tzv. *lockdowna*, odnosno obustavljen je rad svih obrazovnih ustanova, ugostiteljskih objekata, teretana, plesnih škola, radionica, kina, muzeja, kazališta, tržnica, otkazani su svi javni događaji i

⁸⁶ **Timeline: WHO's COVID-19 response**, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline>, (29.7.2024)

⁸⁷ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit.p4

⁸⁸ **Timeline: WHO's COVID-19 response**, op.cit (29.7.2024)

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite,op.cit, p.4.(29.7.2024)

okupljanja, obustavljena su vjerska okupljanja i sportska natjecanja, uvedena je zabrana zadržavanja na ulicama, kretanje preko graničnih prijelaza te napuštanja prebivališta i boravišta."⁹¹

Pandemija je u travnju 2020. godine dosegla vrhunac po broju oboljelih i broju smrtnih slučajeva usprkos svim uvedenim mjerama. Žarište pandemije bilo je u Europi, a najteže pogođene zemlje bile su Italija, Francuska, Španjolska i Ujedinjeno Kraljevstvo. WHO je 4. travnja izvijestio da je u tom trenutku potvrđeno više od jednog milijuna zaraženih osoba, što je bio rast od 10 puta više zaraženih u samo mjesec dana.⁹² Hrvatska u travnju bilježi prvi smrtni slučaj uzrokovan bolesti COVID-19., dok broj zaraženih u travnju prelazi 1200. U prvom valu pandemije Hrvatska je zabilježila 96 oboljelih i 8 smrtnih slučajeva.⁹³

Dolaskom ljeta situacija i broj novozaraženih je počeo opadati u većini zemalja s obzirom na ljetne mjesece i sezonalnost virusa. "Nakon puna tri mjeseca od pojave virusa, 26. svibnja 2020.godine, zabilježen je prvi dan bez potvrđene zaraze novim koronavirusom u Hrvatskoj, zahvaljujući provođenju mjera i pridržavanja uputa Stožera CZ RH."⁹⁴ Sukladno tome mnoge države su prilagodile i ublažile mjere, pogotovo u zemljama koje su tradicionalne turističke destinacije koje su otvorile granice za turiste, a mjere su se popustile i u Hrvatskoj. "Nakon opuštenog razdoblja tijekom ljeta i uspješne turističke sezone, broj oboljelih u kolovozu 2020. godine ponovno je počeo rasti, čime je započeo drugi val epidemije koronavirusa u Republici Hrvatskoj."⁹⁵

5.1.2. Druga faza - drugi val - vrhunac pandemije (kolovoz 2020. – siječanj 2021.)

Već u srpnju 2020.godine broj zaraženih raste u SAD-u i doseže vrhunac od 70 000 zaraženih dnevno.⁹⁶ U rujnu ta brojka prelazi 90 000 i time SAD postaje novo žarište pandemije s preko 50 % ukupnog broja dnevno zaraženih osoba i 55 % ukupnog broja smrtnih slučajeva.⁹⁷

⁹¹ Ibid.

⁹² **Timeline: WHO's COVID-19 response**, op.cit (29.7.2024)

⁹³ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit, p.8.

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ **Timeline: WHO's COVID-19 response**, op.cit(29.7.2024)

⁹⁷ **Coronavirus disease (COVID-19)**, <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200921-weekly-epi-update-6.pdf> (30.7.2024.)

Do početka jeseni službeno se drugi val pandemije proširio po cijelom svijetu.

U listopadu 2020. godine broj zaraženih u svijetu prelazio je 300 000 dnevno. U Europi se veliki porast broja zaraženih bilježio u Francuskoj, Rusiji Italiji, Španjolskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu koje je u tom trenutku brojalo u kumulativu 42 000 smrtnih slučajeva, a u cijeloj regiji zapadne Europe tjedna brojka smrtnih slučajeva bila je 4000.⁹⁸

Drugi val pandemije u Hrvatskoj je krenuo krajem kolovoza, nakon glavne turističke sezone, a trajao je do veljače 2021., vrhunac je dosegnut u prosincu 2020. godine. Ukupan broj oboljelih u drugom valu pandemije u Hrvatskoj je bio 4620, a od toga su preminule 92 osobe.⁹⁹

Situacija dodatno eskalirala u studenom 2020. godine. Hrvatska tada broji preko 2000 potvrđenih slučajeva dnevno, globalno brojka prelazi 500 000 oboljelih dnevno, a do siječnja je narasla na 700 000 zaraženih po danu.¹⁰⁰ U studenom se nastavno na povećan broj oboljelih ponovno uvode stroge mjere za prevenciju pandemije. Zapadna Europa, pa tako i Hrvatska, uvode potpuni *lockdown*. Zatvaraju se odgojno – obrazovne institucije, ugostiteljski objekti, državne granice, a ograničava se i sloboda kretanja unutar mjesta prebivališta i boravišta.

Ključni događaj koji je obilježio drugi val pandemije bio je puštanje cjepiva.¹⁰¹

U prosincu 2020. godine puštene su prve doze cjepiva *Pfizer-BioNTech*. Velika Britanija je prva zemlja koja je 8. prosinca 2020. krenula s masovnim cijepljenjem¹⁰², a nedugo nakon SAD i zemlje članice Europske Unije nastavljaju s cijepljenjem istim cjepivom. "Drugi val epidemije obilježio je početak provedbe cijepljenja, kad je u Republiku Hrvatsku 27. prosinca 2020. godine stiglo prvih 9.750 doza cjepiva protiv koronavirusa tvrtke *Pfizer-BioNTech*."¹⁰³ Do kraja prosinca uz *Pfizer-BioNTech* puštena su i druga dva cjepiva, *AstraZeneca* na području Ujedinjenog Kraljevstva i Moderna¹⁰⁴.

⁹⁸ Ibid.

⁹⁹ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit.p.8

¹⁰⁰ **Timeline: WHO's COVID-19 response**, op.cit. (29.7.2024)

¹⁰¹ Ibid.

¹⁰² **Covid-19 vaccine: First person receives Pfizer jab in UK**, BBC, <https://www.bbc.com/news/uk-55227325>, (30.7.2024)

¹⁰³ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit., p.14. (29.7.2024)

¹⁰⁴ **Covid-19: Oxford-AstraZeneca vaccine approved for use in UK**, BBC, <https://www.bbc.com/news/health-55280671>, (30.7.2024.)

Problem na globalnoj razini u drugom valu pandemije bila je nestašica cjepiva. Izazovi u proizvodnji i distribuciji cjepiva bili su do sredine ožujka 2021. prisutni i u Hrvatskoj.¹⁰⁵ Nestašica cjepiva se najviše odrazila u zemljama slabijeg dohotka koje su ovisile o donacijama gospodarskih sila. Prema navodima BBC-a u trenutku kada su države s većim prihodom cijepile preko 50 % svoje populacije u zemljama slabijeg dohotka bilo je cijepljeno samo 2 % populacije.¹⁰⁶ Glavni razlog nestašice cjepiva bilo je ograničenje u proizvodnji i pomanjkanje glavnih materijala i sirovina za proizvodnju cjepiva s obzirom na to da su brojne zemlje u svrhu očuvanja vlastitih zaliha zbog povećane potražnje uvele dodatna ograničenja.¹⁰⁷

5.1.3. Treća faza - treći i četvrti val pandemije (prosinac 2021. – lipanj 2022.)

Netom nakon puštanja cjepiva u zapadnim državama, krajem prosinca 2021. krenuo je treći val pandemije uzrokovan novim sojevima virusa. Treći val najprije je zahvatio SAD, a nedugo nakon proširio se na Europu i ostatak svijeta.¹⁰⁸ Brojke ukupno zaraženih na globalnoj razini u siječnju rastu do 100 milijuna u kumulativu, a broj smrtnih slučajeva se popeo na 2 milijuna od početka pandemije. Zbog velike nestašice cjepiva i povećanog broja oboljelih WHO je u veljači odobrio nekoliko cjepiva za hitnu uporabu, 15. veljače 2021. odobrava korištenje *AstraZeneca*¹⁰⁹, a 12. ožujka 2021. odobrava se i novo cjepivo, *Johnson&Johnson*¹¹⁰

Prema navodima Ministarstva unutrašnjih poslova Republike Hrvatske, u Hrvatskoj se treći val epidemije pojavio u ožujku 2021. i trajao je tri mjeseca. Broj oboljelih u trećem valu bio je 3217,

¹⁰⁵Nestašica cjepiva u EU-u, najteže u Češkoj <https://vijesti.hrt.hr/eu/nestasicsa-cjepiva-u-eu-najteze-u-ceskoj-976927>

¹⁰⁶ **Covax: How many Covid vaccines have the US and the other G7 countries pledged?**, <https://www.bbc.com/news/world-55795297>, BBC, (30.7.2024)

¹⁰⁷ **Global Covid vaccine rollout threatened by shortage of vital components**, <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/10/global-covid-vaccine-rollout-threatened-by-shortage-of-vital-components>, Guardian, (30.7.2024)

¹⁰⁸ **Timeline: WHO's COVID-19 response**, op.cit. (30.7.2024)

¹⁰⁹ **WHO lists two additional COVID-19 vaccines for emergency use and COVAX roll-out**, WHO, <https://www.who.int/news/item/15-02-2021-who-lists-two-additional-covid-19-vaccines-for-emergency-use-and-covax-roll-out> (30.7.2024)

¹¹⁰ **WHO adds Janssen vaccine to list of safe and effective emergency tools against COVID-19**, WHO, <https://www.who.int/news/item/12-03-2021-who-adds-janssen-vaccine-to-list-of-safe-and-effective-emergency-tools-against-covid-19>, (30.7.2024)

od toga su 52 osobe preminule.¹¹¹ Kako se navodi u brošuri Ministarstva, treći val epidemije nastupio je netom prije turističke sezone i sve mjere su bile usmjerene na pojačanu kontrolu i nadzor lokalnih stožera. U sklopu trećeg vala pokrenuta je i kampanja „Safe Stay in Croatia“, a Hrvatska je ujedno bila i prva zemlja članica Europske Unije koja je uvela EU digitalne COVID potvrde. "Hrvatska je prva članica EU koja je u svibnju 2021. godine uspješno obavila pilot testiranje sustava besplatnih digitalnih zelenih potvrda, tzv. COVID putovnica, kojima je našim građanima i građanima EU omogućen lakši prelazak granice tijekom epidemije."¹¹²

Nastavno na treći val pandemije koji je bio uzrokovan novim sojevima virusa, pandemija ulazi u četvrti val u kojem se stvara novi soj virusa Delta.¹¹³ Delta varijanta virusa se puno brže prenosila za razliku od prethodnih varijanti. Populacija se nastavila procjepljivati, ali broj oboljelih se i dalje povećavao. Početkom četvrtog vala broj prijavljenih smrtnih slučajeva tjedno se kretao u prosjeku na 70 000 tjedno, a broj novozaraženih je tjedno bio oko 500 000.¹¹⁴ U četvrtom valu, s obzirom na veliki broj mutacija i prilagodbu virusa, prvi puta u pandemiji se bolest COVID - 19 javlja u većem postotku kod djece i mladih koji do tada nisu bili ugrožena skupina. U samim počecima pandemije djeca su činila ukupno 3 % oboljelih, dok se u četvrtom valu broj djece oboljele od COVID-19 u odnosu na ukupan broj oboljelih povećao na 25 %. U prvom tjednu rujna 2021. godine prijavljeno je preko 4 000 000 novih slučajeva.¹¹⁵

Situacija je eskalirala na jesen 2021. godine s povratkom djece u škole koje su postale izvor zaraze i mjesto širenja virusa. Iako je smrtnost kod djece bila niska, širenje zaraze je bitno utjecalo i opterećivalo zdravstveni sustav i bolničke kapacitete. Nakon godine i pol dana borbe s pandemijom uz dodatno opterećenje bolničkih kapaciteta na globalnoj razini se javljaju problemi onkoloških pacijenata i nemogućnost pružanja adekvatne zdravstvene skrbi pacijentima koji boluju od drugih akutnih ili kroničnih bolesti. Situacija je po pitanju pružanja najgora bila u SAD-u, primjere takvih navoda vidimo u članku The New York Timesa iz rujna 2021.godine koji

¹¹¹ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit., p.16

¹¹² Ibid.

¹¹³ **Weekly epidemiological update on COVID-19 - 27 July 2021**,

<https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---27-july-2021> (31.7.2024)

¹¹⁴ Ibid.

¹¹⁵ **Weekly epidemiological update on COVID-19 - 14 September 2021**

<https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---14-september-2021> (31.7.2024.)

izvještava o preopterećenosti bolničkih kapaciteta na jugu SAD-a pogotovo na odjelima intenzivne njege.¹¹⁶ S istim problemom borile su se i Europske države, a najgora situacija za vrijeme četvrtog vala bila je u Nizozemskoj.¹¹⁷

Glavna strategija za sprječavanje virusa i poboljšanje situacije bila je cijepljenje djece starije od 12 godina i adolescenata kako bi se zaštitile starije i ugrožene skupine. Uz brojne debate znanstvenika o tome treba li odobriti cijepljenje i za djecu mlađu od 12 godina, o kojima su pisali brojni svjetski mediji kao Guardian i BBC¹¹⁸, na posljetku je odluka donesena i potvrđena. Finalna odluka o odobravanju cjepiva za djecu u dobi od 5 do 11 godina objavljena je na službenoj stranici European Medicines Agency (EMA) u studenom 2021.¹¹⁹

Četvrti val epidemije u Hrvatskoj je trajao od kolovoza do prosinca 2021. godine. Prema navodima Gospodarstva unutarnjih poslova i Stožera civilne zaštite, ukupan broj oboljelih u tom razdoblju je bio 7315, a ukupno je preminulo 76 osoba.¹²⁰ Virus se ponašao kao i na globalnoj razini i najveći problem je bio povećanje broja oboljele djece i žarišta u školama koja su predstavljala prijetnju za starije dobne skupine. S obzirom na to Hrvatski zavod za javno zdravstvo je objavio je preporuku o dobrovoljnom cijepljenju djece u dobi od 5 do 11 godina.¹²¹

5.1.4. Četvrta faza - peti val i završetak pandemije (svibanj 2022.)

Peti i ujedno po većini izvora posljednji val pandemije bio je uzrokovan novim sojem virusa, Omicron. Krajem studenog WHO je potvrdio postojanje novog opasnog soja virusa koji se

¹¹⁶ BOSMAN, J., SMITH, M.: „Delta Surge Drives Home Painful Truth: Covid Isn’t Going Away, The New York Times, 5. rujan 2021, <https://www.nytimes.com/2021/08/16/us/covid-delta-variant-us.html>, (31.7.2024.)

¹¹⁷ **Pressure on Dutch hospitals mounts as COVID cases break records**, Reuters, <https://www.reuters.com/world/europe/pressure-dutch-hospitals-mounts-covid-cases-break-records-2021-11-15/> (31.7.2024.)

¹¹⁸ **Scientists not backing Covid jabs for 12 to 15-year-olds**, BBC, <https://www.bbc.com/news/health-58438669>, (31.7.2024.)

¹¹⁹ **Comirnaty COVID-19 vaccine: EMA recommends approval for children aged 5 to 11**, <https://www.ema.europa.eu/en/news/comirnaty-covid-19-vaccine-ema-recommends-approval-children-aged-5-11> (31.7.2024.)

¹²⁰ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit., p.8

¹²¹ **U Hrvatsku stiglo 50.000 doza Pfizerovog cjepiva za djecu: ‘Mladi itekako dobro reagiraju**, Jutarnji list, <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-hrvatsku-stiglo-50-000-doza-pfizerovog-cjepiva-za-djecu-mladi-itekako-dobro-reagiraju-15132341> (31.7.2024.)

rapidno širio i bio otporan na već stečeni imunitet.¹²² Kroz samo mjesec dana Omicron se iz Južnoafričke republike proširio u 70 zemalja. Peti val službeno je trajao od prosinca 2021. do ožujka 2022. godine. Glavna strategija za sprječavanje širenja virusa i stjecanje imuniteta bila je puštanje booster doze cjepiva kako bi se stekao dodatni imunitet.¹²³ Iako se virus rapidno širio i imunitet na njega nije bio razvijen, usprkos povećanom broju oboljelih i vrhuncu petog vala, broj smrtnih slučajeva u većini zemalja opada i trend opadanja se nastavio zahvaljujući novim dozama cjepiva.¹²⁴

Omicron se u Hrvatskoj pojavio u prosincu 2021.godine¹²⁵, a peti val pandemije službeno je krenuo u siječnju 2022.godine i trajao je do ožujka 2022. godine. Ukupan broj oboljelih u petom valu je iznosio 11 812, a u posljednjem valu je preminulo ukupno 66 osoba.¹²⁶

Kontinuirani trend opadanja broja oboljelih i još važnije opadanje stope smrtnosti uzrokovane virusom rezultiralo službenom odlukom Svjetske zdravstvene organizacije o proglašavanju kraja pandemije i izvanrednog stanja u javnom zdravstvu 5. svibnja 2022. godine.¹²⁷

Hrvatska Vlada je nastavno na donesenu odluku koje su pratile sve manje brojke novozaraženih osoba proglasila kraj epidemije u državi 11. svibnja 2022. godine, a kako navodi HRT time je ugašena i zadnja restriktivna mjera u svrhu prevencija širenja virusa i odgovornost se s kolektivnih mjera prebacuje na pojedince.¹²⁸ Do kraja 2022. godine mnoge su zemlje procijepile i do 70 % ukupnog stanovništva, Hrvatska prati taj trend i cijepljeno je preko 79 % odraslog i 56 % ukupnog

¹²² **Classification of Omicron (B.1.1.529): SARS-CoV-2 Variant of Concern**, [https://www.who.int/news/item/26-11-2021-classification-of-omicron-\(b.1.1.529\)-sars-cov-2-variant-of-concern](https://www.who.int/news/item/26-11-2021-classification-of-omicron-(b.1.1.529)-sars-cov-2-variant-of-concern) , (31.7.2024)

¹²³ **Važne informacije o pojavi novih varijanti virusa SARS-CoV-2 i prilagodbi cjepiva protiv bolesti COVID-19**, HZJZ, <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/vazne-informacije-o-pojavi-novih-varijanti-virusa-sars-cov-2-i-prilagodbi-cjepiva-protiv-bolesti-covid-19/> (31.7.2024)

¹²⁴ **Weekly epidemiological update on COVID-19 - 25 January 2022**, <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---25-january-2022> , (31.7.2024.)

¹²⁵ **Potvrđen je i treći slučaj omikrona u Hrvatskoj**, HZJZ, <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/omicron-u-hrvatskoj-potvrden-kod-dva-pacijenta/> (31.7.2024)

¹²⁶ **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, op.cit., p.8

¹²⁷ **WHO chief declares end to COVID-19 as a global health emergency**, <https://news.un.org/en/story/2023/05/1136367> (31.7.2024)

¹²⁸ **Vlada proglasila kraj epidemije, ukida se obveza nošenja maski** <https://vijesti.hrt.hr/hrvatska/vlada-proglasava-kraj-epidemije-10768766> (31.7.2024)

stanovništva.¹²⁹ COVID -19 je kao bolest i danas prisutna diljem svijeta, ali više se ne smatra prijetnjom javnom zdravstvu.

5.2. Društveno - gospodarski kontekst pandemije COVID-19

Kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 trajala je više od dvije godine, a društvo još uvijek, dvije godine nakon snosi posljedice.

Pandemija je utjecala na sve segmente ljudskog života, a najviše se odrazila na društveni život i mentalno zdravlje ljudi. Razlog između ostalog leži u brojnim mjerama uvedenima u svrhu sprječavanja širenja virusa, koje su zahtijevale strogu izolaciju i smanjen društveni kontakt. Prema briefu UN - a objavljenom u svibnju 2020. godine sa psihološkim stresom uzrokovanim pandemijom suočene su različite dobne skupne ljudi. Posebno se naglašava stanje zdravstvenih djelatnika koji su bili podvrgnuti stresu i pritisku, starije osobe s postojećim zdravstvenim problemima koji su bili najrizičnija skupina, ali i mlađa populacija koja je bila izložena povećanom obiteljskom stresu, socijalnoj izolaciji i čije obrazovanje je prekinuto, a mnogi su bili izloženi i povećanom nasilju i zlostavljanju.¹³⁰ Tezu o povećanoj razini obiteljskog nasilja uslijed karantene potvrdilo je istraživanje koje je provela grupa znanstvenika, a glavni zaključak istraživanja je bio da je pandemija COVID-19 značajno povećala učestalost nasilja u intimnim vezama pogotovo prema ženama. Ključni faktori koji su utjecali na povećanje obiteljskog nasilja su izolacija, ekonomska nesigurnost, stres i povećanje vremena provedenog u kući s potencijalnim zlostavljačima.¹³¹ Istraživanje je sugeriralo da su mjere, uvedene u svrhu sprječavanja širenja pandemije, bile glavni faktor za povećanje obiteljskog nasilja, ali uz nasilje, smanjeni društveni kontakti su u velikom broju doveli do povećanog osjećaja usamljenosti, depresije i anksioznosti što je potvrdilo i istraživanje koje je proveo WHO, a jedan od zaključaka bio da je pandemija uvelike doprinijela povećanju anksioznosti i depresije diljem svijeta i da se mentalni poremećaji u

¹²⁹ **Vlada proglasila kraj epidemije, ukida se obveza nošenja maski** <https://vijesti.hrt.hr/hrvatska/vlada-proglasava-kraj-epidemije-10768766> (31.7.2024)

Ibid.

¹³⁰ **Policy Brief: COVID-19 and the Need for Action on Mental Health**, United Nations

¹³¹ PIQUERO A.R. et.al: **Domestic violence during the COVID-19 pandemic - Evidence from a systematic review and meta-analysis**, Journal of Criminal Justice, Vol.74, No 101806, 2021, p7.

prvoj godini pandemije porasli za 25 %¹³² Narušavanje mentalnog zdravlja ljudi bilo je uzrokovano strahom od obolijevanja ili gubitka bliskih osoba, neizvjesnosti i ekonomskoj nesigurnosti.¹³³

Neizvjesnost i strah su blisko povezani s gospodarsko - ekonomskom slikom tog doba. Glavne državne mjere i preporuke zdravstvenih institucija bile su izolacija i karantena, a podrazumijevale su zatvaranja škola, fakulteta, ugostiteljskih objekata, teretana, frizerskih salona – svih djelatnosti koje su zahtijevale fizički kontakt. Posljedica uvedenih mjera je bila gašenje radnih mjesta ili prilagodba poslovnog modela ako je to bilo moguće takozvanom „novom normalnom“ koje je podrazumijevalo rad ili obrazovanje od doma odnosno *online*.

Sukladno navedenom stopa nezaposlenosti je porasla, milijuni ljudi u svijetu su ostali bez svojih radnih mjesta, obustavljeni su brojni pogoni i opskrbeni lanci što je dovelo do velike ekonomske krize i recesije u mnogim državama. U preglednom radu "Pandemija Covid-19: utjecaj na gospodarstvo i mjere za ublažavanje krize u Republici Hrvatskoj" Kunji i Stojanović su analizirali utjecaj pandemije na cjelokupnu ekonomiju i gospodarstvo Europske Unije i Hrvatske. Prema njihovom istraživanju BDP u drugom kvartalu 2020. godine je na razini Europske Unije pao za 13.8 %, dok je u Hrvatskoj ta brojka bila 15.4 %. Broj nezaposlenih je u 2020. godini u Hrvatskoj porastao za 14.24 %, a na razini Europske Unije nezaposlenost je porasla za 0,8 %.¹³⁴

Ekonomska kriza se osjetila najviše u nerazvijenim i srednje razvijenim državama, a pogotovo u onima čiji dohodak ovisi o turizmu i ugostiteljskoj djelatnosti. U istom radu Kunji i Stojanović navode: "Udio turizma i transporta u BDP-u i zaposlenosti u Hrvatskoj penje na visokih 25 % u 2018. godini što ukazuje na ranjivost hrvatskog gospodarstva u uvjetima iznenadnih šokova. (...) Raspoloživi podaci pokazuju kako se ukupan broj dolazaka i noćenja turista u 2020. u odnosu na 2019. godinu više nego prepolovio te se smanjio za 64 % i 55 %."¹³⁵ Uz turizam, veliki pad se osjetio i u industriji s obzirom na to da su brojni pogoni bili zatvoreni. Kako navode Kunji i

¹³² **Mental Health and COVID-19: Early evidence of the pandemic's impact**, Scientific brief, WHO,2022, <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/352189/WHO-2019-nCoV-Sci-Brief-Mental-health-2022.1-eng.pdf?sequence=1> (2.8.2024)

¹³³ Ibid.

¹³⁴ KUNJI, Ž., STOJANOVIĆ, S.: „**Pandemija Covid-19: utjecaj na gospodarstvo i mjere za ublažavanje krize u republici Hrvatskoj**“, Skei–međunarodni interdisciplinarni časopis, Vol 2., No1,2021, p.18 -19

¹³⁵ Ibid.

Stojanović na razini Europske Unije industrija je pala za 8 %, a najveći pad se bilježi u Italiji, 11.4 %¹³⁶

Pandemija je dovela do polarizacije društva na više razina, a najviše na gospodarskoj. Kako je gore već navedeno, ekonomska kriza se najviše osjetila u manje razvijenim državama s nižim dohotkom i u gospodarskim granama koje ovise o bliskim kontaktima, ali je zato područje digitalnih tehnologija za vrijeme pandemije imalo pozitivan rast u svim parametrima s obzirom na to da je digitalizacija bila jedini način da se poslovanja održe. Tako navode i autori Brkljača, Prskalo i Bakarić u svom stručnom radu: "Ključna prekretnica ubrzane pojave digitalnih rješenja i novih strateških pristupa i ciljeva organizacija i poduzeća je pojava pandemije COVID-19. Početkom prve pojave pandemije, došlo je do naglog usvajanja digitalnih rješenja, stvarajući nepredviđene prilike za povećanje alternativnih pristupa u društvenom i gospodarskom životu."¹³⁷

Digitalizacija se maksimalno ubrzala i implementirala u sve moguće poslovne procese i društvene sfere kako bi se omogućio funkcioniranje u izvanrednim uvjetima. Najznačajniji doprinosi bili su remote poslovanja, rad od doma, kao i osiguravanje nastave na daljinu, ali i održavanje komunikacije i kontakta putem društvenih mreža koja su za vrijeme pandemije doživjela vrhunac. Prema navodima autora iz spomenutog stručnog rada već u travnju 2020. godine 60 % tvrtki Europske Unije prakticiralo je rad od doma, dok je godinu dana prije samo četvrtina tih kompanija imala praksu rada od doma.¹³⁸

Iako je digitalna revolucija za vrijeme pandemije imala jako puno pozitivnih strana i benefita, postoji i negativna strana. Iz društvenog konteksta najvažniji je jaz koji je u tom trenutku još više došao do izražaja po pitanju informatički i ekonomski razvijenih i nerazvijenih društava, ali i društvenih skupina. Veliki broj populacije i dalje nema pristup internetu, točnije kako navode Brkljača, Prskalo i Bakarić u svom radu, samo 54 % svijeta je danas povezano s internetom.¹³⁹

Koliko je velik razmjer između razvijenih i manje razvijenih zemalja bio najviše je došlo do izražaja nakon puštanja cjepiva, a to potvrđuje činjenica da su velike svjetske sile procijepile preko

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ BRKLJAČA, K., PRSKALO, N., L., BAKARIĆ, B., M.: **Pregled prednosti i nedostataka digitalizacije, digitalnih rješenja, tehnologija i aplikacija korištenih u vrijeme pandemije**, Zbornik Veleučilišta u Rijeci, Vol. 12 (2024), No.1, p.376.

¹³⁸ Ibid.

¹³⁹ Ibid.

50 % svoje populacije dok su neke siromašnije zemlje u istom trenutku imale do 2 % populacije cijepljeno.¹⁴⁰

Veliku ulogu u informiranju, educiranju, ali stvaranju gore raspisanih okvira i konteksta pandemije imali su mediji.

5.3. Uloga medija za vrijeme pandemije COVID-19

Od samog početka pandemije mediji su preuzeli važnu ulogu informiranja javnosti o novonastaloj situaciji. Izvještavali su o „novom i nepoznatom“, a vrlo brzo su postali glavni alat svjetskih organizacija i državnih strategija u rješavanju korona krize prenoseći dnevno sve važne informacije javnosti s konferencija za novinare o novim mjerama, broju oboljelih i umrlih kao i projekcijama za budućnost. Primjer dobre suradnje vidimo u angažiranju Svjetske zdravstvene organizacije, kao i vlada i stožera brojnih država koji su dnevno organizirali konferencije za medije s ciljem dijeljenja potrebnih informacija i educiranja javnosti o načinima ponašanja i mjerama prevencije za vrijeme krize.

Isto tako, od samog početka pandemije mediji su bili društveno percipirani kao izvori lažnih i netočnih informacija koje šire u cilju stvaranja dodatne panike.

Kako navode Begović i Labaš u svom radu: "Pandemiju koronavirusa obilježila je borba točnih, jasnih i „čistih“ informacija protiv dezinformacija, istina protiv laži, pouzdanih protiv nepouzdanih informacija."¹⁴¹

Prema Begović i Labašu: "Prva lažna informacija o koronavirusu iz ruskih izvora objavljena je 22. siječnja, a registrirala ju je služba EuvsDisinfo. Prema toj informaciji, virus su kreirali ljudi i on je oružje koje je napravio NATO."¹⁴² Nakon toga je uslijedila poplava dezinformacija koja se nekontrolirano širila, pogotovo na društvenim mrežama. U Münchenu je kako navode Begović i Labaš, već u veljači 2020. godine direktor Svjetske zdravstvene organizacije Tados Adhanom

¹⁴¹ BEGOVIĆ, P., LABAŠ, D.: **Medijske navike, povjerenje publike i lažne vijesti u doba koronavirusa**, Communication Management Review, Vol. 06, No. 01, Zagreb, 2021, p. 9

¹⁴² Ibid.

Ghebreyesus na konferenciji za novinare dao sljedeću izjavu: "Lažne vijesti se šire brže i lakše nego virus – i isto toliko su opasne"¹⁴³ Zaključak njegovog govora kako navode Kurelović i ostali bio je da se svijet uz globalnu pandemiju bori i s infodemijom odnosno informacijskim poremećajem.¹⁴⁴

Pojam infodemije nije došao s pojavom COVID-19 pandemije, ali bi se moglo reći da je za vrijeme ove pandemije doživio svoj vrhunac. Prema Gordani Lesinger infodemija i infodemiologija su pojmovi koje je prvi put, u 2002. godini spomenuo njemački liječnik i znanstvenik Gunther Eysenbach.¹⁴⁵ Lesinger navodi definiciju infodemiju prema WHO koja kaže sljedeće:

„Infodemija je prekomjerna količina informacija, i na mreži i izvan nje. Podrazumijeva namjerne pokušaje širenja pogrešnih informacija kako bi se potkopao odgovor javnoga zdravstva te unaprijedio alternativni dnevni red grupa ili pojedinaca. Pogrešne informacije i dezinformacije mogu biti štetne za fizičko i mentalno zdravlje ljudi, mogu povećati stigmatizaciju, prijetiti dragocjenim zdravstvenim dobitcima, ali i dovesti do nedovoljnoga poštivanja mjera javnoga zdravstva, smanjujući tako njihovu učinkovitost i ugrožavajući sposobnost zemalja da zaustave pandemiju“¹⁴⁶

Posljedice infodemije mogu biti poražavajuće za vrijeme pandemije i stvoriti veliki društveni problem. Kurelović i suradnici prenose zaključke istraživanja provedenog u Velikoj Britaniji, Irskoj, Španjolskoj, SAD-u i Meksiku koje je potvrdilo da vjerovanje u dezinformacije nije učestalo, ali kod ispitanika koji su podložni dezinformacijama postoji pozitivna korelacija između podložnosti dezinformacijama i nepovjerenju u COVID-19 cjepivo uz nepridržavanje restriktivnih mjera.¹⁴⁷ Lesinger zaključuje da je uzrok nastanka infodemije bio velika potreba javnosti za

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ KRELJA - KURELOVIĆ, E., TOMAC, F., POLIĆ, T.: **Načini informiranja i prepoznavanje lažnih vijesti kod studenata u hrvatskoj tijekom covid-19 pandemije**, Veleučilišta u Rijeci, 2021., p. (1)
<https://doi.org/10.31784/zvr.9.1.7>

¹⁴⁵ LESINGER, G.: **Infodemija ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji virusa COVID-19**, South Eastern European Journal of Communication, Vol3, No1, Mostar, 2021., p.17

¹⁴⁶ LESINGER, G.: **Infodemija ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji virusa COVID-19**, op.cit.,p.18

¹⁴⁷ KRELJA - KURELOVIĆ, E., TOMAC, F., POLIĆ, T.: **Načini informiranja i prepoznavanje lažnih vijesti kod studenata u hrvatskoj tijekom covid-19 pandemije**, Prema: ROOZENBEEK, J. Et.al.: **Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world**. The Royal Society Publishing, 2020.
<https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.201199> (6.8.2024.)

informacijama vezanim za pandemiju, ali i zbog šuma u komunikaciji znanstvenika koja je bila površno interpretirana i prenošena elektroničkim medijima.¹⁴⁸

Dio svjetske populacije se u trenutku krize oslanjao na medije, s naglaskom na tradicionalne medije, kako bi se educirali i informirali o nastaloj situaciji, dok je drugi dio populacije informacije objavljene u medijima smatrao lažnim informacijama i senzacionalizmom. Povjerenje i uloga medija se razlikovala ovisno o državama i dobnim skupinama, kao i vrsti medija, a percepcija medija u javnosti i nagle promjene u povjerenju javnosti u medije je, nastavno na promjene trenda uslijed pandemije, postalo područje interesa brojnih znanstvenika.

Skupina znanstvenika provela je istraživanje u Švicarskoj u kojem su ispitivali utjecaj krize na promjene u povjerenje u medije, koji stavovi pokreću te promjene i kako će se to odraziti na pridržavanje propisanih restriktivnih mjera. Istraživanjem su došli do zaključka da švicarska javnost više povjerenja ima u tradicionalne od netradicionalnih medija za vrijeme pandemije, a i da je povjerenje u tradicionalne medije pozitivno povezano s pridržavanjem propisanih mjera čijem su pridržavanju prema njihovom istraživanju bile sklonije žene i starije osobe. Također istraživanje je pokazalo trend opadanja povjerenja u političke informacije u svim medijima, a javni servis je percipiran u javnosti kao najrelevantniji izvor informacija.¹⁴⁹

Istraživanje o navikama u korištenju i povjerenju u medije za vrijeme pandemije provedeno je i na Reuters Institutu u šest država (Argentina, Njemačka, Južna Koreja, Španjolska, Velika Britanija i SAD). Glavni zaključci istraživanja su da je konzumacija vijesti za vrijeme pandemije povećana u svih šest zemalja i da većina ispitanika vjeruje medijima za koje smatraju da su im pomogli u razumijevanju pandemije i novonastale situacije, ali u najvećoj mjeri vjeruju znanstvenicima, liječnicima i stručnjacima. Iako većina ispitanika smatra da su mediji preuveličali pandemiju prema istraživanju lažne vijesti i dezinformacije se najviše šire preko društvenih mreža.¹⁵⁰ U ovom istraživanju istaknute su razlike u konzumiranju informacija ovisno o državi i

¹⁴⁸ LESINGER, G.: **Infodemija ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji virusa COVID-19**, op.cit.23

¹⁴⁹ ADAM, S., URMAN, A., ARLT, D., GIL-LOPEZ, T., MAKHORTYKH, M., MAIER, M.: **Media Trust and the COVID-19 Pandemic: An Analysis of Short-Term Trust Changes, Their Ideological Drivers and Consequences in Switzerland**. *Communic Research*, Vol.50, No2, 2023, p

¹⁵⁰ KLEIS NIELSEN, R., FLETCHER, R., et al: **Navigating the 'Infodemic': How People in Six Countries Access and Rate News and Information about Coronavirus**, Reuters Institute for the study of journalism, DOI: 10.60625/risj-b838-pw85, 2020, p.30

pokazalo se da Njemačka i Velika Britanija imaju relativno visoko povjerenje u tradicionalne medije i znanstvenike, ispitanici iz Španjolske i Argentine češće do informacija dolaze preko društvenih mreža, dok su mediji bili ključni u kreiranju mišljenja o pandemiji u SAD-u i Južnoj Koreji. Poveznica koja je pronađena u ovom istraživanju o načinu na koji su ispitanici dolazili do informacija je razina formalnog obrazovanja i dob. Ispitanici s većom razinom formalnog obrazovanja više koriste stručnjake i znanstvenike uz medijske organizacije kako bi došli do novih informacija, dok ispitanici s nižom razinom obrazovanja se češće informiraju preko društvenih mreža i osoba koje su „više slične njima“. Izuzetak iz ovog pravila je bila Njemačka u kojoj mlađa populacija, neovisno o stupnju obrazovanja, također teži informiranju preko društvenih mreža.¹⁵¹ Podatke i rezultate ovog istraživanja se može promatrati u kontekstu informacija koje Kurelović i suradnici prenose s portala Statista iz 2020. godine, a prema kojima se 37 % stanovnika Europe dnevno susreće s dezinformacijama. Lažne vijesti su bile najprisutnije u Španjolskoj, a najmanje u Finskoj. Rezultati globalnog istraživanja, koje također tumače Kurelović i suradnici, a koje je objavio Watson ukazuju da se najviše lažnih vijesti pronalazi na društvenim mrežama (61 %), zatim na televiziji (51 %), a najmanje u tiskanim medijima (44 %).¹⁵²

Brojne europske i svjetske organizacije su sudjelovale u sprječavanju i kontroli širenja dezinformacija. Begović i Labaš navode prema Kristini de Vlack, kako su mediji osnovali platforme za širenje javnozdravstvenih poruka, Facebook i Google su uveli informativne centre za koronavirus, a odgovornost medija je u globalu bila velika.¹⁵³

Usprkos izazovima situacije i negativnim stranama neosporno je da su mediji odigrali važnu ulogu za vrijeme krize.

Do sličnog zaključka došli su i Mach i suradnici, kako piše Čatipović, koji navode da su medij imali ključnu ulogu u komunikaciji, pogotovo u pogledu izvještavanja o promjenama u javnom

¹⁵¹ Ibid.

¹⁵² KRELJA - KURELOVIĆ, E., TOMAC, F., POLIĆ, T.: **Načini informiranja i prepoznavanje lažnih vijesti kod studenata u hrvatskoj tijekom covid-19 pandemije**, Prema: WATSON, A.: **Coronavirus fake news frequency in the UK in September 2020**. Statista. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/1112492/coronavirus-fake-news-frequency-in-the-uk/>

¹⁵³ BEGOVIĆ, P., LABAŠ, D.: **Medijske navike, povjerenje publike i lažne vijesti u doba koronavirusa**, prema: Hec.edu (2020). **What is the Role of Social Media During the COVID-19 Crisis?** Dostupno na: <https://www.hec.edu/en/knowledge/instant/what-role-social-media-during-covid-19-crisis-0>

zdravstvu. Kroz medije su se komunicirali rizici, oblikovalo se javno mnijenje, vodila se javna rasprava, odnosno mediji su imali centralnu ulogu u komuniciranju informacija javnih politika.¹⁵⁴

¹⁵⁴ ČATIPOVIĆ, P.: Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19, op.cit. Prema: MACH, K. J., et.al: (2021). News media coverage of COVID-19 public health and policy information. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8 (1), 1–11. doi; <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00900-z>

6. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Temeljni cilj istraživanja bio je utvrditi na koji način su odabrani hrvatski internetski portali izvještavali o velikoj krizi koja je zadesila cijeli svijet – pandemiji uzrokovanoj bolesti COVID-19.

S obzirom na izvanrednu situaciju koja je vladala i već standardne izazove novinarske struke, glavni fokus istraživanja bio je analizirati jesu li se i u kojoj mjeri prilikom izvještavanja i objavljivanja sadržaja na temu pandemije COVID - 19 internetski portali pridržavali novinarskih načela, jesu li izvještavali senzacionalistički ili podlijegali *copy&paste* novinarstvu.

Glavni cilj istraživanja je utvrditi analizom sadržaja jesu li odabrani internetski portali; *Index.hr*, *24sata online* i *Net.hr* izvještavali javnost o pandemiji koronavirusa sukladno načelima novinarskog izvještavanja u kriznim situacijama, neovisno o vremenskom razdoblju krize.

6.1. Istraživačka pitanja

U skladu s glavnim ciljem istraživanja postavljena su istraživačka pitanja:

1. Jesu li se odabrani internetski portali pridržavali načela novinarske struke u kriznim situacijama pri izvještavanju o koronavirusu?
2. Postoje li razlike u načinu izvještavanja internetskih portala na temu koronavirusa u odnosu na odabrana vremenska razdoblja?
3. Postoje li razlike u izvještavanju svakog pojedinog internetskog portala na temu pandemije koronavirusa ili se pribjegavalo *copy&paste* novinarstvu?
4. Jesu li odabrani internetski portali izvještavali na senzacionalistički način o temi koronavirusa?
5. Jesu li internetski portali svojim načinom izvještavanja doprinijeli širenju panike u kriznoj situaciji?

6.2. Analiza sadržaja

Za potrebe istraživanja koristila se kvalitativna i kvantitativna metoda analize sadržaja, jedna od najčešće korištenih znanstvenih metoda za analizu sadržaja medija.

Kvalitativna analiza jest izdvajanje karakterističnih tekstova, najvišeg stupnja etike prijepornosti, prema kategorijama istraživanja i njihova analiza dok kvantitativna analiza ima zadaću pokazati brojkama podatke analize sadržaja etičkih kontroverzi.¹⁵⁵

Ona uključuje definiranje istraživačkih ciljeva i postavljanje istraživačkih pitanja, odabir reprezentativnog uzorka i medija za analizu prema definiranim kriterijima, razvoj matrice za kodiranje i kategorizaciju podataka, kvantifikaciju prikupljenih podataka te njihovu analizu i interpretaciju.

Metodom analize sadržaja se pokušava ustanoviti kakva se poruka nalazi u pojedinom prilogu ili tekstu u sredstvima informiranja. Prema Almiru Elezović kvantitativna analiza sadržaja je opisana kao način kojim se pokušava proizvesti objektivan, kvantitativan i opravdan opis sadržaja. Praćenjem sadržaja pokušava se pronaći odgovarajuće veze i odnose između pojava u podacima.¹⁵⁶

Izazovi, odnosno nedostaci analize sadržaja se nalaze upravo u objektivnosti pronađenih veza i odnosa u podacima. S obzirom da se cijelo istraživanje zasniva na subjektivnom mjerenju definiranih kriterija postavljenih u matrici za analizu sadržaja ovakva istraživanja se mogu tumačiti i kao medijska kritika.¹⁵⁷

Ipak velika količina podataka opravdava korištenje ove metode za istraživanje medijskog sadržaja, a kako i Elezović navodi: "Analiza sadržaja pruža mogućnost za stvaranje *velike slike* ili opći opis predmeta istraživanja". Kako ga McQuail opisuje, praćenje "nije akademski luksuz, već presudna funkcija koja služi kao sredstvo za reviziju odnosno provjeru demokracije. Na temelju

¹⁵⁵ VILOVIĆ, G.: **Medijski prijepori u Globusu i Nacionalu**, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 1999-2000.p.113.

¹⁵⁶ ELEZOVIĆ, A.: **O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.)**, Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije , Vol. 18 No. 1, 2012., p.62.

¹⁵⁷ Ibid.

kvantitativne analize sadržaja moguće je pronaći različite rasprave i društvene aktere u određenom vremenu i posebno istaknuti zanimljive trenutke ili teme za daljnju analizu."¹⁵⁸

Kako je već navedeno, glavni cilj ovog istraživanja bio je analizirati na koji način su internetski portali izvještavali na temu pandemije uzrokovane bolesti COVID-19, odnosno na koji način su internetski portali izvještavali u kriznoj situaciji koja nas je zadesila.

Glavni fokus je bio istražiti jesu li se odabrani internetski portali pridržavali osnovnih novinarskih načela: poštenje, iskrenost, točnost, uravnoteženost i nepristranost.¹⁵⁹

Internetski portali odabrani za istraživanje su birani prema kriteriju čitanosti, odnosno odabrana su prema "Digital News Reportu Reutersovog instituta" tri najčitanija hrvatska portala za 2020. godinu: *Index.hr*, *24sata online* i *Jutarnji list online*. Zbog vremenskog odmaka i tehničke nemogućnosti pretraživanja RSS feeda na portalu Jutarnji list online – za istraživanje je naknadno odabran četvrti najčitaniji portal - *Net.hr*.¹⁶⁰

Kao ključna varijabla u istraživanju, uz odabrane portale, uzeti su strogo definirani vremenski periodi u različitim etapama korona krize. Pokušalo se istražiti utječe li vremensko trajanje krize, gospodarsko i političko stanje u državi, koje je izazvano krizom ili na koje kriza direktno utječe, na način na koji će mediji pokrivati i izvještavati o istoj temi.

Sukladno navedenom analiza se provodila kroz tri vremenska razdoblja pandemije u trajanju po 14 dana.

Kao početno razdoblje provođenja istraživanja uzeo se početak pandemije u Hrvatskoj i proglašenje karantene, od 12. ožujka do 26. ožujka 2020. U ovom periodu o pandemiji se znalo jako malo, u svijetu je vladala panika i pretpostavka je da su mediji u ovom trenutku izvještavali više odnosno da su „bombardirali“ javnost novim informacijama i razvojem situacije. Pretpostavka je također da su u ovom periodu naslovi bili senzacionalistički i da su mediji doprinijeli širenju panike.

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ MALOVIĆ, S: **Osnove novinarstva**, Golden Marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005., p.18

¹⁶⁰ NEWMAN, N. et al: **Reuters Institute Digital News Report 2021**, Reuters Institute for the Study of Journalism, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf, 2021., p.70.

Drugo vremensko razdoblje odabrano je za vrijeme turističke sezone, od 5. kolovoza do 19. kolovoza 2020. godine. Ovo je period smanjene incidencije bolesti kao što su gripa i COVID – 19, ali isto tako je ovo period glavne turističke sezone u Hrvatskoj i pretpostavka je da su mediji uvjetovani gospodarskim stanjem u državi u ovom periodu izvještavali manje na temu koronavirusa i da fokus izvještavanja nije bio širenje panike zbog pogubne pandemije već utjecaj pandemije na turističku sezonu. Pretpostavka je da su naslovi bili manje senzacionalistički i da se nije širila panika.

Treće odabrano razdoblje je u jesen, od 15. listopada do 29. listopada 2020. godine, zbog početka akademske i školske godine. U ovom dijelu godine očekivana su učestalija obolijevanja od bolesti kao što su gripa i COVID-19. Glavna pretpostavka je da su mediji u ovom periodu opet izvještavali pristrano i senzacionalistički te tako doprinijeli širenju panike u široj javnosti.

Zbog vremenskog odmaka izvještavanja i provođenja istraživanja članci su prikupljeni preko RSS feeda navedenih portala uz pomoć ključnih riječi za pretragu koje su s obzirom na veliku količinu objavljenih članaka sužene na: Covid-19, pandemija, karantena, lockdown, samoizolacija i Nacionalni krizni stožer.

Ovim načinom pretrage kroz tri navedena perioda ukupno je prikupljeno 2713 članaka.

Kvantitativnom analizom će se usporediti koliko je koji portal izvještavao u odabranim periodima, a kao dodatna varijabla objavljenim člancima bit će broj oboljelih u navedenim periodima kako bi se usporedila količina objavljenih članaka s brojem oboljelih u kumulativu navedenog perioda.

Kvalitativnom analizom obradit će se 149 odabranih članaka u kojima će se kroz matricu za analizu sadržaja istražiti jesu li u odabranim člancima prilikom izvještavanja internetski portali izvještavali sukladno etičkim postulatima novinarske struke i jesu li objavljeni članci senzacionalistički, kao i u kojem postotku se primjenjivalo *copy&paste* novinarstvo.

Članci odabrani za kvalitativnu analizu su isključivo članci koji su objavljeni u satnom intervalu od 14 h do 15 h. Navedeni interval je odabran zbog konferencije za novinare koju je Nacionalni stožer održavao svakim danom u 14 h. Pretpostavka je da se u tom intervalu izvještavalo u najvećem broju s najnovijim informacijama.

Kao kriteriji za kvalitativnu analizu sadržaja uzeti su: tema, povezanost naslova s tekstom, naslov, aspekt, geografski fokus, novinarski žanr, dužina i tonalitet članka, broj izvora i izjava, vrsta izvora, dubina obrade članka, korištene poveznice i uloga poveznice u tekstu, oprema članka, jezik i stil članka i na koncu cilj članka.

Analiza prema navedenim kriterijima, koji su definirani u stručnoj literaturi, je provedena po svakom članku koji predstavlja mjernu jedinicu istraživanja. Ovisno o zadovoljenju navedenih kriterija svaki je članak ocijenjen prema etičkim postulatima novinarske struke. U obzir se uzimalo koliko je i kakvih izvora članak imao, koliko je izjava bilo unutar članka i koja je razina dubine obrade članka kako bi se ocijenila istinitost pojedinog članka. Broj izjava i izvora, kao i poveznica unutar članka su bili ključni elementi u procjeni točnosti članka. Analiziralo se jesu li u članku pokrivena sve strane priče kako bi se utvrdila uravnoteženost i poštenje u objavljenom tekstu. Nepriistranost članka se procjenjivala kroz relevantnost članka i pokrivanje svih aspekata priče, vrsti i broju izvora u članku. Dodatno se analizom jezika i stila članka kao i povezanosti naslova s tekstom procijenilo je li članak pisan na senzacionalistički način i jesu li naslovi članaka bili senzacionalistički. Pretpostavka je bila da je medijsko izvještavanje doprinijelo širenju panike u javnosti, pa se subjektivnom procjenom i analizom teksta, jezika i stila, multimedije i sadržaja poveznica unutar članka ocjenjivalo se je li pojedini članak doprinio širenju panike.

S obzirom na kriznu situaciju i veliku količinu objavljenih članaka u kratkom roku analiziralo se koliko članaka je bilo neupitno i nepromijenjeno preuzeto s drugog medija, odnosno *copy&paste* novinarstvo. Kako bi se zaključilo koji članak je kopiran relevantni kriterij je bilo vrijeme objave. Ukoliko je u trenutku objave članak identičnog sadržaja već objavljen na drugim portalima – članak se ocijenio kao *copy&paste* članak.

7. ANALIZA DOBIVENIH REZULTATA

Istraživanjem je ukupno obuhvaćeno 2713 članaka koji su objavljeni kroz 45 dana ključnih intervala u prvom i drugom valu pandemije, a pratili su se na 3 navedena internetska portala.

7.1. Kvantitativna analiza

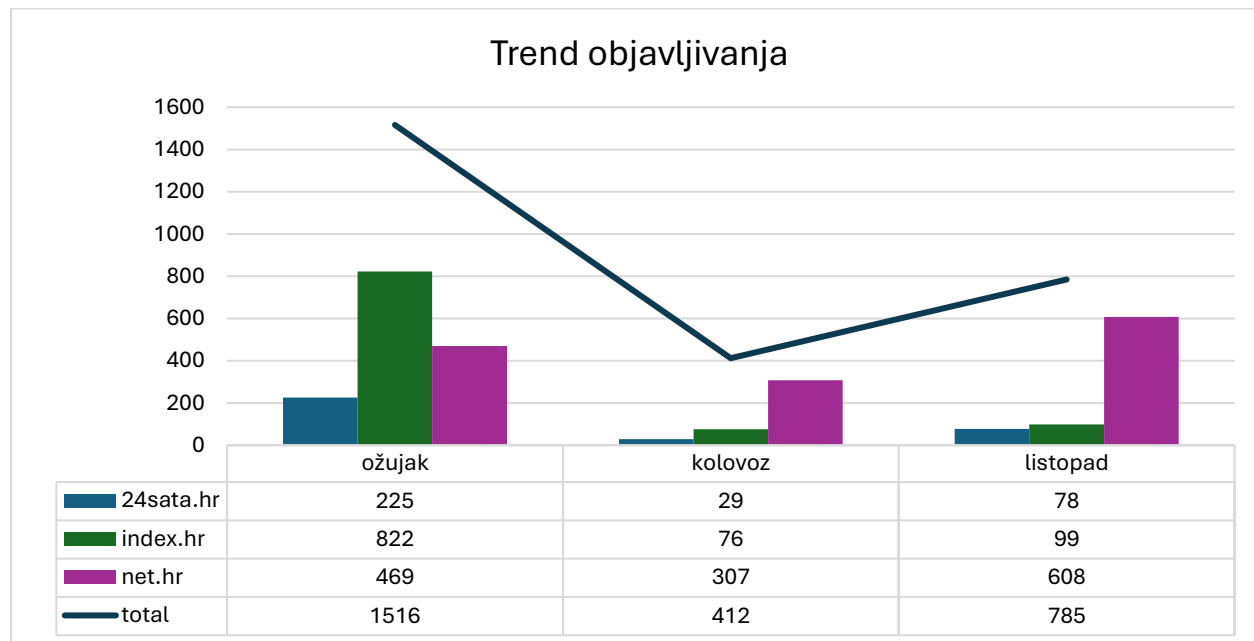
Kvantitativnom analizom se pokušalo utvrditi postoje li razlike u količinama objavljenih tekstova ovisno o vremenskom periodu i broju oboljelih u vremenskom periodu.

Uzorak članaka i prikupljanje je provedeno pretragom RSS feeda pomoću definiranih ključnih riječi koje su prilagođene članku koji se pretraživao, a količina dobivenih članaka je dovoljno velika da bi se analiza i trend objavljivanja smatrali relevantnima.

7.1.1. Analiza trenda izvještavanja po vremenskim intervalima

Na grafikonu niže je prikazan ukupan broj objavljenih članaka po odabranim vremenskim periodima.

1. Grafikon br.1: Broj objavljenih članaka po mjesecima i portalima



Izvor: obrada autorice

Promatrajući apsolutne brojke vidimo da je u ožujku objavljen najveći broj članaka u usporedbi s druga dva vremenska perioda, ukupno 1516. Od toga samo 14 % objavljenih članaka je objavljeno na *24sata.hr*, 31 % objavljenih članaka objavljeno je na portalu *Index.hr*, dok je preko 54 % članaka u ovom periodu objavljeno na portalu *Net.hr*.

Sva tri portala prate isti trend u količinama objavljenih članaka po vremenskim periodima i smanjuju broj objavljenih članaka na temu COVID-19 u kolovozu, odnosno ljetnim mjesecima. Promjena u prikazu u kolovozu je u omjeru članaka po portalu, gdje u ljetnom periodu preko 70 % članaka objavljuje portal *Net.hr* dok *24sata.hr* potpisuje samo 7 % ukupnog broja.

U listopadu se na sva tri portala jasno vidi porast u ukupnoj brojci objavljenih članka, dok je omjer objavljenih članaka po portalu sličan kao i u kolovozu. Najveći postotak objavljenih članaka odlazi na portal *Net.hr*, preko 50 %.

Od 2713 objavljenih članaka 12 % članaka je objavljeno na portalu *24sata.hr*. U apsolutnim brojkama kroz 45 dana obuhvaćenim istraživanjem na *24sata.hr* su objavljena 332 članka, 37 % članaka je objavljeno na *Index.hr* portalu odnosno ukupno 997 članaka kroz tri vremenska perioda dok je preko 50 % ukupno prikupljenih članaka objavljeno na portalu *Net.hr*, odnosno u apsolutnim brojkama 1384 članka.

Index.hr je daleko najviše u usporedbi s druga dva portala objavljivao na početku pandemije, a s vremenskim odmakom broj objavljenih članaka na portalu drastično opada. *Net.hr* po vremenskom periodu objavljuje u prosjeku 20 % ukupno objavljenih članaka po svakom vremenskom periodu. Izuzev pada u kolovozu na portalu *Net.hr* vidimo porast angažiranost u izvještavanju na temu koronavirusa kako vrijeme odmiče.

7.1.2. Analiza trenda objavljivanja u odnosu s brojem oboljelih

Obzirom na pandemiju i zdravstvenu krizu koja je proglašena u cijelom svijetu kao bitna varijabla koja utječe na medijsku pokrivenost teme i izvještavanje uzet je i ukupan broj COVID -

19 pozitivnih osoba u Republici Hrvatskoj po odabranim vremenskim periodima. Niže je tabelarni prikaz ukupnog broja oboljelih i broja objavljenih članaka po danu.¹⁶¹

1. Tablica br.1: Prikaz objavljenih članaka u odnosu na broj oboljelih

OŽUJAK			KOLOVOZ			LISTOPAD		
DATUM	ČLANCI	OBOLJELI	DATUM	ČLANCI	OBOLJELI	DATUM	ČLANCI	OBOLJELI
12.ožu	108	27	5.kol	9	25	15.lis	42	939
13.ožu	93	31	6.kol	14	54	16.lis	64	1239
14.ožu	57	38	7.kol	24	70	17.lis	32	796
15.ožu	65	49	8.kol	18	79	18.lis	30	426
16.ožu	109	56	9.kol	20	27	19.lis	54	868
17.ožu	107	69	10.kol	23	84	20.lis	48	1589
18.ožu	117	89	11.kol	36	128	21.lis	44	1626
19.ožu	114	105	12.kol	30	132	22.lis	59	2053
20.ožu	122	128	13.kol	39	229	23.lis	49	2294
21.ožu	89	206	14.kol	37	179	24.lis	32	2246
22.ožu	37	254	15.kol	27	156	25.lis	41	740
23.ožu	87	315	16.kol	30	105	26.lis	59	1469
24.ožu	147	382	17.kol	23	147	27.lis	69	2526
25.ožu	150	442	18.kol	35	245	28.lis	95	2632
26.ožu	114	495	19.kol	47	255	29.lis	67	2817

Izvor: obrada autorice

Kako broj pozitivnih osoba raste u vremenskom kumulativu usporedba se ne može napraviti prema apsolutnim brojkama. U svrhu istraživanja kako bi se mogla napraviti usporedba pokrivenosti teme obzirom na broj pozitivnih osoba, promatrao se ukupan broj objavljenih članaka u odnosu na prosječan broj oboljelih po navedenom periodu.

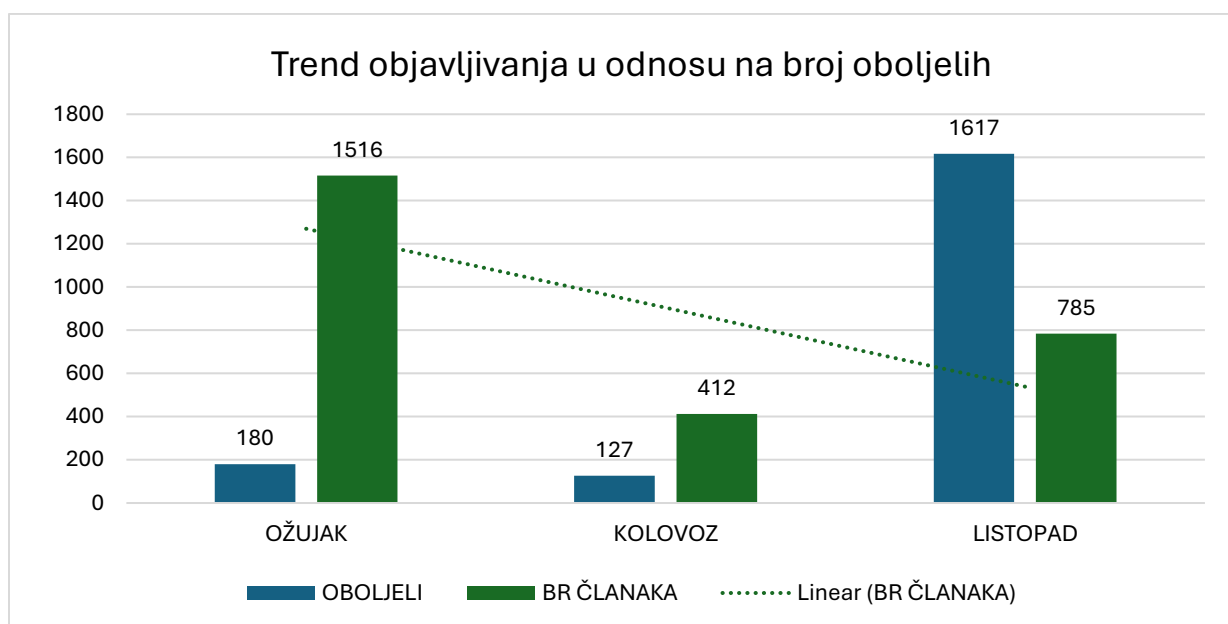
Usporedbom navedenih parametara uočen je obrnuto proporcionalni trend objavljivanja članaka u odnosu na prosječan broj oboljelih u određenim vremenskim periodima.

U ožujku je prosječan broj osoba oboljelih od bolesti COVID-19 bio 180 dok je broj objavljenih članaka na temu iznosio preko 1500. Kao što je i očekivano u ljetnim mjesecima je smanjen prosječan broj oboljelih od virusa kao što je gripa i u kolovozu 2020. godine prosječan broj osoba

¹⁶¹ COVID-19 – izvješće HZJZ-a, Hrvatski javod za javno zdravstvo, <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/covid-19-izvjesce-hzjz-a/>, (21.6.2024.)

oboljelih od zarazne bolesti COVID-19 je bio 127, a broj objavljenih članaka u odnosu na ožujak drastično opada na 412. U listopadu broj oboljelih raste u prosjeku na 1617 dok broj objavljenih članaka u odnosu na ožujak pada za 50 %. U odnosu na kolovoz broj objavljenih članaka raste za 100 %. Može se zaključiti da broj oboljelih je utjecao na način i količinu izvještavanja, ali ne u proporcionalnom trendu, odnosno broj oboljelih nije bio ključna varijabla za količinu objavljivanja za vrijeme pandemije.

2. Grafikon br.2: Broj objavljenih članaka u odnosu na broj oboljelih



Izvor: obrada autorice

7.1.3. Analiza izvještavanja po satnom intervalu

U istraživanju se analiziralo i kako se izvještavanje na temu pandemije koronavirusa kretalo po satnim intervalima. Pokušalo se istražiti u kojem satnom intervalu se izvještavalo najviše i je li postojala razlika u udarnom satnom intervalu i koliko je na intenzitet objava po satnom intervalu utjecao promatrani vremenski period, odnosno mjesec objave.

Iz niže priložene tablice se vidi da je najveći broj članaka objavljivani u periodu od 12:00 h do 14:00 h u svim analiziranim vremenskim periodima. Ovakav rezultat se mogao očekivati obzirom da su u 12:00 h županijski krizni stožeri započinjali s objavljivanjem dnevnih izvještaja o stanju po županijama.

U ožujku se po satnom intervalu objavljivalo u prosjeku 80 članaka po satu, dok se u udarnim intervalima objavljivalo preko 110 članaka po satu. U kolovozu taj brojka u prosjeku iznosi 19 članaka po satu dok u listopadu broj objavljenih članaka po satu ide na 40, a ključni interval doseže 66 objavljenih članaka po satu.

1. Tablica br.2: Prikaz objavljenih članaka po satu

SAT	OŽUJAK	KOLOVOZ	LISTOPAD	UKUPNO
0	4		1	5
3	1			1
4		3	1	4
5	4	29	25	58
6	54	21	44	119
7	67	31	49	147
8	80	26	44	150
9	89	29	54	172
10	97	25	63	185
11	87	39	48	174
12	111	27	66	204
13	110	31	55	196
14	75	24	56	155
15	100	18	46	164
16	84	18	40	142
17	94	11	36	141
18	80	22	43	145
19	91	12	39	142
20	91	22	30	143
21	82	19	31	132
22	80	5	13	98
23	35		1	36
UKUPNO	1516	412	785	2713

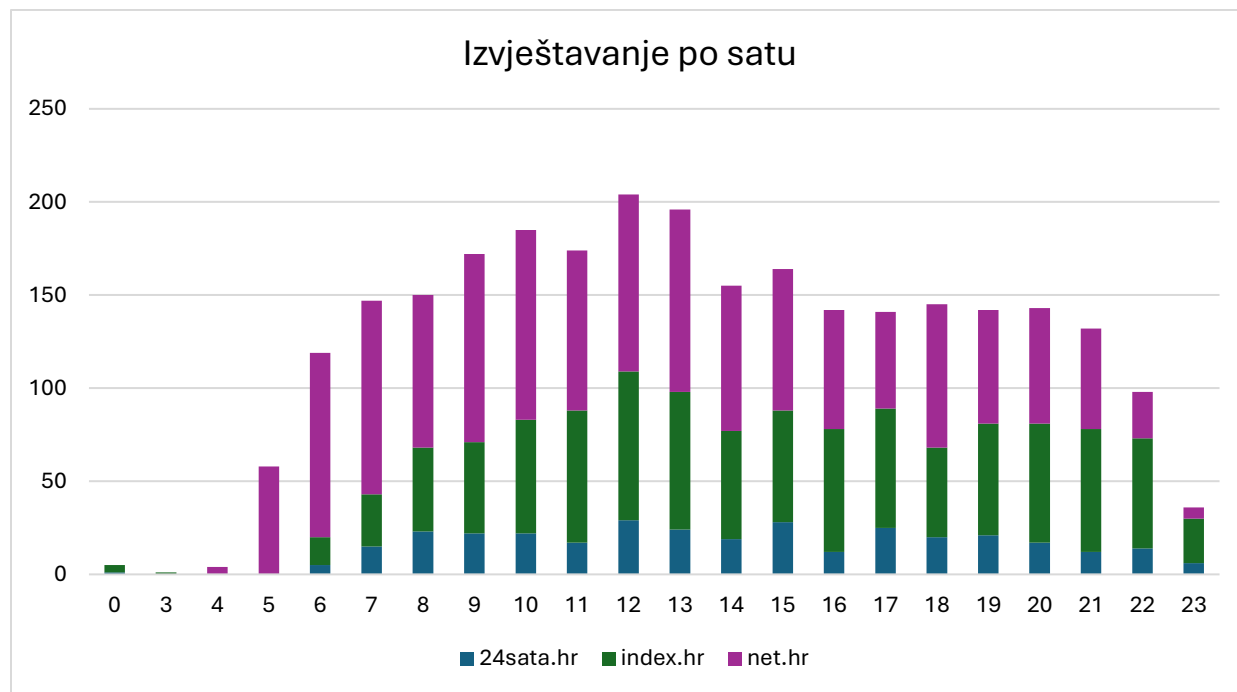
Izvor: obrada autorice

Portali *Index.hr* i *24sata.hr* su najviše članaka objavljivali između 12:00 h i 13:00 h po raznim temama, ali s glavnim fokusom na izvještaje lokalnih i nacionalnih stožera. Portal *Net.hr* najveći broj članaka objavljivao u intervalu između 08:00 i 09:00 h, a visoki broj objava, preko 100 članaka po satu je *Net.hr* objavljivao u svakom jutarnjem satnom intervalu, od 6:00 h do 13:00 h u svim vremenskim periodima.

Pretpostavka je bila da će interval s najvećim brojem objavljenih članaka biti u 14:00 h obzirom da je Nacionalni krizni stožer redovno održavao konferenciju za novinare s početkom u 14:00 h. Ipak kod sva tri internetska portala koja su analizirana u tom satnom intervalu se vidi manji broj objavljenih članaka u odnosu na prethodne intervale.

Točan prikaz izvještavanja sva tri portala po satnim intervalima vidi se na grafikonu niže.

3. Grafikon br.3: Intervalno izvještavanje po portalu



Izvor: obrada autorice

Članci iz navedenog intervala, neposredno nakon konferencije za novinare su uzeti u obradu za kvalitativnu analizu sadržaja. Analiziralo se na koji način su internetski portali izvještavali o kriznoj situaciji po dobivanju izvještaja o zadnjem, aktualnom stanju

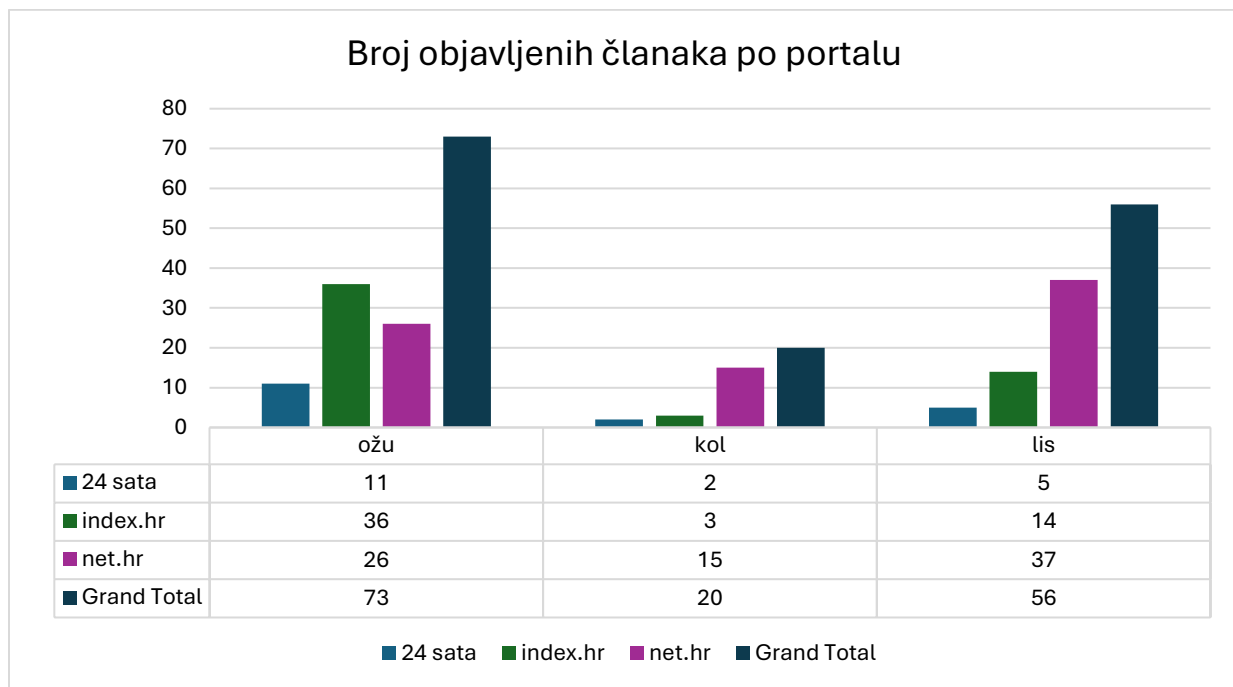
7.2. Kvalitativna analiza

Kvalitativnom analizom obuhvaćeni su svi članci koji su objavljeni u satnom intervalu od 14:00 do 15:00 h kroz sva tri vremenska perioda na sva tri analizirana internetska portala. Navedeno vrijeme je odabrano zbog toga što se u 14:00 h svakim danom odvijala konferencija za novinare održavana od strane Nacionalnog kriznog stožera.

U tom satnom intervalu svi mediji su raspolagali najnovijim informacijama o stanju u cijeloj državi po pitanju pandemije uzrokovane bolesti COVID-19.

Po ovim kriterijima izdvojeno je i analizirano ukupno 149 članaka, a glavni cilj kvalitativne analize bio je utvrditi jesu li se mediji u izvještavanju pridržavali osnovnih načela novinarske struke.

4. Grafikon br.4: Broj objavljenih članaka po portalu



Izvor: obrada autorice

Svi analizirani članci su provučeni kroz matricu za analizu sadržaja po kojoj su definirani, popisani i ocijenjeni sljedeći elementi: tema članka, povezanost naslova s tekstom, aspekt, novinarski žanr,

dužina i tonalitet članka, broj izvora, vrsta izvora, izvor, broj izjava, autor, dubina obrade teksta, postojanje poveznica unutar teksta, uloga poveznica u tekstu, oprema članka kroz multimediju, geografski fokus članka, jezik i stil članka i na koncu cilj članka.

Ovisno o analizi gore navedenih elemenata procijenjeno je jesu li se portali pridržavali osnovnih načela novinarske struke: poštenje, istinitost, točnost, uravnoteženost i nepristranost.

Kroz sve navedene elemente uz poseban fokus na ton i stil članka na koncu se ocijenilo je li članak doprinio širenju panike kroz infodemiju i senzacionalizam.

Posebnom analizom vremena objave i sadržaja teksta koristeći internetski preglednik i dostupne arhive objektivno je ocijenjeno je li članak bio *copy&paste* objava preuzeta s drugog portala i objavljena uz izmjene i sitne korekcije naslova i *leada* članka.

7.2.1. Analiza zastupljenosti rubrika

Na internetskim portalima prikaz i objavljivanje članaka se kategorizira po predefiniranim rubrikama. Svaki internetski portal ima svoje rubrike koje definiraju temu, aktualnost, relevantnost ili važnost objave, a imena i pozicije se razlikuju od portala do portala. U svrhu ovog istraživanja rubrike su analizirane i izjednačene kako bi se dobio prikaz objavljenih članaka u svim portalima po rubrikama.

Najveći broj članaka na temu COVID-19 je na sva tri internetska portala kroz sva tri vremenska perioda kategoriziran pod rubrikom vijesti (*news*). Druga najčešća rubrika kroz koju su se objavljivali članci vezani za pandemiju koronavirusa je magazine (*lifestyle*). Dok je treća na sva tri portala bila rubrika sport.

2. Tablica br.3: Prikaz objavljenih članaka po rubrikama

RUBRIKA	OŽUJAK	KOLOVOZ	LISTOPAD	UKUPNO
vijesti	984	385	754	2123
magazin	331	12	19	362
sport	172	11	9	192
zabava	13			13
gallery	3	1	2	6
auto	5			5
tech	3		1	4
video	3			3
croatia		3		3
kolumne	2			2
UKUPNO	1516	412	785	2713

Izvor: obrada autorice

Rubrika vijesti je i inače najzastupljenija rubrika na internetskim portalima, a članci vezani za koronavirus su bili direktno vezani za izvještaje nacionalnih i županijskih stožera - dnevnom broju oboljelih i umrlih od korone, novouvedenim propisanim mjerama karantene, uputama i obavijestima zdravstvenih institucija i sl.

Kroz rubriku magazin se izvještavalo o društvenom životu za vrijeme pandemije, a najčešće su obuhvaćali i iskustva i priče poznatih i slavni osoba. Nerijetko su se kroz ovu rubriku objavljivali i savjeti i mišljenja stručnjaka iz zdravstvene struke po pitanju mentalnog i fizičkog zdravlja.

Pandemija je utjecala na sportska događanja koja su kao i sve ostale manifestacije za vrijeme pandemije odgađane ili ukinute. Olimpijske igre koje su se trebale održavati u Tokyu i neizvjesnost o samoj organizaciji velikog sportskog događaja je utjecala na to da rubrika sport bude visoko pozicionirana na sva tri internetska portala i tema sporta je jednako obuhvaćena i medijski popraćena na svim internetskim portalima.

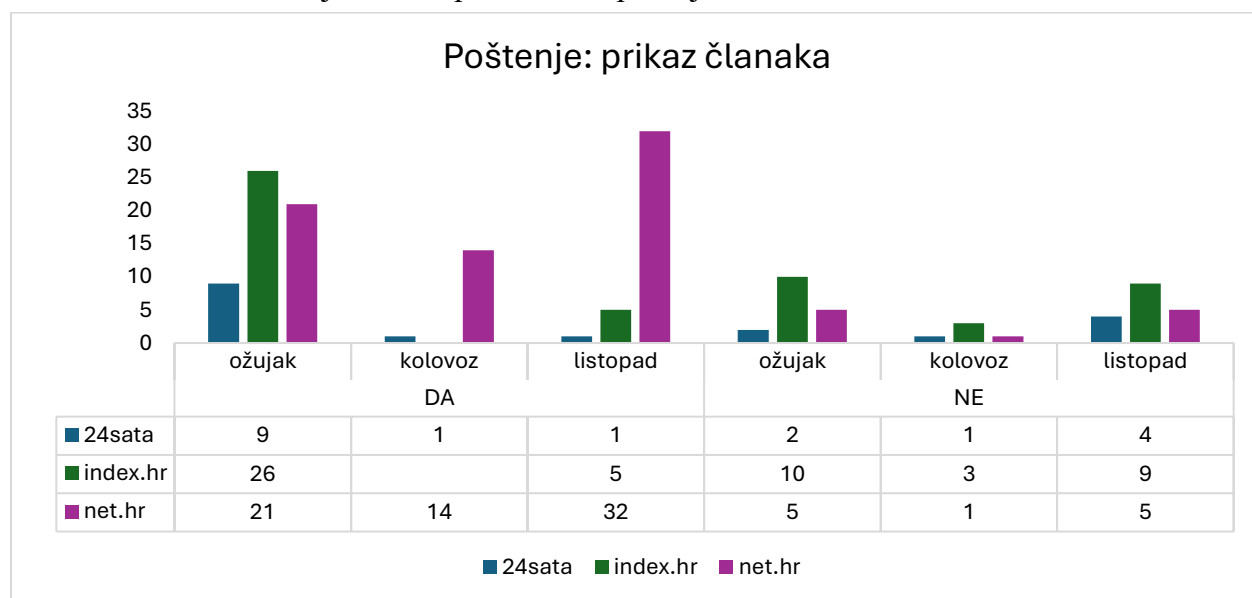
Trend koji se primjećuje po analizi rubrika u odnosu na vremenske periode je da je u prvom valu pandemije izvještavanje bilo prožeto kroz puno veći broj rubrika u odnosu na listopad.

U ožujku je 64 % članaka smješteno u rubriku vijesti, dok je ostalih 36 % članaka raspoređeno u čak 8 drugih rubrika. U listopadu je 94 % članaka objavljeno kroz rubriku vijesti dok je preostalih 6 % članaka objavljeno u 4 rubrike.

7.2.2. Poštenje

Poštenje se promatralo kroz prizmu cjelovitog, relevantnog i jasnog članka koji u cilju nema navođenje javnosti. U njemu novinar ne izražava vlastito mišljenje niti je pristran jednoj od strana.

5. Grafikon br.5: Omjer članaka prema načelu poštenja



Izvor: obrada autorice

Elementi koji su bili ključni za procijeniti poštenje članka bili su: tema objavljenog članka, aspekt iz kojeg pisan članak, geografski fokus, broj izvora i izjava u članku, jezik i stil pisanja članka te cilj objavljivanja članka.

Analizom rezultata utvrđeno je da su portali kroz tri vremenska perioda izvještavali u 76 % članaka na pošten način. Članci su u najvećem postotku ocijenjeni kao poštenu u ožujku, dok je najveći postotak negativno ocijenjenih članaka bio u listopadu. *Net.hr* je s visokih 86 % najvećim brojem

članaka izvještavao na pošten način, dok su Index.hr i 24sata u prosjeku izvještavali 57 % na pošten način.

Prilikom ocjenjivanja poštenja članaka važan element je bio naslov teksta i povezanost naslova s tekstom kako bi se procijenilo navodi li se čitatelje na zaključke.

U 40 negativno ocijenjenih članaka 70 % naslova je ocijenjeno kao senzacionalistički ili clickbait naslov, u odnosu na sve analizirane članke, razlika je u 4 %.

3. Tablica br.4: Prikaz naslova negativno ocijenjenih članaka po načelu poštenja

PORTAL	CLICKBAIT	INFORMATIVAN	SENZACIONALISTIČKI
Net.hr	54,55%	0,00%	45,45%
zoo	40,00%	0,00%	60,00%
lis	60,00%	0,00%	40,00%
kol	100,00%	0,00%	0,00%
Index.hr	36,36%	40,91%	22,73%
ožu	60,00%	10,00%	30,00%
kol	0,00%	33,33%	66,67%
lis	22,22%	77,78%	0,00%
24 sata.hr	14,29%	42,86%	42,86%
lis	0,00%	50,00%	50,00%
kol	0,00%	0,00%	100,00%
ožu	50,00%	50,00%	0,00%
UKUPNO	37,50%	30,00%	32,50%

Izvor: obrada autorice

U ovom segmentu predvodi portal *Net.hr* s preko 50 % naslova koji su ocijenjeni kao navodeći i preko 40 % naslova koji su ocijenjeni kao senzacionalistički, ali u ukupnom omjeru članaka portal *Net.hr* imao je samo 14 % članaka koji su ocijenjeni kao nepošteni. Iako pošteno i profesionalno novinarstvo ne bi smjelo navoditi čitatelja na stvaranje mišljenja, cijeli članak nije bio ocijenjen kao nepošten temeljem jednog faktora.

Drugi važan element za procjenu poštenja bio je broj i vrsta izvora, tim elementom utvrđivala se vjerodostojnost i pristranost članka.

Čak 93 % od ukupno objavljenih članaka imali su naveden samo jedan izvor. *24sata.hr* je portal koji je u najmanjem postotku u odnosu na druga 2 portala koristio samo jedan izvor iako je i taj

postotak visokih 78 %. To je ujedno i jedini portal koji nije imao nijedan članak bez navedenog izvora, a svi članci su potpisani autorom.

U kolovozu su svi objavljeni članci bili imali samo 1 izvor naveden, na sva tri analizirana portala.

4. Tablica br.5: Prikaz broja članaka po broju izvora

PORTAL	1 IZVOR	2 IZVORA	3 IZVORA	0 IZVORA	6 I VIŠE IZVORA
24sata.hr	78%	11%	6%	0%	6%
ožu	64%	18%	9%	0%	9%
kol	100%	0%	0%	0%	0%
lis	100%	0%	0%	0%	0%
Index.hr	96%	0%	2%	2%	0%
ožu	97%	0%	3%	0%	0%
kol	100%	0%	0%	0%	0%
lis	93%	0%	0%	7%	0%
Net.hr	95%	1%	3%	0%	1%
ožu	92%	4%	4%	0%	0%
kol	100%	0%	0%	0%	0%
lis	95%	0%	3%	0%	3%
UKUPNO	93%	2%	3%	1%	1%

Izvor: obrada autorice

Po pitanju vrste izvora 34 % ukupno navedenih izvora bila je HINA, Hrvatska izvještajna novinska agencija. Drugi najčešće navedeni izvor bili su drugi mediji, odnosno preuzimanje vijesti i sadržaja iz drugih medija.

Primijećeno je da su u većem postotku društvene mreže korištene kao izvor članka u odnosu na stručnjake i stručne osobe iz područja.

Izvještajna agencija se koristila u najvećem postotku kao izvor i to pretežno na portalima *Net.hr* i *Index.hr*, koji su ujedno imali i najveći broj objavljenih članaka. Portal *24sata.hr* su s druge strane u najvećem postotku kao izvor koristili druge medije i preuzimali sadržaj s društvenih mreža.

Točnu distribuciju vrste izvora po portalu prikazuje se na tablici priloženoj niže.

5. Tablica br.6: Prikaz broja članaka po vrsti izvora

IZVOR	NET.HR	INDEX.HR	24SATA.HR	UKUPNO
Agencija	37%	36%	17%	34%
Medij	21%	21%	33%	22%
Državna institucija	12%	19%	17%	15%
Društvene mreže	12%	15%	17%	13%
Stručnjak	6%	6%	6%	6%
Državni službenik	5%	2%	6%	4%
Ostali	4%	0%	6%	3%
Bez izvora	0%	2%	0%	1%
Više navedenih	1%	0%	0%	1%
PR članak	1%	0%	0%	1%
Političar	1%	0%	0%	1%
UKUPNO	100%	100%	100%	100%

Izvor: obrada autorice

U procjeni relevantnosti članaka dodatno se gledala tema koja se obrađivala i iz kojeg aspekta.

Zastupljenost tema razlikovala se u odnosu na promatrani vremenski period.

1. Tablica br.7: Prikaz zastupljenosti tema po mjesecima

OŽUJAK	24sata.hr	Index.hr	Net.hr	UKUPNO
HR mjere	2	5	4	11
Javne osobe	2	4	2	8
Društvo i osobna iskustva	2	3	3	8
Sport nogomet	1	3	1	5
Stanje u svijetu	0	3	1	4
KOLOVOZ	24sata.hr	Index.hr	Net.hr	UKUPNO
Izveštaj stožera	1	3	3	7
Utjecaj turizma	0	0	4	4
EU mjere	1	0	2	3
Cjepivo	0	0	3	3
Utjecaj na gospodarstvo	0	0	1	1
LISTOPAD	24sata.hr	Index.hr	Net.hr	UKUPNO
Izveštaj stožera	0	8	2	10
Javne osobe	0	3	4	7
EU mjere	1	0	5	6
HR mjere	2	1	2	5
Sport nogomet	1	1	2	4

Izvor: obrada autorice

Po temama se u ožujku najviše izvještavalo o uvođenju mjera, javnim osobama, pokrivala su se osobna iskustva snalaženja u novim situacijama.

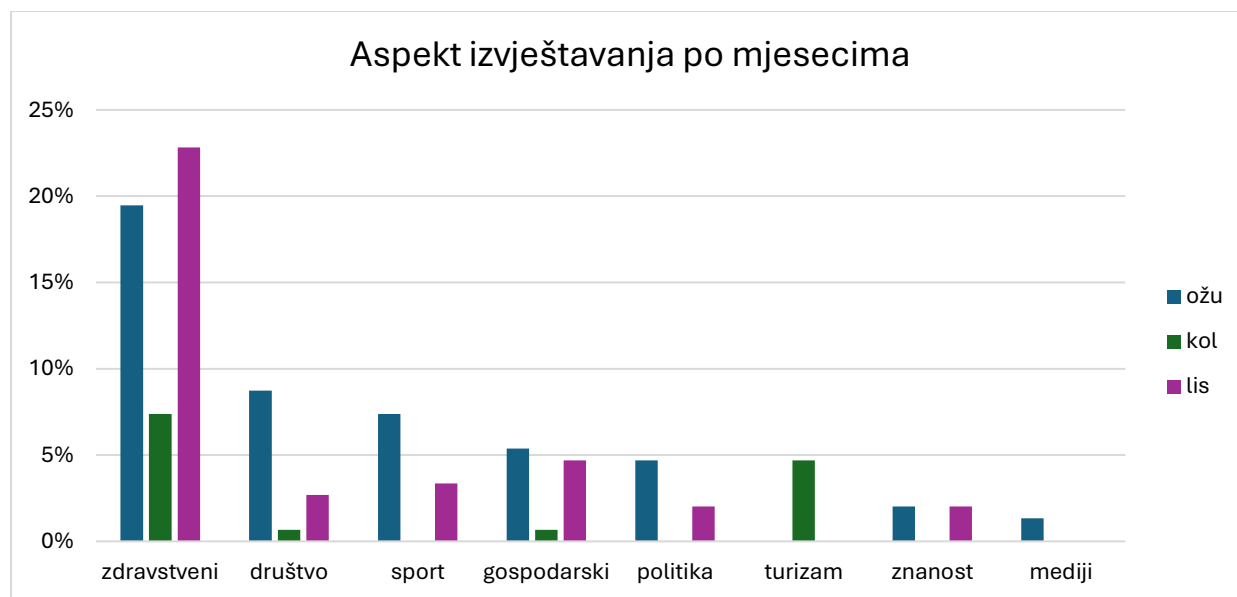
U kolovozu se situacija mijenja, pa je najpokrivenija tema izvještaj stožera, što je i očekivano obzirom da takav izvještaj u ožujku nije postojao. Druga najzastupljenija tema u kolovozu je bio utjecaj novonastale situacije na turizam.

U listopadu je i dalje najzastupljenija tema bila izvještaj stožera, ali se na dalje opet pokrivalo iskustva javnih osoba i društva općenito.

Teme su bile prikladno pokrivena i relevantna obzirom na situaciju i količinu znanja koje su portali imali u danim trenucima. Najsporniji elementi po pitanju poštenja su bila osobna iskustva koja su prikazivana bez konteksta i izvještaj stožera kojeg se neupitno prenosilo i tumačilo.

Uz temu se promatralo iz kojeg aspekta je tema pokrivena, kao još važniji element u samo procjeni članka.

6. Grafikon br.6: Prikaz objavljenih članaka po aspektu



Izvor: obrada autorice

Najviše se izvještavalo iz zdravstvenog aspekta, što je očekivano i relevantno. U kolovozu postoje odstupanja obzirom da se u istom postotku izvještavalo iz aspekta turizma kao i iz zdravstvenog

aspekta iako je broj oboljelih u odnosu na ožujak rastao. Samim time izvještavanje je bilo usmjereno na županije koje se bave turizmom i na koje korona ima gospodarski utjecaj, takvo izvještavanje je ocijenjeno kao neuravnoteženo.

U ožujku je portal *Index.hr* imao 28 % članaka koji su ocijenjeni negativno u aspektu poštenja, odnosno najveći postotak u odnosu na druge portale. Primjer takvog članka je: „Talijani otkrili kako izgleda život u karanteni: "Kao u postapokaliptičnom filmu"” koji je objavljen 12. ožujka 2020. na stranicama *Index.hr*-a. Članak je ocijenjen negativno u segmentima poštenja, uravnoteženosti i nepristranosti, a pozitivno je ocijenjen u elementima senzacionalizma i širenja panike. Naslov je bombastičan i ocijenjen kao clickbait. Ton članka je negativan, a u članku je naveden samo jedan izvor, društvena mreža, Reddit. U samom članku se ne pronalazi nijedna relevantna ili provjerena informacija. Članak je sastavljen od subjektivnih objava na društvenoj mreži, Reddit, i objavljen bez konteksta i podupiranja informacija s provjerenim izvorima. Autor teksta je potpisan inicijalima, sama tema je obrađena površno, a poveznica koje bi dale pozadinu ili potvrdu objavljenom nije bilo. Sukladno svemu navedenom članak je ocijenjen kao nepošten.

Na istom portalu je 26.ožujka 2020. objavljen članak s naslovom: “Četiri tipa ljudi koji će se najvjerojatnije prejedati u karanteni”. Ovaj članak je također ocijenjen po istim elementima kao i prethodni, s negativnom ocjenom po načelu poštenja. Naslov je ocijenjen kao clickbait. Ton članka je ocijenjen kao negativan, dubina obrade površna i bez dodatnih poveznica koje bi potkrijepile navode. Od izvora imamo samo jedan službeni, preuzet s drugog medija. Članak je po svim načelima novinarskog izvještavanja ocijenjen kao negativan, obzirom da nijednu od navedenih informacija nije moguće provjeriti niti utvrditi točnost navedenog. Ne postoji druga strana priče niti se može utvrditi relevantnost objave.

2. Tablica br.8: Prikaz negativno ocijenjenih članaka po načelu poštenja

PORTAL	OŽUJAK	KOLOVOZ	LISTOPAD	UKUPNO
24 sata	18%	50%	80%	49%
index.hr	28%	100%	64%	42%
net.hr	19%	7%	14%	14%
UKUPNO	23%	52%	32%	36%

Izvor: obrada autorice

U kolovozu je objavljen najveći postotak članaka koji su negativno ocijenjeni po načelu poštenja, ali je bitno naglasiti da je u tom vremenskom periodu objavljen najmanji broj članaka ukupno. *Index.hr* i u ovom vremenskom periodu ima najveći postotak negativno ocijenjenih članaka, odnosno svi analizirani članci su ocijenjeni kao nepošteni, a zajednički nazivnik svim člancima je što su bili potpisani samo inicijalima, bez izvora ili s jednim izvorom, bez danih izjava ili potkrijepljeni dokumentacijom ili poveznicama, a po temi su bili pretežno izvještaji stožera u kojima su se obrađivale određene županije i brojke što je utjecalo na konačnu ocjenu obzirom na nepristranost i uravnoteženost.

U listopadu je najveći broj članaka ocijenjen kao nepošten, 36 %, a najviše ih je objavljeno na portalima *24sata.hr* i *Index.hr*. Iako u bitno manjem postotku, obzirom na ukupan broj, *Net.hr* je imao 14 % negativno ocijenjenih članaka, odnosno 5 članaka. Kao primjer takvog članka navodi se članak objavljen na portalu *Net.hr* 18. listopada 2024.: "TVRDIO DA VIRUS NE POSTOJI, PA OD NJEGA PREMINUO U BOLNICI: / Influencer prije smrti svima uputio upozorenje. Imao je samo 33 godine." Ovu vijest su pokrila sva tri portala, i ocijenjeni su kao nepošteni obzirom da su vijest i zaključak doneseni samo preko društvenih mreža, bez službenih izvora. Naslovi su ocijenjeni kao senzacionalistički i *clickbait* naslovi. Ovaj članak spada i u *copy&paste* novinarstvo kao i u širenje panike na nerelevantnoj priči.

7.2.3. Istinitost

Istinitost članaka se utvrđivala izvorima koji su korišteni, dokumentacijom i izjavama koje bi potkrijepile tvrdnje koje su u članku objavljene kao i poveznicama u tekstu koje bi trebale služiti za produbljavaње određene teme ili davanje alternativnog pogleda na obrađenu temu, odnosno članak.

Analizom sadržaja 149 članaka nije pronađen ni jedan članak koji bi se mogao u potpunosti okarakterizirati kao neistinit članak. Ne može se tvrditi da su članci u potpunosti točni, ali analizom nije utvrđeno lažno izvještavanje. Također nije pronađen sukladno tome niti jedan demant objave.

Svi objavljeni članci su uključivali ili informacije koje su se mogle provjeriti, izvore i izjave sugovornika o kojima je objavljeno ili na koje su se mediji pozivali. Većina članka je također imala

objavljenu i poveznicu unutar teksta kojom se potvrđivalo navode iznesene u samom članku. U 64 % članaka kao potvrda istinitosti navoda korištene su poveznice unutar teksta. 30 % članaka koji nisu imali poveznice objavljeni su na *Index.hr* portalu. *Index.hr* u 85 % objavljenih članaka nije imao poveznicu kojom bi produbio priču i njihovi navodi su se trebali samostalno potvrditi na drugim izvorima. *Index.hr* uz druga dva analizirana portala također najrjeđe potpisuje svoje članke što dovodi u pitanje njegovu relevantnost, ali dodatnim provjerama u segmentu istinitosti nije bilo moguće utvrditi neistinitost članka.

3. Tablica br.9: Prikaz korištenja i uloga poveznica u člancima

POSTOJANJE I ULOGA POVEZNICE	24 sata	index.hr	net.hr	UKUPNO
Pozadinske info i podupiranje navoda	67%	15%	69%	50%
Ne postoji poveznica	11%	85%	9%	36%
Nije relevantno	22%	0%	14%	10%
Alternativni pogled i poticaj na istraživanje	0%	0%	8%	4%
UKUPNO	100%	100%	100%	100%

Izvor: obrada autorice

Analizom ovog segmenta se element istinitosti ocjenjivao izolirano. Što ne znači da su članci ako su bili ocijenjeni kao istiniti ujedno bili točni, pošteni ili nepristrani i da su za cilj imali samo informirati javnost. Utvrđeno je samo da je ono što je napisano bilo istinito, ali ne nužno da je sve ostalo u članku bilo u skladu s novinarskim načelima: dani kontekstu, uključivanje drugog sugovornika i pokrivanje druge strane priče.

7.2.4. Točnost

Točnost članka se procjenjivala kroz gramatička i pravopisna pravila, citiranje i ispravno navođenje citata i izjava, ispravan i točan prikaz objavljenih brojki, analizu podataka, kao i točno navođenje imena i prezimena aktera, mjesta događaja i slično.

Analizom 149 odabranih članaka nisu pronađeni elementi po kojima bi se članak ocijenio kao netočan. Odnosno analizom navedenih članaka utvrđena je stopostotna točnost u sferi gramatičkog

i pravopisnog pisanja i citiranja. Svi analizirani podatci su imali i točno navedene brojke prema izvorima u kojima ih se moglo provjeriti.

7.2.5. Uravnoteženost

Uravnoteženost članka odražava profesionalno pisanje i objavljivanje članka koji uključuje sve strane priče. Kako se ne pokriva jednog aktera, tako se ne pokriva ni jedan segment, a kada se uvažavaju svi faktori dobije se uravnoteženo programiranje i izvještavanje.

Kako bi se procijenila uravnoteženost analiziranih članaka pratili su se elementi teme i aspekta po kojoj je tema obrađena. Važan element bila je dubina obrade teme koju čine broj izjava u članku, poveznice koje proširuju temu i daju alternativne poglede na temu ako ih ima i ako nisu već obrađeni unutar članka. Glavni element za procjenu uravnoteženosti bilo je pokrivanje svih zahvaćenih strana u priči. Geografski fokus se posebno pratio za vrijeme ljetne sezone u kojem je pretpostavka bila da će izvještavanje biti usmjereno na Dalmaciju i priobalje odnosno da će članci o koroni biti objavljivani po temi turizma. Kroz ove segmente pokušalo se utvrditi je li se prilikom pokrivanja navedene teme izvještavalo iz svih mogućih uglova, jesu li svi spomenuti akteri dobili svoj medijski prostor, koliko se duboko obrađivala tema i je li se izvještavalo pristrano određenom izvoru, političkoj sceni ili gospodarskoj situaciji.

U finalnoj analizi i procjeni svih prikupljenih podataka vezanih za uravnoteženost dobiveni su rezultati niže.

4. Tablica br.10: Prikaz negativno ocijenjenih članaka po načelu uravnoteženosti

PORTAL	OŽUJAK	KOLOVOZ	LISTOPAD	UKUPNO
24sata.hr	18%	50%	80%	39%
Index.hr	28%	100%	71%	43%
Net.hr	23%	27%	19%	22%
UKUPNO	25%	40%	38%	32%

Izvor: obrada autorice

Prema navedenom 32 % objavljenih članaka bilo je neuravnoteženo u izvještavanju. Od tri portala *Index.hr* je imao najveći postotak neuravnoteženih članaka, a vremenski period s najviše negativno ocijenjenih članaka bio je kolovoz.

U apsolutnim brojkama 47 članaka je ocijenjeno kao neuravnoteženo. Prema temi i aspektu najveći broj neuravnoteženih članaka, njih 28, obrađeno je iz zdravstvenog aspekta po temi izvještaja stožera.

Prema dubini obrade članka, 83 % spornih članaka je obrađeno površno, odnosno 39 od 47 ukupno ocijenjenih članka.

Prema novinarskom žanru, iako uz težu procjenu obzirom na hibridan način izvještavanja na portalima, najveći dio ovakvih članaka bili su vijest, izvještaj i proširena vijest.

Razlog zašto su navedeni članci ocijenjeni kao neuravnoteženi je zato što su o jednoj temi uvijek izvještavali iz istog izvora, HINA ili Nacionalni stožer direktno, neupitno prenoseći dobivene informacije. Broj izjava u navedenim člancima je 0 ili 1 ovisno o izvoru. Bilo kakva alternativna priča unutar članka nije ni na koji način pokrivena.

Samo jedan članak od njih 47 negativno ocijenjenih koristi poveznice unutar teksta za alternativno viđenje priče. U preostalih 46 članaka poveznicu pronalazimo samo kako bi se potvrdili navodi unutar teksta. Ne postoji druga strana priče, mišljenje stručnjaka ili službene osobe.

Neuravnoteženost izvještavanja je prevladala u ljetnim mjesecima zato što se u obzir uzimalo izvještavanje usmjereno na utjecaj korone, kroz europske mjere za prevenciju pandemije, na hrvatski turizam. Na taj način su iz aspekata uravnoteženosti u izvještavanju zanemarene županije u kojima turizam nije glavna privredna djelatnost, a broj oboljelih je prema izvještaju stožera i u tim županijama rastao. Najzastupljenije se izvještavalo o Zagrebačkoj županiji i primorskim županijama.

Primjere takvog izvještavanja vidimo u članku objavljenom na portalu *Net.hr* „STOŽER PRIOPĆIO / Situacija je malo bolja, ali...: Imamo 61 novi slučaj zaraze, a ove dvije županije posebno zabrinjavaju”. Ovo je članak u kojem je trebalo biti prenesen izvještaj konferencije za novinare Nacionalnog stožera koja se održavala svakim danom u 14:00 h i iako je logično da se najviše medijskog prostora dodijeli najrelevantnijim i važnijim vijestima u ovom članku se ne

spominje stanje u niti jednoj županiji osim u Zagrebačkoj i Splitsko – dalmatinskoj. Isti primjer neuravnoteženosti u izvještavanju vidi se u članku, također objavljenom na portal *Net.hr* pod naslovom: “U POSLJEDNJA 24 SATA / Brojke rastu: Dvoje umrlo, a čak 77 je novozaaraženih. Evo koje dvije županije su najugroženije” u kojem se također kroz izvještaj pokrivaju samo dvije navedene županije, Zagrebačka i Splitsko – dalmatinska.

Portal na kojem se izvještavanje po županijama odrađivalo u potpunosti uravnoteženo obzirom na geografski fokus je *Index.hr*. Izvještaji Nacionalnog stožera koji su objavljeni na stranicama *Index.hr* - a su uvijek bili detaljno obrađeni i uključivali sve relevantne podatke. Primjer takvog članka: “Stožer: Imamo 91 novi slučaj, dvije osobe umrle” u kojem je prikazano stanje po svim županijama uz apostrofiranje važnijih informacija kao što su nova žarišta.

Ako uravnoteženost promatramo sa strane korištenih izvora, dubinu obrade teme i alternativnih pogleda na priču, po tom segmentu je većina članaka ocijenjena kao neuravnotežena.

Ni u jednom članku ocijenjenom kao neuravnoteženom se ne pronalazi dodatna izjava ili komentar, mišljenje stručnjaka koji ne pripada Nacionalnom kriznom stožeru.

5. Tablica br.11: Prikaz obrade teme u člancima koji su ocijenjeni kao neuravnoteženi

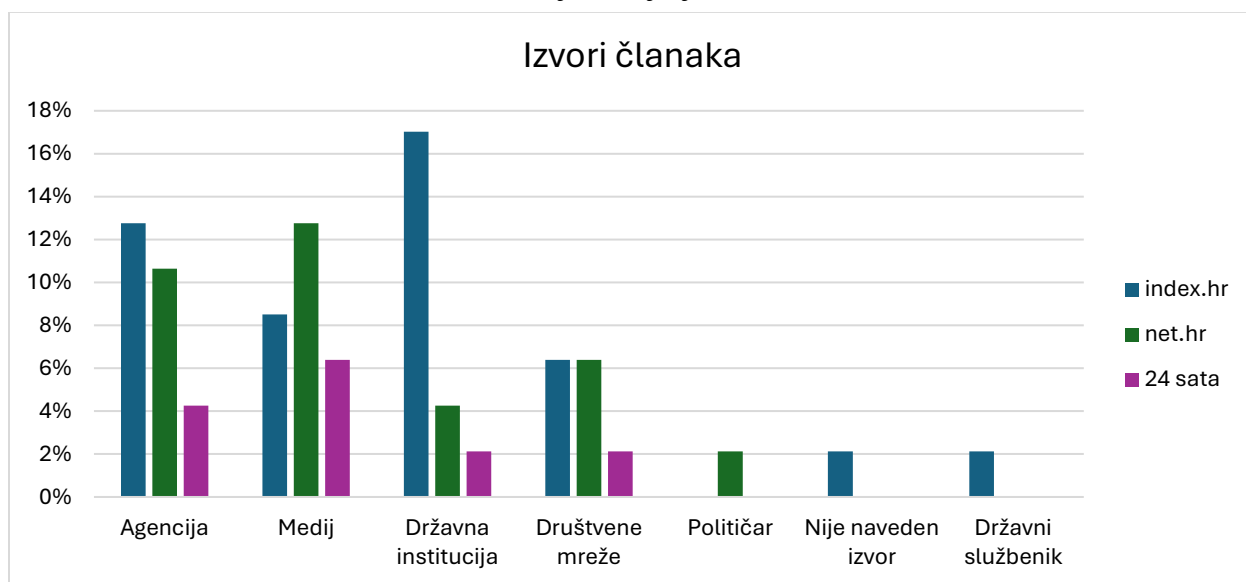
PORTAL	DETALJNO	POVRŠNO	UKUPNO
24sata.hr	0%	15%	15%
Index.hr	17%	32%	49%
Net.hr	0%	36%	36%
UKUPNO	17%	83%	100%

Izvor: obrada autorice

Uzmu li se u obzir poveznice koje su objavljene unutar članaka vidi se da 40 % članaka nema dodanih poveznica, 44 % članaka koristi poveznice kako bi se potvrdili navodi unutar teksta, 10 % članaka koristi poveznice koje nisu relevantne i vezane za temu, dok tek 6 % koristi poveznice koje čitatelju mogu pružiti alternativni pogled na objavljeni članak.

Izvori članaka koji su ocijenjeni kao neuravnoteženi su uglavnom bili HINA, Nacionalni krizni stožer i drugi mediji i društvene mreže. 98 % objavljenih članaka koji su ocijenjeni kao neuravnoteženi su imali jedan ili nijedan izvor naveden.

7. Grafikon br.7: Prikaz izvora članaka koji su ocijenjeni kao neuravnoteženi



Izvor: obrada autorice

Index.hr je u većem postotku objavljivao članke direktno prema HINI – nom izvještaju, ili je informacije dostavljao preko izvještaja Nacionalnog stožera. *Net.hr* je u situacijama kada je neupitno prenosio informacije objavljivao članke preko agencije ili preuzimao s drugog medija, *24sata.hr* su kao dominantni izvor koristili druge medije.

Jedan od primjera članaka koji su neupitno preuzeti s drugih medija ili društvenih mreža i objavljeni bez druge strane priče je objavljen na *Net.hr*-u: "OVO JE 6 FAZA ZARAZE KORONAVIRUSOM KROZ KOJE JE PROŠLA ITALIJA: / Kaos i urušavanje sistema - može se dogoditi svima... ". Navedeni članak je preuzeta i prevedena objava osobe s interneta i objavljena bez ijedne potvrđene informacije od strane stručne osobe, drugog sugovornika, potvrde navoda brojkama i slično.

7.2.6. Nepristranost

Novinarska nepristranost znači da se novinar ne bi smio priklanjati nijednoj strani priče koju pokriva, odnosno ne bi smio favorizirati neku stranu ili nekritički izvještavati o određenoj temi. Čitatelj ne bi smio osjetiti stav novinara dok čita novinarski članak.

Kroz ovo istraživanje nepristranim se ocijenilo 136 članaka od ukupno 149. Odnosno 13 članaka je ocijenjeno kao pristrano izvještavanje. Glavni kriteriji koji su se uzimali u obzir pri ocjeni nepristranosti su bili ton članka, jezik i stil pisanja uz subjektivnu procjenu.

6. Tablica br.12: Prikaz negativno ocijenjenih članaka po načelu nepristranosti

PORTAL	OŽUJAK	KOLOVOZ	LISTOPAD	UKUPNO
24sata.hr	9%	0%	0%	6%
Index.hr	14%	0%	7%	11%
Net.hr	15%	0%	5%	8%
UKUPNO	14%	0%	5%	9%

Izvor: obrada autorice

Najveći postotak negativno ocijenjenih članaka po kriteriju nepristranosti se broji na portalu *Index.hr*, dok se u najmanjem postotku pristrano izvještavalo s portala *24sata.hr*. Najveći postotak članaka koji su ocijenjeni kao pristrani je objavljeno u ožujku, dok se u kolovozu nijedan članak nije ocijenio kao pristran.

Kao primjer pristranog članka uzeo se članak objavljen 15. ožujka 2024 na portalu *24sata.hr* s naslovom: „OTIŠAO BRYON ALLEN: Korona virus ili nedisciplina? Zadar otpustio najboljeg igrača“. U ovom članku autor na jako očit način aludira na neprofesionalno ponašanje sportaša i navodi ga kao potencijalni razlog za napuštanje kluba. Provjerom dostupnih objava drugih medija koji su pokrili ovu temu svi kao razlog odlaska iz kluba navode pandemiju, samo autor članka objavljenog na portalu *24sata.hr* piše suprotno i time aludira na neetičnost igrača čija izjava nije zabilježena u članku. Ton samog članka je ocijenjen kao negativan, a članak uz to što je pristran je ocijenjen i kao nepošten.

Index.hr je na pristran način izvještavao 20. ožujka 2024. o Kininoj ispomoći donacijama, a to se ocijenilo u članku: „Kina je pronašla način za iskupljenje zbog propusta na početku izbijanja koronavirusa“ u kojem se osjeti negativan stav autora prema Kini i njenim namjerama. Aludira se da je razlog ispomoći preuzimanje Balkana i pranje krivnje za namjerno puštanje virusa u svijet što je apsolutno neutemeljeno.

Na portalu *Net.hr* je prema analizi objavljeno 6 pristranih članaka, a svima im je zajedničko iznošenje negativnog stava prema društvu u kontekstu pridržavanja mjera sigurnosti i širenje panike. Iako uloga medija je educirati i informirati društvo o novim situacijama i negativnim posljedicama određenih postupaka, u ovim člancima je stav prema akterima izrazito negativan i kroz članke se osjeti prezir, a pak s druge strane, istim tim dionicima društva nije dana prilika za iznošenje njihove strane priče. Jedan od takvih naslova je: "NEVJEROJATAN NEMAR / Igraju se sa životima ljudi: U tjedan dana 202 osobe došle u bolnicu, a morale su biti u samoizolaciji".

Od 13 pristranih članaka treba se naglasiti kako su 2 članka bili kolumna i reportaža u kojima je pristranost potrebna i očekivana.

7.2.7. Senzacionalizam

Uz definirane postulate novinarskog izvještavanja, kvalitativnom analizom su se dodatno, kao zasebni elementi, obradili senzacionalizam i širenje panike u članku te *copy&paste* novinarstvo.

Kako bi se utvrdilo na koji način se izvještavalo kroz tri vremenska perioda u korona krizi, i je li se pribjegavalo senzacionalizmu zasebno su se analizirali objavljeni naslovi jezik i stil pisanja.

U 26 % analiziranih naslova su zabilježeni elementi senzacionalizma. Najčešće se u naslovima pribjegavalo preuveličavanju stvarne situacije i stanju o kojem se izvještava, pozivanje na javne i slavne osobe u kriznoj situaciji, ali i na osobna emotivna iskustva.

7. Tablica br.13: Prikaz naslova po stilu

IZVOR	CKLICBAIT	INFORMATIVAN	SENZACIONALISTIČKI
Net.hr	44%	32%	24%
lis	35%	49%	16%
ožu	69%	8%	23%
kol	20%	33%	47%
Index.hr	38%	38%	25%
ožu	50%	19%	31%
lis	14%	86%	0%
kol	0%	33%	67%
24sata.hr	28%	39%	33%
ožu	45%	36%	18%
lis	0%	40%	60%
kol	0%	50%	50%
UKUPNO	40%	35%	26%

Izvor: obrada autorice

U odnosu na ukupan broj analiziranih naslova, najveći postotak senzacionalističkih naslova je prevladao na portalu *24sata.hr*.

Senzacionalistički naslovi su najčešće uključivali preuveličavanje situacije o kojoj se izvještavalo pa se umjesto širenja virusa pisalo kako virus „gazi“ Europu ili je poharao zemlju. U naslovima su se koristili superlativi za opis bolesti COVID-19 kao najopasnijeg i najsmrtonosnijeg virusa, a koristile su se i preuveličavane brojke koje su potkrepljivale navode u naslovima. Takvi naslovi su graničili s *clickbait* naslovima koji su na sva tri portala prevladala, ali su zbog jezičnog stila, preuveličavanja i ciljanja na emociju straha ocijenjeni kao senzacionalistički naslovi. Jedan takav naslov je objavljen 14. ožujka 2020. na portalu *Net.hr*: "KAO U DOBA FRANCA'/ Koronavirus poharao Španjolsku: Na ulicama se osjeća napetost, nitko se više ne ljubi", na portalu *Net.hr* je u ožujku objavljen naslov koji upućuje na zaključak da je COVID-19 izazvao najsmrtonosniju pandemiju: "PREŽIVIO JE NAJSMRTONOSNIJU PANDEMIJU, A SADA IMA PORUKU SVIJETU:/ Točno zna što se događa s koronavirusom. Teško mu je... ", a sličan naslov je objavljen na portalu *Index.hr* 25. ožujka 2020.: „Svi ovi na tribinama bili su zaraženi. Ta bomba ubija naš grad" u kojem se COVID-19 uspoređuje s bombom.

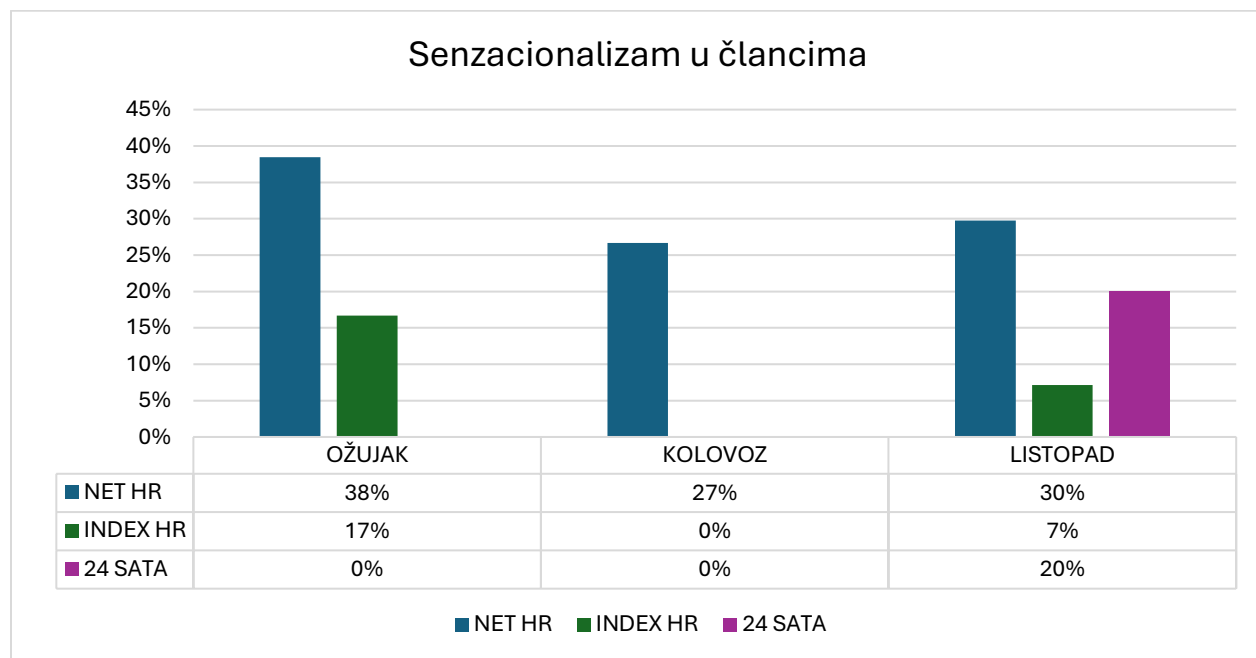
Većina senzacionalističkih naslova je objavljena u ožujku, odnosno na samom početku pandemije, za vrijeme prvog vala, dok je u svijetu bilo jako malo potvrđenih informacija. Hrvatska u tom

trenutku broji mali broj oboljelih, a od ukupno 38 senzacionalističkih naslova, njih 19 je objavljeno upravo u ožujku.

Senzacionalizam obilježava i izvještavanje o privatnom životu javnih osoba. U 5 od ukupno 149 analiziranih naslova izvještavalo se o javnim osobama u kontekstu pandemije. Na portalu *Net.hr* su objavljena dva takva naslova: "VOĐA DOMOVINSKOG POKRETA/Miroslav Škoro pozitivan na koronavirus: Razvio sam blage simptome. Očekujem brz oporavak". Na portalu *Index.hr* su objavljena dva članka o osobama iz javnog života, ali u negativnom kontekstu: "SVJETSKI PRVAK ŠALJE DRAMATIČNU PORUKU HRVATIMA:/Gledam i ne vjerujem, totalna je katastrofa. Želite da se to dogodi i vama?" Na portalu *24sata.hr* objavljen je samo jedan članak koji izvještava o poznatim i slavnim osobama iz svijeta sporta: "Ništa od duela Ronaldo - Messi! CR je i dalje pozitivan na koronu". Svi članci koji su izvještavali o poznatima i slavima objavljeni su u listopadu koji je ujedno i mjesec s najmanjim brojem senzacionalističkih naslova.

Analizom jezika i stila napisanih članaka pokušalo se utvrditi je li se u izvještavanju također pribjegavalo senzacionalizmu ili se senzacionalizam koristio samo u naslovima članaka.

8. Grafikon br.8: Prikaz senzacionalizma u člancima



Izvor: obrada autorice

Od ukupnog broja analiziranih članaka u 33 članka prisutni su elementi senzacionalizma, odnosno 22 % objavljenih članaka je bilo senzacionalističko.

Najveći postotak senzacionalističkih članaka u odnosu na ukupan broj objavljenih bio je u listopadu. Uzmemo li u obzir senzacionalističke naslove, može se zaključiti da su u ožujku, kako bi privukli čitatelje naslovi bili senzacionalistički, ali sam sadržaj ne. Dok u listopadu broj senzacionalističkih naslova odgovara broju senzacionalističkih članaka, odnosno naslov je pratio sadržaj objavljenog članka.

Portal *Net.hr* ima daleko najveći postotak senzacionalističkih članaka kroz sva tri vremenska perioda. Najveći broj senzacionalističkih članaka objavljujivali su u ožujku u kojem su već spomenuti naslovi odgovarali objavljenom tekstu i većinom su bili usmjereni na preuveličavanje situacije. U kolovozu je taj trend opada, a teme su usmjerene na utjecaj pandemije na turizam i propadanje gospodarstva: "TEŠKI DANI / Korona bi je mogla dokrajčiti: Domaća mesna industrija na samom rubu, hitno joj treba pomoć države". U listopadu se senzacionalističko izvještavanje na portalu *Net.hr* opet usmjerava na virus i utjecaj na zdravlje i život: "BORBA S COVIDOM-19 / Covid-19 hara Europom: U BiH prijete urušavanje zdravstva, Slovačka i Češka bilježe rekordan broj slučajeva". Fokus je bio na zdravstveni sustav i apsolutni kolaps koji se predviđao dolaskom zime, a članci objavljujivani tada su pojačavali dojam: "RIGOROZNE MJERE JOŠ UVIJEK NE DJELUJU, KORONA 'GAZI' EUROPU: / U više zemalja danas srušeni rekordi, umire na stotine ljudi dnevno".

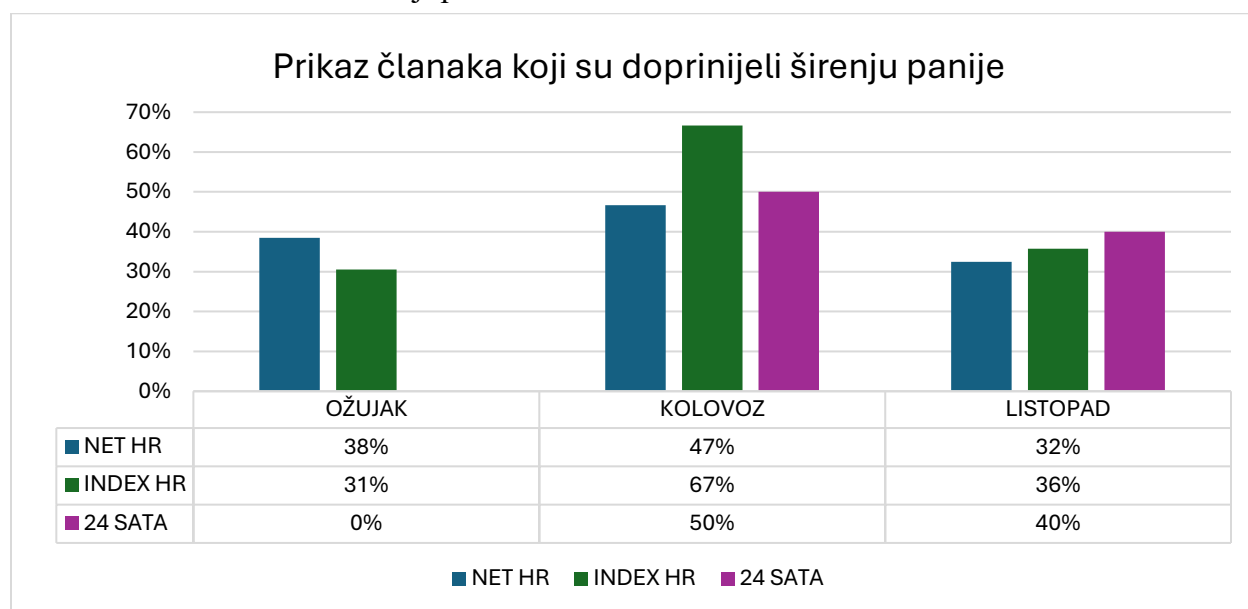
Portal *24sata.hr* u ožujku i kolovozu nema niti jedan senzacionalistički članak, jedini senzacionalistički članak na ovom portalu objavljen je u listopadu pod naslovom: "Ništa od duela Ronaldo - Messi! CR je i dalje pozitivan na koronu" u kojem prenose informacije direktno s društvenih mreža poznatog nogometaša i izvještavaju o tome kako Cristiano Ronaldo provodi vrijeme u samoizolaciji.

Index.hr je kroz sva tri vremenska perioda prema analizi sadržaja objavio ukupno 7 senzacionalističkih tekstova. U 50 % usmjereni su na sport i sportska događanja i javne osobe, a u 50% su usmjereni na stanje u državi i svijetu. Jedan od naslova objavljenih na *index.hr* u kojem se izvještava o glumici Rachel Matthews koja je objavila na svojim društvenim mrežama da je pozitivna na COVID-19: "Glumica pozitivna na COVID-19 opisala svoje simptome po danima."

7.2.8. Širenje panike

U kontekstu krize jedan od glavnih ciljeva bio je utvrditi jesu li mediji doprinijeli širenju panike u javnosti svojim načinom izvještavanja. Koliko je članak doprinio širenju panike se ocjenjivalo prema naslovu, tonu članka, jeziku i stilu članka i cilju koji je članak imao. Kriteriji nisu bili isključivi i takvom analizom utvrđeno je da je 50 članaka širilo paniku svojim navodima.

9. Grafikon br.9: Prikaz širenja panike u člancima



Izvor: obrada autorice

U odnosu na ukupan broj objavljenih članaka, najveći postotak članaka koji su doprinijeli širenju panike je objavljen u kolovozu, ali apsolutno najveća brojka takvih članaka objavljena je u ožujku, 22 članka, u listopadu 19 i na koncu u kolovozu 9.

U procjeni širenja panike ocjenjivao se sadržaj naslova – negativne konotacije u naslovima, preuveličavanje situacija i korištenje ekstremno negativnih izraza za koje prema sadržaju članka nije bilo potrebe. Primjer takvog naslova objavljen je na portalu *Index.hr* 22. ožujka 2020. „VIDEO Bill Gates 2014. godine: Svijet nije spreman za epidemiju novog virusa”. Članak aludira na koronu, ali je izvučen iz konteksta godinama prije objavljenog videa. Naslov "Svi ovi na tribinama bili su zaraženi. Ta bomba ubija naš grad" također objavljen na portalu *Index.hr* 25. ožujka 2020. koristi negativne izraze i metafore bomba i ubijanje koji pozivaju na paniku. U samom članku se također koriste negativni i prenapuhani izrazi: "Gradonačelnik Bergama uvjeren je da je prva

utakmica osmine finala Lige prvaka, koju su 19. veljače Atalanta i Valencia igrale na San Siru u Milanu, izazvala masovno širenje koronavirusa u Italiji i Španjolskoj. Ta utakmica bila je biološka bomba koja je eksplodirala na stadionu i sada ubija naš grad", izjavio je Giorgio Gori.¹⁶² U istom članku se navodi i: "to što se u Bergamu mrtvi broje u stotinama te nemaju gdje kremirati posljedica spomenute utakmice."¹⁶³ U cijelom članku se od činjenica spominje samo kada je odigrana utakmica, jedan oboljeli nakon četiri dana koji je uspješno izliječen. Izrazi kao bomba, masovno širenje virusa i mrtvi koji se broje u stotinama i nemaju se gdje kremirati su izrazito negativni izrazi koji izazivaju paniku i ciljaju na negativnu emociju straha. Uz naslove koji su se analizirali, drugi glavni element za procjenu širenja panike bio je ton članka. Od 50 članaka koji su procijenjeni kao da su doprinijeli širenju panike njih 23 su i napisani u negativnom tonu, a 27 članaka je pisano neutralnim tonalitetom, dok su naslovi senzacionalistički pridonosili širenju panike. Primjer takvog članka objavljen je na portalu *Net.hr*: "ŽENA KOJU CIJELI SVIJET SLUŠA KAŽE DA SADA NEMA DOBAR OSJEĆAJ: / Čekaju nas veoma, veoma teški mjeseci. Tako to više ne može ići..." u kojem se iz drugih medija prenosi stanje iz svijeta, dok je misteriozna osoba iz naslova Angela Merkel koja je dala izjavu za medije o situaciji u Njemačkoj. U članku su navedeni brojevi oboljelih i izjave glavnih državnih čelnika za pojedine države i pisan je neutralnim tonalitetom.

Naslovi u člancima koji su pridonosili panici su u 36 % ocijenjeni kao clickbait, u 52 % su ocijenjeni kao senzacionalistički dok je u 12 % članaka koji su pridonijeli širenju panike naslov ocijenjen kao informativan i jasan. Članak takvog sadržaja objavljen je na portalu *Index.hr*: „Stožer: 1413 novih slučajeva na 8185 testiranih, 18 mrtvih“. Članak je ocijenjen kao članak koji doprinosi panici iako je naslov i sadržaj informativnog karaktera. Brojke koje su objavljene su točne i potvrđene izvorom, ali odabir naslova i naglašavanje broja umrlih se može procijeniti kao širenje panike, iako u cilju informiranja javnosti. U ovom članku se nigdje ne navodi razlog smrti niti se potvrđuje da se radi o preminulima uslijed oboljenja od COVID-19 bolesti, uz mnogo brojčanih podataka i navoda, navod o broju umrlih se pojavljuje u naslovu i nakon toga u jednoj rečenici u tekstu članka. Cijeli članak je pisan u neutralnom tonalitetu.

¹⁶² **Svi ovi na tribinama bili su zaraženi. Ta bomba ubija naš grad**, *Index.hr*, URL: <https://www.index.hr/sport/clanak/svi-ovi-na-tribinama-bili-su-zarazeni-ta-bomba-ubija-nas-grad/2168866.aspx> (22.7.2024.)

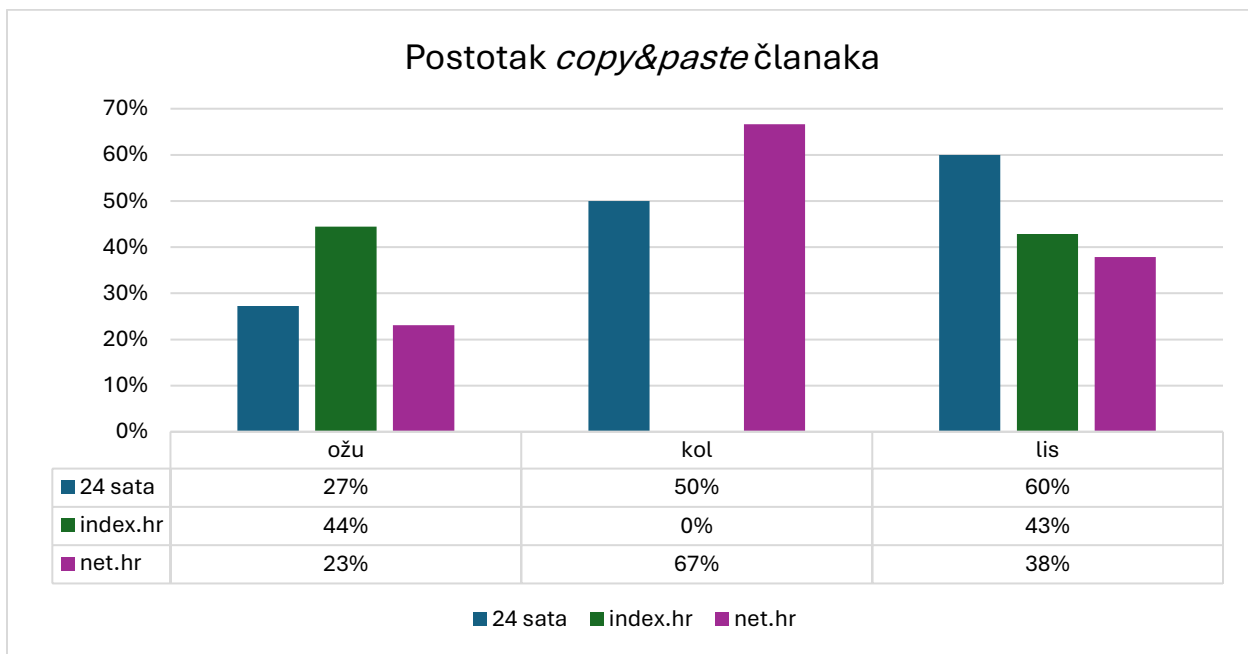
¹⁶³ *Ibid.*

7.2.9. Copy&paste

Kako su internetski portali bili glavni predmet ovog istraživanja jedno od istraživačkih pitanja bilo je i je li se i u kojoj mjeri pribjegavalo *copy&paste* novinarstvu.

Do *copy&paste* novinarstva dolazi zbog utrke s vremenom jer je važno biti prvi, ili makar među prvima, i u samoj toj brzini ne nužno i točan. Prva poruka koju objavi neki medij najčešće bude master poruka koju bez provjere, gotovo istovjetnu prenose ostali mediji.¹⁶⁴

10. Grafikon br.10: Prikaz objavljenih copy&paste članaka



Izvor: obrada autorice

Svi članci obuhvaćeni ovim istraživanjem su provjereni na način da se naslov i tekst članka pretražio preko internetskog preglednika. Provjeravalo se je li već isti sadržaj objavljen na drugom mediju. Ključni kriteriji su bili vrijeme objave i sadržaj članka, odnosno ako je članak identičnog sadržaja već bio objavljen na drugom izvoru članci su bili ocijenjeni kao *copy&paste* sadržaj. Od ukupno 149 analiziranih članaka 59 (40 %) je bilo preuzeto iz drugog izvora i objavljeno bez ijedne izmjene ili nadopune sadržaja. Članci su se razlikovali samo po naslovu. Najveći broj preuzetih članaka objavljen je u listopadu, 47 % od ukupno objavljenih članaka bilo je preuzeto s drugog

¹⁶⁴ ¹⁶⁴ KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, op.cit., p. 129.

portala. Najveći postotak preuzetih članaka objavljeno je na portalu *Index.hr* 41 %, dok *Net.hr* i *24sata.hr* imaju jednak udio preuzetih članaka, 38 %. U navedenim člancima kao izvor su u 34 % navedeni HINA, a u 22 % za izvor se navodilo drugi mediji. Mediji iz kojeg se najčešće preuzimalo članke i objavljivalo su N1info.hr (33 %), Telegram.hr (15 %), Večernji.hr (12 %), zajedno s tri analizirana portala koji su sadržaj preuzimali i međusobno, a najčešće s portala *Index.hr*. Brojka ukupno preuzetih članaka je možda i veća obzirom da se sadržaj s portala koji nema navedeno točno vrijeme objave nije ubrajao u *copy&paste* jer se nije moglo točno utvrditi koji članak je objavljen ranije.

Primjer preuzetog, *copy&paste*, članka objavljen je na sva tri portala pri samom uvođenju karantene, 21. ožujka 2020., kada je policija na ulicama upozoravala građane da nastupa karantena. Izvorni članak objavljen je na portalu Večernji.hr u 14:03 h pod naslovom: "Policija u središtu Zagreba upozorila ljude da idu kući: Nastupa karantena!" Članak identičnog sadržaja je u rekordnom roku objavljen na portalima: *24sata.hr*, *Poslovni.hr*, *Telegram.hr*, *Net.hr*, *Jutarnji.hr* i po brojnim drugima. Vremenski razmak od objave prvog do zadnjeg analiziranog članka identičnog sadržaja je 36 minuta.

Od ukupnog broja preuzetih članaka samo jedan članak je obrađen detaljno, odnosno dubina obrade teksta je u 98 % članaka ocijenjena kao površna. Teme koje su dominirale u preuzetim člancima su bile uvođenje i definiranje mjera u Hrvatskoj (20 %) i izvještavanje o osobama iz javnog života (11 %). U 20 % preuzetih članaka ocijenjeni su elementi senzacionalizma, preostalih 80 % članaka ocijenjeno je kao informativno u jeziku i stilu pisanja. Naslovi članaka su u 35 % ocijenjeni kao clickbait, u 33 % senzacionalistički i u 30 % kao informativni i jasni. Dodatno 44 % preuzetih članaka je ocijenjeno pozitivno u parametru širenja panike. Primjer takvog članka obradio je temu smrti poznatog influencera uslijed oboljenja od COVID-19. Članak je objavljen pod naslovom: "Od koronavirusa preminuo 33-godišnji influencer i fitness trener, smatrao da virus ne postoji" na portalu Nacional.hr, a prenesen je na svim ostalim portalima u kratkom roku. *Net.hr* je isti članak objavio pod naslovom: "Tvrдио da virus ne postoji pa od njega preminuo u bolnici:/influencer prije smrti svima uputio upozorenje. imao je samo 33 godine". Izuzev naslova, članak je samo preuzet.

8. RASPRAVA

Cilj istraživačkog rada bio je utvrditi na koji način su hrvatski najčitaniji internetski portali izvještavali za vrijeme velike krize, jesu li se držali novinarskih načela i koliko je na njihovo izvještavanje utjecalo vremensko razdoblje pandemije. U tu svrhu analiziralo se 2731 kvantitativnom i 149 članaka kvalitativnom metodom.

Kvantitativnom metodom analize sadržaja je utvrđena velika razlika u broju objavljenih članaka ovisno o vremenskom periodu, ali i o portalu. Pretpostavka da su mediji bombardirali javnost informacijama u samom početku pandemije se pokazala točnom. Sva tri analizirana internetska portala su daleko najviše članaka objavili u ožujku odnosno odmah po proglašenju pandemije. Količina je očekivana obzirom na situaciju jer je javnost imala veliku potrebu dobiti bilo kakvu informaciju. Od ukupnog broja analiziranih članaka, njih 55 % je objavljeno u ožujku, a analizom satnih intervala utvrđeno je da su portali objavljivali u ožujku u prosjeku 72 članka po satu, a u „udarnim“ terminima ta je brojka prelazila 100. Bitno za naglasiti je da je izbor ključnih riječi za pronalazak ovih članaka bio sužen na: Covid-19, pandemija, karantena, lockdown, samoizolacija i Nacionalni krizni stožer obzirom da je prilikom prve pretrage korištenjem ključnih riječi korona i koronavirus RSS pronašao samo na portalu *Index.hr* preko 45000 članaka za pretraženih 45 dana što je obzirom na tehničku neizvedivost preuzimanja tolikog seta podataka filtrirano s gore navedenim ključnim riječima. Svakako je bitno napomenuti da je dobivena brojka od 100 članaka po satu vjerojatno puno veća, ali je trend objavljivanja po portalu i vremenskom intervalu nepromijenjen. U početnom intervalu, *Index.hr* je imao daleko veći broj, 55 % ukupno objavljenih, članaka u ožujku u odnosu na druga dva analizirana portala i u odnosu na ostale vremenske periode.

Kada se promatra trend objavljivanja u odnosu na vremenski period krize, pretpostavka prilikom postavljanja istraživanja bila je da će postojati razlika u količini objava ovisno o vremenskom periodu krize. Ta razlika je potvrđena. Sva tri portala su daleko najviše objavljivala u prvom promatranom vremenskom periodu, odnosno u samom početku krize. U kolovozu je broj objavljenih članaka na sva tri portala drastično opao u odnosu na ožujak i to je mjesec s najmanjim brojem objavljenih članaka. Pretpostavka u istraživanju je bila da je na broj objavljenih članaka u ljetnim mjesecima utjecala gospodarska situacija i utjecaj COVID-19 na turizam.

Kao varijabla broju objavljenih članaka uzet je broj oboljelih pod pretpostavkom da će broj oboljelih utjecati na količinu izvještavanja. Istraživanje je pokazalo obrnuto proporcionalni trend broja članaka i broja oboljelih, tako je primjerice u ožujku na 180 oboljelih objavljeno 1516 članka, dok je u listopadu na broj od 1671 oboljelih objavljeno 785 članaka.

Početak školske godine i sezone gripe, bilo je očekivano da će pandemija biti intenzivnije popraćena, ta pretpostavka je također bila točna. Iako 50 % manje popraćena tema u odnosu na ožujak izvještavanje je u listopadu poraslo.

Kvalitativnom analizom pokušalo se utvrditi jesu li internetski portali izvještavali o pandemiji sukladno novinarskim načelima; poštenje, iskrenost, točnost, uravnoteženost, nepristranost i etičkim kodeksima. U obradu se uzelo 149 članaka koji su objavljeni u vremenskom intervalu neposredno nakon održavanja konferencije za novinare od strane Kriznog stožera i provučeni su kroz matricu za analizu sadržaja u kojoj je mjerna jedinica bila jedan članak i pripadajuća oprema teksta.

Po načelu poštenja analizom je utvrđeno da su portali u 76 % slučajeva izvještavali na pošten način. Članci koji su bili ocijenjeni kao nepošteni u 40 % slučajeva su imali senzacionalističke i clickbait naslove koji nisu bili povezani s tekstem i služili su navođenju čitatelja na zaključke. Drugi element koji se istaknuo u ocjenjivanju poštenja članka bila je relevantnost i broj izvora, 13 % članaka je kao izvor imalo navedeno samo društvene mreže i takvi članci, obzirom da su pokrivali samo jednu stranu priče iz anonimnog izvora su bili ocijenjeni kao nepošteni, a najveći broj takvih članaka objavio je portal *24sata.hr*. Većina članaka na svim portalima je imala samo jedan izvor (93 %), a preko 50 % tih izvora bili su agencija ili drugi mediji. Po pitanju tema koje su se pokrivala i aspekata iz kojih su se obrazlagale portali su ocijenjeni pozitivno, aspekt izvještavanja je bilo usklađen sa situacijom. Najveći postotak negativno ocijenjenih članaka po ovom kriteriju bio je u kolovozu, obzirom da su teme bile pokrivanе iz aspekta turizma i pratilo se stanje u turističkim destinacijama što se smatra neuravnoteženim izvještavanjem.

Točnost i istinitost članaka ocijenjeni su kao 100 % pozitivni, odnosno svi članci su ocijenjeni kao istiniti, gramatički, pravopisno i činjenično točni. Objavljene informacije su bile provjerljive i potvrđene na drugim izvorima, kao i brojke, imena i navodi unutar članaka, u tom segmentu nije utvrđen nijedan propust, a također nije pronađen nijedan demantij za objavljene članke.

Prema provedenoj analizi 32 % objavljenih članaka je bilo neuravnoteženo. Članci ocijenjeni kao neuravnoteženi zbog korištenja uvijek istog izvora za istu temu i neupitno su prenosili dobivene informacije. Broj izjava u takvim člancima kretao se od 0 do 1, a bilo kakva alternativna priča unutar članka nije ni na koji način pokrivena. Samo jedan članak od njih 47 negativno ocijenjenih koristi poveznice unutar teksta za alternativno viđenje priče. U preostalih 46 članaka poveznicu pronalazimo samo kako bi se potvrdili navodi unutar teksta. Najveći broj neuravnoteženih članaka objavljeno je u kolovozu, obzirom da se COVID-19 u tom periodu pratio i pokrivaio najviše iz aspekta turizma, a portal s najvećim postotkom neuravnoteženih članaka bio je *Index.hr*.

U analizi nepristranosti ocjenjivao se ton članaka i pristranost novinara temi i strani, kao i portala. U samo 9 % ukupnog broja članaka prepoznata je pristranost u tekstu. Najviše takvih članaka objavljeno je u ožujku, 14 %, dok u kolovozu nijedan članak nije ocijenjen kao pristran. Portal s najvećim brojem pristranih članaka bio je *Index.hr* koji je u sferi političkih članaka pokazivao određenu pristranost. *Net.hr* je na pristran način izvještavao o kršenju mjera i društvu za vrijeme pandemije zagovarajući provođenje i pridržavanje definiranih mjera, ali bez prikazivanja druge strane priče, što se nadovezuje na neuravnoteženosti tih članaka. Na portalu *24.sata.hr* je najmanji broj članaka ocijenjen kao pristran.

Utvrđeno je da je 33 % članaka pridonijelo širenju panike negativnim konotacijama u naslovima, preuveličavanjem situacija i korištenjem ekstremno negativnih izraza za koje prema sadržaju članka nije bilo potrebe. Najveća brojka takvih članaka objavljena je u ožujku, a portal s najvećim brojem takvih članaka bio je *Net.hr*, dok je prema analizi paniku najmanje širio portal *24.sata.hr*. Širenju panike, prema analizi, su najviše doprinosili senzacionalistički naslovi. Čak i kada je članak ocijenjen kao informativan i jasan sam naslov je bio negativan i prenapuhan.

Senzacionalizam se analizom utvrđivao u naslovu i u tekstu članka. Od ukupnog broja objavljenih naslova, 26 % je bilo senzacionalističko, dok je postotak članaka koji su pisani senzacionalističkim stilom bio 22 %. Portal s najvećim brojem senzacionalističkih naslova bio je portal *24.sata.hr* koji je u naslovima često koristio superlative i preuveličavanja, ali zanimljivo da na tom portalu niti jedan člana u ožujku i kolovozu nije pisan senzacionalističkim stilom, dok je u listopadu samo jedan članak na tom portalu ocijenjen kao senzacionalistički. Najveći broj članaka pisanih senzacionalističkim stilom (32 %) objavljivao je *Net.hr* kroz sva tri vremenska perioda. Najveći postotak senzacionalističkih članaka u odnosu na ukupan broj članaka objavljen je u listopadu.

Uzmemo li u obzir senzacionalističke naslove, može se zaključiti da su u ožujku kako bi se privuklo čitatelje naslovi bili senzacionalistički, ali sam sadržaj ne. Broj senzacionalističkih naslova u listopadu odgovara broju senzacionalističkih članaka, odnosno naslov je pratio sadržaj objavljenog članka. Najmanji broj senzacionalističkih naslova i članaka zabilježen je u kolovozu.

Od ukupno 149 analiziranih članaka 59 (40 %) je bilo direktno preuzeto iz drugog izvora i objavljeno bez ijedne izmjene ili nadopune sadržaja. Članci su se razlikovali samo po naslovu. Najveći broj preuzetih članaka objavljen je u listopadu kada je 47 % od ukupno objavljenih članaka bilo je preuzeto s drugog portala. Najveći postotak preuzetih članaka objavljeno je na portalu *Index.hr* 41 %, dok su *Net.hr* i *24sata.hr* imali jednak udio preuzetih članaka, 38 %. Ono što je važno za naglasiti je da prilikom provjeravanja autentičnosti članka ukoliko, članak na drugom portalu nije imao evidentirano točno vrijeme objave, članak se ne bi ocjenjivao kao *copy&paste* članak što je sigurno utjecalo na krajnji rezultati i brojka preuzetih članaka može biti samo još veća od navedene.

Iz provedene analize može se zaključiti kako su se internetski portali u navedenim vremenskim periodima trajanja pandemije COVID-19 u većini slučajeva pridržavali osnovnih novinarskih načela točnosti, istinitosti i poštenja. Izazovi su detektirani u pristranosti i uravnoteženosti gdje postoji tendencija pristranog izvještavanja po određenim društvenim temama kao i neuravnoteženost u izvještavanju po pitanju davanja jednake važnosti i medijskog prostora svim zahvaćenim stranama. Ono što se definitivno može zaključiti je da su internetski portali u početku pandemije bombardirali javnost količinom objavljenih članaka i sukladno tome izvještavanje se razlikovalo ovisno o vremenskom periodu, a na te promjene nije utjecao broj oboljelih već količina informacija i opće znanje o temi. Kao što je i bila pretpostavka, senzacionalizam je bio prisutan u izvještavanju. U ožujku se senzacionalizam primjenjivao u naslovima članaka kako bi privukao javnost, dok se s odmakom omjer senzacionalističkih članaka izjednačava s naslovima. Senzacionalizam je bio najviše prisutan na portalu *Net.hr*, a najmanje prisutan na portalu *24sata.hr*. Kroz senzacionalističke objave portali su najčešće koristili negativne i prenapuhane izraze i negativne konotacije, a samim time pridonosili su širenju panike.

Copy&paste je tehnika kojoj se u više od 40 % slučajeva pribjegavalo, i time neupitno prenosilo informacije preuzete iz drugih izvora bez ikakvog doprinosa, izmjene, a obzirom na vremenske razmake u kojima je preneseno, može se zaključiti i bez provjere.

9. ZAKLJUČAK

Prisutnost i utjecaj masovnih medija u svakodnevnom životu je neosporna, a tome je pridonijela internetska revolucija i novi medij. Uloga medija do izražaja dolazi prilikom kriznih situacija kada javnost zahtijeva informacije i one postaju nužne. Mediji u tom trenutku „pristupaju“ ispitu svoje profesionalnosti, etičnosti i sposobnosti da pravovremeno i točno informiraju javnost o svemu što se događa i educiraju javnost o novonastaloj situaciji uz potrebnu dozu empatije bez pribjegavanja senzacionalizmu i dodatnom širenju panike.

Zadnja velika kriza koja je zadesila cijeli svijet počela je u ožujku 2020. godine i bila uzrokovana pandemijom COVID-19 koja je trajala više od dvije godine. Prema do sada provedenim istraživanjima uloga medija za vrijeme krize je bila značajna. Mediji su bili glavni posrednik između zdravstvenih ustanova i vladinih organizacija s javnosti. Glavni zadatak im je bio prenositi nova saznanja i novouvedene mjere za prevenciju širenja virusa u javnosti, te educiranje iste te javnosti o ponašanju za vrijeme pandemije.

Ipak u kratkom roku od proglašenja pandemije, svijet su preplavile dezinformacije objavljene u medijima koje su se nekontrolirano širile društvenim mrežama. Najviše dezinformacija se širilo *online* putem društvenih mreža. Internetski portali su uz aplikacije za komunikaciju prema provedenim istraživanjima bili glavni prenositelji dezinformacija, a kako se navodi do toga je došlo zbog šumova u komunikaciji sa znanstvenicima i pogrešne interpretacije danih uputa koje su objavljivane na internetskim portalima.

Kako bi se spriječilo daljnje širenje lažnih informacija angažirale su se brojne europske i svjetske institucije, kao i medijske kuće koje su organizirale informacijske punktove obzirom da je širenje dezinformacija utjecalo na povjerenje javnosti u medije koje se direktno povezivalo s pridržavanjem propisanih mjera i mišljenju o cjepivu.

Uz sav angažman i prevenciju agencija, javnost je i dalje bila preplavljena i bombardirana senzacionalističkim naslovima i velikom količinom informacija što je utjecalo na opredjeljenje javnosti na vrstu medija kojoj će se prikloniti, a to je najviše ovisilo o državi i kulturi države. Konzumacija medijskog sadržaja svakako je porasla za vrijeme pandemije. Hrvatska se javnost

prema istraživanjima informirala više preko interneta i novih medija u odnosu na vrijeme prije pandemije.

Cilj ovog rada bio je istražiti na koji način su hrvatski internetski portali izvještavali o pandemiji ovisno o vremenskom periodu za vrijeme krize, jesu li se pridržavali načela struke ili pribjegavali senzacionalizmu i širenju panike te u kojoj mjeri su samo preuzimali članke i dijelili dalje doprinoseći na taj način infodemiji.

Kvalitativnom i kvantitativnom analizom sadržaja zaključilo se da vremenski periodi jesu utjecali na način i količinu izvještavanja internetskih portala. Mediji su u samom početku pandemije izvještavali puno intenzivnije i moglo bi se reći da su bombardirali javnost. Senzacionalizam u naslovima je u samom početku više prisutan u odnosu na druga dva vremenska perioda, a uz senzacionalizam je automatski išlo i širenje panike, obzirom da se senzacionalizam ogledao u prenapuhivanju, negativnim izrazima i isticanjem nerelevantnih informacija u naslovima.

Ipak portali su se u najvećoj mjeri pridržavali profesionalnih standarda izvještavanja, pa je izvještavanje u većini bili točno, istinito i pošteno. Neuravnoteženost izvještavanja je prepoznata u ljetnim mjesecima, gdje se više medijskog prostora davalo gradovima i županijama kojima je o pandemiji ovisila turistička sezona, a i samo izvještavanje o pandemiji je bilo prilagođeno gospodarskom aspektu. Obzirom na relevantnost teme, koja je bila bitna za Hrvatsku i hrvatsko gospodarstvo ovo se ne bi trebalo gledati u toj mjeri kao kršenje novinarskih standarda. Pristranost i neuravnoteženost se osjetila u izvještavanju o kršenju uvedenih mjera u javnosti, koje je bilo javno osuđivano i iako je bilo za „javno dobro“ nije trebalo biti izneseno u javnost bez druge strane priče. Minimalno 40 % ukupno objavljenih članaka je preuzeto s drugog medija i objavljeno bez nadopune, izmjene i pretpostavka – bez provjere. Ovo se svakako može smatrati pridonosenju općoj infodemiji koja je vladala usprkos tehničkim izazovima u utvrđivanju ovakvih činjenica, a pravdati se može samo nedostatkom resursa uz povećanu potražnju i pritisak.

Pokrivenost, utjecaj i način izvještavanja medija o pandemiji COVID-19 je i dalje tema brojnih istraživanja obzirom na specifičnost ove krize koja se pamti kao jedina pandemija koja se zrakom širila i viralno internetom. Daljnje elaboriranje nam može pomoći da u budućnosti primijenimo dobre, a minimaliziramo loše prakse uz povećanje resursa u medijima i razinu edukacije uz podizanje svijesti o važnosti i utjecaju medija u svakodnevnom životu.

SAŽETAK

Problemsko područje rada je način medijskog izvještavanja za vrijeme krize uzrokovane pandemijom COVID-19. Fokus se stavlja na profesionalna načela novinarske struke uz poseban naglasak na izazove novih medija i internetskih portala: senzacionalizam, širenje panike i *copy&paste* novinarstvo. Glavni cilj istraživanja je utvrditi na koji način su hrvatski internetski portali izvještavali o pandemiji kroz tri odabrana vremenska perioda, jesu li se pridržavali profesionalnih načela struke i koji faktori su utjecali na način izvještavanja.

U teorijskom dijelu rada se definiraju i raščlanjuju osnovni pojmovi medija, podjele medija, funkcije i društvena uloga medija, a uz poseban naglasak na profesionalne standarde izvještavanja determiniraju se izazovi novih medija i internetskih portala kao što su anonimiziranost izvora i *copy&paste* novinarstvo.

Analizom provedenih medijskih istraživanja za vrijeme pandemije i slaganjem kronologije pandemije daje se uvid u društveno – gospodarski kontekst krize i ulogu medija na svjetskoj i europskoj razini uz detektiranje i definiranje najvećeg izazova u izvještavanju – infodemije.

Kvantitativnom analizom sadržaja obrađeno je 2713 članaka prikupljenih preko RSS-a kako bi se dobio uvid u trend objavljivanja kroz 3 vremenska intervala prvog vala pandemije, a kvalitativnom metodom izdvojeno je i analizirano 149 članaka kako bi se utvrdilo na koji način se izvještavalo ovisno o vremenskom periodu.

Ključne riječi: COVID-19, kriza, mediji, internetski portali, senzacionalizam, infodemija, *copy&paste*, analiza sadržaja

SUMMARY

The analysis of media coverage on the subject of pandemic COVID – 19 by the news portals

The problem area of this research is the method of media reporting during the crisis caused by the COVID-19 pandemic. The focus is on the professional principles of journalism, with a special emphasis on the challenges posed by new media and online portals: sensationalism, spreading panic, and copy&paste journalism. The main goal of the research is to determine the way in which Croatian online portals reported on the pandemic during three selected time periods, whether they adhered to ethical principles of the profession, and which factors influenced the manner of reporting.

The theoretical part of the dissertation defines and analyzes the basic concepts of media, media classifications, functions, and the social role of media, with a particular emphasis on professional reporting standards, determining the challenges of new media and online portals such as source anonymity and copy&paste journalism.

Through the analysis of conducted media research during the pandemic and by establishing a chronology of the pandemic, insights are provided into the socio-economic context of the crisis and the role of media at the global and European levels, along with identifying and defining the greatest challenge in reporting – the infodemic.

A quantitative content analysis covered 2,713 articles collected via RSS to gain insight into publishing trends over three time intervals during the first wave of the pandemic, while a qualitative method singled out and analyzed 149 articles to determine how reporting varied depending on the time period.

Keywords: COVID-19, crisis, media, online portals, sensationalism, infodemic, copy&paste journalism, content analysis

LITERATURA

1. KNJIGE

1. BRAUTOVIĆ, M.: **Online novinarstvo**, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
2. JUGO, D.: **Menadžmen kriznog komuniciranja**, Školska knjiga, Zagreb, 2017.
3. KUNCZIK, M., ZIPFEL, A.: **Uvodu u publicističku znanost i komunikologiju**, Zaklada Fridrich Zagreb, 1998.
4. KURTIĆ, N., MALOVIĆ, S., MALETIĆ, F., VILOVIĆ, G.: **Masovno komuniciranje**, Golden marketing – Tehnička knjiga, Sveučilište Sjever, Zagreb, 2004.
5. MALOVIĆ, S.: **Osnove novinarstva**, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2005
6. NOVAK, B.: **Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima**, Binoza Press, Zagreb, 2001.
7. ZGRABLJI - ROTAR, N.: **Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji**, u: ZGRABLJI – ROTAR, N. (ur.) **Medijska pismenost i civilno društvo**, MediaCentar, Sarajevo, 2005.
8. ZGRABLJI - ROTAR, N.: **Uvod u medije i medijsku pismenost**, Leykam International, Zagreb, 2023.
9. ZGRABLJIĆ- ROTAR, N.: **Digitalno doba – Masovni mediji i digitalna kultura**, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb, 2020.

2. ZNANSTVENI RADOVI U ELEKTRONIČKIM ČASOPISIMA

1. ADAM S, URMAN A, ARLT D, GIL-LOPEZ T, MAKHORTYKH M, MAIER M.: **Media Trust and the COVID-19 Pandemic: An Analysis of Short-Term Trust Changes, Their Ideological Drivers and Consequences in Switzerland**. *Communic Resarch*, Vol.50, No2, 2023., <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9663272/> (31.7.2024.)
2. AL-OMOUSH et al: **The impact of social capital and collaborative knowledge creation on e-business proactiveness and organizational agility in responding to the COVID-19 crisis**, *Journal of Innovation & Knowledge*, Vol.5, No4, 2020., <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X2030038X> (27.7.2024.)
3. BAROVIĆ, V.: **Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama**, *Medijske studije*, Vol.2, No.3-4, 2011., preuzeto sa <https://hrcak.srce.hr/87882> (6.8.2024.)
4. BEGOVIĆ, P., LABAŠ, D.: **Medijske navike, povjerenje publike i lažne vijesti u doba koronavirusa**, *Communication Management Review*, Vol. 06, No. 01, 2021, p. 6-28, <https://doi.org/10.22522/cmr20210162> (31.7.2024.)
5. BENKOVIĆ, V., - BALABANIĆ, I.: **Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala**, *Medijska istraživanja*, Vol 16, No 2, p. 43-57, <https://hrcak.srce.hr/63939> (1.8.2024.)
6. BRKLJAČA, K., - PRSKALO, N., L., - BAKARIĆ, B., M.: **Pregled prednosti i nedostataka digitalizacije, digitalnih rješenja, tehnologija i aplikacija korištenih u vrijeme pandemije**, *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, Vol. 12, No.1, p. 375-393, Rijeka, 2024., <https://doi.org/10.31784/zvr.12.1.23> (2.8.2024.)

7. ČATIPOVIĆ, P.: **Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19**, Communication Management Review, Vol 8., No 1., Zagreb, 2023., p.64-85, <https://doi.org/10.22522/cmr20220186> (28.7.2024.)
8. ELEZOVIĆ, A.: **O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.)**, Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, Vol. 18 No. 1, 2012., p.61-88, <https://hrcak.srce.hr/85381> (25.7.2024.)
9. **Epidemija koronavirusa u Republici Hrvatskoj**, Ministarstvo unutarnjih poslova Republike Hrvatske, Ravnateljstvo civilne zaštite, veljača 2022., https://civilna-zastita.gov.hr/UserDocsImages/CIVILNA%20ZA%C5%A0TITA/PDF_ZA%20WEB/Bro%C5%A1ura-COVID2.pdf (29.7.2024)
10. JAKOVLJEVIĆ, M.: **Principi za primjenu osnovnih načela novinarskog kodeksa prilikom izvještavanja o prometnim nesrećama sa smrtnim posljedicama**, In Medias Res, Vol 3, No 4, 2014., p.556-568, <https://hrcak.srce.hr/125132> (5.8.2024.)
11. JANJICEVIĆ, J.: **Funkcije i efekti masovnih medija**, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, No 120 -121 Beograd, 2008.
12. JURČIĆ, D.: **Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj**, Mostariensia, Vol 21, No 1, 2017, p. 127-136, <https://hrcak.srce.hr/190208> (22.7.2024.)
13. KNEZOVIĆ, K., - MAKSIMOVIĆ, I.: **Manipulativna moć masovnih medija i etičke upitnosti njihova utjecaja na dijete**, Katolički bogoslovni fakultet u Đakovu, vol 24, No 4, Đakovo, 2016., p. 645-666, <https://hrcak.srce.hr/171269> (30.7.2024.)
14. KRELJA KURELOIĆ, E., TOMAC, F., POLIĆ, T.: **Načini informiranja i prepoznavanje lažnih vijesti kod studenata u hrvatskoj tijekom covid-19 pandemije**, Veleučilišta u Rijeci, 2021., p. 119 -130, <https://doi.org/10.31784/zvr.9.1.7>, (22.7.2024.)
15. KUNJI, Ž., - STOJANOVIĆ, S.: **Pandemija Covid-19: utjecaj na gospodarstvo i mjere za ublažavanje krize u republici Hrvatskoj**, Skei–međunarodni interdisciplinarni časopis, Vol 2., No1,2021, p.16-29, <https://hrcak.srce.hr/262878>, (28.7.2024.)
16. LESINGER, G.: **Infodemija ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji virusa COVID-19**, South Eastern European Journal of Communication, Vol3, No1, Mostar, 2021., p.17-27, <https://doi.org/10.47960/2712-0457.2021.1.2.17> (7.8.2024.)
17. MCQUAIL, D.: **Uloga medija u društvu**, CM Komunikacija i mediji, Vol 2, No 3, Beograd,2007, p.5-16, <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=552660> (21.7.2024.)
18. PEKKALA, P.: **Copy-paste journalism wants to be free**, 2013., <https://www.ojr.org/copy-paste-journalism-wants-to-be-free/index.html> (4.8.2024)
19. PIQUERO A.R. et.al: **Domestic violence during the COVID-19 pandemic - Evidence from a systematic review and meta-analysis**, Journal of Criminal Justice, Vol.74, No 101806, 2021, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004723522100026X> (3.8.2024.)
20. STANOJEVIĆ, M.: **Utjecaj grafičkih elemenata, sadržajnih elemenata i opreme na senzacionalizam novinskih napisa**, Doktorski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 2017., <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/8959/1/Marija%20Stanojevi%C4%87%20doktorski%20rad.pdf> (11.8.2024.)
21. TOMIĆ, Z., SAPUNAR, J.: **Krizno komuniciranje**. Hum, Vol 1, Mostar, 2006., p.298-310, <https://hrcak.srce.hr/file/337236> (6.8.2024.)
22. VILOVIĆ, G.: **Medijski prijepori u Globusu i Nacionalu**, Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 1999-2000.p.113. <https://hrcak.srce.hr/22901> (5.8.2024.)

23. VUČAK, M. – ZELIĆ, A.: **Suvremeni pristup kriznom upravljanju**, u SMERIĆ, T.- SABOL, G.: Sigurnost i obrana Republike Hrvatske u euroatlantskom kontekstu, Biblioteka ZBORNICI, knjiga 36, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb, 2009. https://www.pilar.hr/wp-content/images/stories/dokumenti/sigurnost_obrana/1.pdf (6.8.2024.)
24. WARD, J.A., S.: **Digital Media Ethics**, University of Wisconsin–Madison, <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> (6.8.2024.)

3. INSTITUCIONALNE PUBLIKACIJE

1. **Classification of Omicron (B.1.1.529): SARS-CoV-2 Variant of Concern**, [https://www.who.int/news/item/26-11-2021-classification-of-omicron-\(b.1.1.529\)-sars-cov-2-variant-of-concern](https://www.who.int/news/item/26-11-2021-classification-of-omicron-(b.1.1.529)-sars-cov-2-variant-of-concern) , (31.7.2024)
2. **Comirnaty COVID-19 vaccine: EMA recommends approval for children aged 5 to 11**, <https://www.ema.europa.eu/en/news/comirnaty-covid-19-vaccine-ema-recommends-approval-children-aged-5-11> (31.7.2024.)
3. **Coronavirus disease (COVID-19)**, https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1, (29.7.2024)
4. **COVID-19 – izvješće HZJZ-a**, Hrvatski javod za javno zdravstvo, <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/covid-19-izvjesce-hzjz-a/>, (21.6.2024.)
5. DUKA, Z.: **Kodeks časti hrvatskih novinara**, <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral>, (5.8.2024.)
6. KLEIS NIELSEN, R., FLETCHER, R., ET AL: **Navigating the ‘Infodemic’: How People in Six Countries Access and Rate News and Information about Coronavirus**, Reuters Institute for the study of journalism, DOI: 10.60625/risj-b838-pw85, 2020., <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/infodemic-how-people-six-countries-access-and-rate-news-and-information-about-coronavirus> (30.7.2024.)
7. **Mental Health and COVID-19: Early evidence of the pandemic’s impact**, Scientific brief, WHO,2022, <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/352189/WHO-2019-nCoV-Sci-Brief-Mental-health-2022.1-eng.pdf?sequence=1> (2.8.2024)
8. NEWMAN,N. et.al: **Reuters Institute Digital News Report 2021**, Reuters Institute for the Study of Journalism, [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital News Report 2021 FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital%20News%20Report%202021%20FINAL.pdf), (29.7.2024)
9. **Potvrđen je i treći slučaj omikrona u Hrvatskoj**, HZJZ, <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/omicron-u-hrvatskoj-potvrden-kod-dva-pacijenta/> (31.7.2024)
10. **Timeline: WHO's COVID-19 response**, <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline>, (29.7.2024)
11. **Važne informacije o pojavi novih varijanti virusa SARS-CoV-2 i prilagodbi cjepiva protiv bolesti COVID-19**, HZJZ, <https://www.hzjz.hr/aktualnosti/vazne-informacije-o-pojavi-novih-varijanti-virusa-sars-cov-2-i-prilagodbi-cjepiva-protiv-bolesti-covid-19/> (31.7.2024)
12. **Weekly epidemiological update on COVID-19 - 27 July 2021**, <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---27-july-2021> (31.7.2024)

13. **WHO adds Janssen vaccine to list of safe and effective emergency tools against COVID-19**, WHO, <https://www.who.int/news/item/12-03-2021-who-adds-janssen-vaccine-to-list-of-safe-and-effective-emergency-tools-against-covid-19>, (30.7.2024)

14. **WHO lists two additional COVID-19 vaccines for emergency use and COVAX roll-out**, WHO, <https://www.who.int/news/item/15-02-2021-who-lists-two-additional-covid-19-vaccines-for-emergency-use-and-covax-roll-out> (30.7.2024.)

4. PROPISI

1. **Zakon o elektroničkim medijima** (NN153/09 i 84/11), https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_10_111_1942.html (29.7.2024.)

5. NOVINSKI ČLANCI

1. **BOSMAN, J., SMITH, M.:** „Delta Surge Drives Home Painful Truth: Covid Isn’t Going Away, The New York Timse, 5. rujan 2021, <https://www.nytimes.com/2021/08/16/us/covid-delta-variant-us.html>, (31.7.2024.)

2. **Covax: How many Covid vaccines have the US and the other G7 countries pledged?**, <https://www.bbc.com/news/world-55795297>, BBC, (30.7.2024.)

3. **Covid-19 vaccine: First person receives Pfizer jab in UK**, BBC, <https://www.bbc.com/news/uk-55227325>, (30.7.2024.)

4. **Covid-19: Oxford-AstraZeneca vaccine approved for use in UK**, BBC, <https://www.bbc.com/news/health-55280671>, (30.7.2024.)

5. **Global Covid vaccine rollout threatened by shortage of vital components**, Guardian, <https://www.theguardian.com/world/2021/apr/10/global-covid-vaccine-rollout-threatened-by-shortage-of-vital-components>, (30.7.2024.)

6. **Nestašica cjepiva u EU-u, najteže u Češkoj**, HRT, <https://vijesti.hrt.hr/eu/nestasica-cjepiva-u-eu-najteze-u-ceskoj-976927>, (30.7.2024.)

7. **Pressure on Dutch hospitals mounts as COVID cases break records**, Reuters, <https://www.reuters.com/world/europe/pressure-dutch-hospitals-mounts-covid-cases-break-records-2021-11-15/> (31.7.2024)

8. **Scientists not backing Covid jabs for 12 to 15-year-olds**, BBC, <https://www.bbc.com/news/health-58438669>, (31.7.2024.)

9. **Svi ovi na tribinama bili su zaraženi. Ta bomba ubija naš grad**, Index.hr, <https://www.index.hr/sport/clanak/svi-ovi-na-tribinama-bili-su-zarazeni-ta-bomba-ubija-nas-grad/2168866.aspx> (22.7.2024.)

10. **U Hrvatsku stiglo 50.000 doza Pfizerovog cjepiva za djecu: ‘Mladi itekako dobro reagiraju**, Jutarnji list, <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-hrvatsku-stiglo-50-000-doza-pfizerovog-cjepiva-za-djecu-mladi-itekako-dobro-reagiraju-15132341> (31.7.2024.)

11. **Vlada proglasila kraj epidemije, ukida se obveza nošenja maski**, HRT, <https://vijesti.hrt.hr/hrvatska/vlada-proglasava-kraj-epidemije-10768766> (31.7.2024.)

POPIS TABLICA

1.	Tablica br.1: Prikaz objavljenih članka u odnosu na broj oboljelih	49
2.	Tablica br.2: Prikaz objavljenih članaka po satu	51
3.	Tablica br.3: Prikaz objavljenih članaka po rubrikama	55
4.	Tablica br.4: Prikaz naslova negativno ocijenjenih članaka po načelu poštenja	57
5.	Tablica br.5: Prikaz broja članaka broju izvora	58
6.	Tablica br.6: Prikaz broja članaka po vrsti izvora	59
7.	Tablica br.7: Prikaz zastupljenosti tema po mjesecima	59
8.	Tablica br.8: Prikaz negativno ocijenjenih članaka po načelu poštenja	61
9.	Tablica br.9: Prikaz korištenja i uloga poveznica u člancima	63
10.	Tablica br.10: Prikaz negativno ocijenjenih članaka po načelu uravnoteženosti	64
11.	Tablica br.11: Prika obrade teme u člancima koji su ocijenjeni kao neuravnoteženi	66
12.	Tablica br.12: Prikaz negativno ocijenjenih članaka po načelu nepristranosti	68
13.	Tablica br.13: Prikaz naslova po stilu	70

POPIS GRAFIKONA

1. Grafikon br.1: Broj objavljenih članaka po mjesecima i portalima	47
2. Grafikon br.2: Broj objavljenih članaka u odnosu na broj oboljelih.....	50
3. Grafikon br.3: Intervalno izvještavanje po portalu.....	52
4. Grafikon br.4: Broj objavljenih članaka po portalu.....	53
5. Grafikon br.5: Omjer članaka prema načelu poštenja	56
6. Grafikon br.6: Prikaz objavljenih članaka po aspektu.....	60
7. Grafikon br.7: Prikaz izvora članaka koji su ocijenjeni kao neuravnoteženi	67
8. Grafikon br.8: Prikaz senzacionalizma u člancima	71
9. Grafikon br.9: Prikaz širenja panike u člancima	73
10. Grafikon br.10: Prikaz objavljenih copy&paste članaka	75

PRILOZI

ANALITIČKA MATRICA

Portal	Datum	Naslov	Tema	Aspekt	Geografski fokus
24sata.hr			Cjepivo	gospodarski	Lokalni
Index.hr			Društvo i osobna iskustva	zdravstveni	Nacionalni
Net.hr			EU mjere	sport	Međunarodni
			HR mjere	politika	
			Istraživanja	mediji	
			Izveštaj stožera	društvo	
			Javne osobe	ekološki	
			Mentalno zdravlje	ekonomija	
			Utjecaj na gospodarstvo	znanost	
			Zdravstveni kapaciteti	turizam	
Broj izvora	Broj izjava	Vrsta izvora 1	Vrsta izvora 2	Vrsta izvora	Autori
0 izvora	0 izjava	Agencija	službeni	primarni	Nepotpisano
1	1	PR članak	neslužbeni	sekundarni	Puno ime i prezime
2	2	Stručnjak		sve od navedenog	Inicijali
3	3	Javna osoba			PR članak
4	4	Političar			Agencija
5	5	Ostali			Prezime
6 i više izvora	6 i više izjava	Društvene mreže			
		Državna institucija			
		Državni službenik			
		Više navedenih			
		Medij			
Žanr	Dužina članka	Dubina obrade	Multimedija	Poveznice	Uloga poveznice
Vijest	mali	Površno	Fotografije	Da	pozadinske info i podupiranje navoda
Proširena vijest	srednji	Detaljno	Video	Ne	alternativni pogled i poticaj na istraživanje
Izveštaj	veliki		Infografike		nije relevanto
Intervju			Video i Foto		
Komentar			Ilustracije		
Tema			Tablice i grafikoni		
PR/oglas					
Reportaža					
Priopćenje					
Intraktivni članak					
Kolumna					
Osvrt					
Izjava					
Povezanost	Naslov	Jezik	Stil	Tonalitet	Cilj
Da	Senzacionalistički	Formalan	Informativan	Pozitivan	Educirati
Ne	Informativan i jasan	Neformalan	Senzacionalistički	Negativan	Informirati
	Clickbait		Analički		Zabaviti
			Pripovijedni		Uvjeravati
			Komentatorski		Transmisija kulture
			Promotivno	Neutralan	Pobuditi emocije
Istinitost	Točnost	Poštenje	Uravnoteženost	Nepristranost	Senzacionalizam
Da	Da	Da	Da	Da	Da
Ne	Ne	Ne	Ne	Ne	Ne
Širenje panike	Copy paste				
Da	Da				
Ne	Ne				

ŽIVOTOPIS



Irena Sarić

Ambiciozna i natjecateljski raspoložena osoba, volim izazove. Uživam kad mogu ostvariti rezultat. U slobodno vrijeme uživam u dugim šetnjama i jogi, kao i dobroj knjizi ili filmu.

Kontakt

Mobitel:

+385 95 731 0010

Email:

saricirena48g@gmail.com

Addressa:

Gruška 22, 10000
Zagreb

Radno iskustvo

Koordinator pozivnog centra

Telemach Hrvatska
Studeni 2023. - danas

Koordinacija više timova podrške s fokusom na prodajne aktivnosti svim segmentima korisnika. Izrada alata i definiranje procesa optimizacije rada i ostvarenja ključnih pokazatelja učinka.

Voditelj tima pozivnog centra

Telemach Hrvatska
Lipanj 2021. - listopad 2023.

Operativni i administrativni poslovi voditeljske pozicije. Briga o razvoju i motivaciji zaposlenika, eskalacija korisničkih problema, izrada i analiza izvještaja.

Obrazovanje i osposobljavanje

Diplomski studij Novinarstva i odnosa s javnostima
Sveučilište u Zadru, 2018.-

Osposobljavanje za stručni rad na području novinarstva i odnosa s javnostima, kao i u cijeloj sferi komunikacijskih znanosti kroz teoriju i stručnu praksu u Slobodnoj Dalmaciji.

Preddiplomski studij Kultura i turizam
Sveučilište u Zadru, 2013.-2017.

Znanja i vještine za obavljanje poslova: organizator aktivnosti u kulturi i turizmu, kreator turističkog proizvoda, turistički kulturolog i komunikolog, agencijski predstavnik.

Posebne vještine

- komunikacijske vještine
- organizacijske i upravljačke vještine
- prodajne i pregovaračke vještine
- upravljanje timom
- MS Office: napredne vještine

Jezici

Engleski, Njemački i Talijanski jezik