HRVATSKO KATOLIČKO SVEUČILIŠTE

DOKTORSKI STUDIJ

Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu

Lidija Baltin Stojkanović

PROMJENE MEDIJSKIH NARATIVA NA PRIMJERU IZVJEŠĆIVANJA HRVATSKIH ELEKTRONIČKIH PUBLIKACIJA O PANDEMIJI COVID-19

Doktorski rad

Zagreb, srpanj 2025.

2025.

DOKTORSKI RAD

LIDIJA BALTIN STOJKANOVIĆ

DOKTORSKI STUDIJ

Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu

Lidija Baltin Stojkanović

PROMJENE MEDIJSKIH NARATIVA NA PRIMJERU IZVJEŠĆIVANJA HRVATSKIH ELEKTRONIČKIH PUBLIKACIJA O PANDEMIJI COVID-19

Doktorski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Ivan Balabanić

Zagreb, srpanj 2025.

Doktorski studij

Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu

Lidija Baltin Stojkanović

HRVATSKO KATOLIČKO SVEUČILIŠTE ZAGREB UNIVERSITAS STUDIORUM CATHOLICA CROATICA ZAGRABIA

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom izjavljujem i vlastoručnim potpisom potvrđujem da je moj doktorski rad:
Promjene medijskih narativa na primjeru izvješćivanja hrvatskih elektroničkih publikacija o pandemiji COVID-19 / Changes in Media Narratives, such as Reporting by Croatian E-publications on the COVID-19 Pandemic

izrađen pod mentorstvom:

izv. prof. dr. sc. Ivana Balabanića

i obranjen:

_____

isključivo rezultat mog vlastitog i samostalnog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i objavljenoj literaturi, a dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima jasno su označeni kao takvi i navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da nijedan dio doktorskog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranog rada, i nijedan dio ne narušava ičija autorska prava.

Izjavljujem da nijedan dio doktorskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi u Republici Hrvatskoj i inozemstvu.

U Zagrebu, _____ Potpis

_____

Doktorski studij

Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu

Lidija Baltin Stojkanović

HRVATSKO KATOLIČKO SVEUČILIŠTE ZAGREB
UNIVERSITAS STUDIORUM CATHOLICA CROATICA ZAGRABIA

IZJAVA O ISTOVJETNOSTI SADRŽAJA DOKTORSKOG RADA

kojom izjavljujem i vlastoručnim potpisom potvrđujem da je sadržaj mojega doktorskog rada: Promjene medijskih narativa na primjeru izvješćivanja hrvatskih elektroničkih publikacija o pandemiji COVID-19 / Changes in Media Narratives, such as Reporting by Croatian E-publications on the COVID-19 Pandemic

izrađen pod mentorstvom:

izv. prof. dr. sc. Ivana Balabanića

i obranjen:

_____,

koji dostavljam u elektroničkoj verziji u inačici na CD-u, istovjetan tiskanoj verziji mog doktorskog rada (koji dostavljam u dva (2) tiskana primjerka, tvrdi uvez).

U Zagrebu, _____ Potpis

_____

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

Naslov doktorskog rada	Promjene medijskih narativa na primjeru izvješćivanja hrvatskih elektroničkih publikacija o pandemiji COVID-19
Autor	Lidija Baltin Stojkanović
Mentor	izv. prof. dr. sc. Ivan Balabanić
Ključne riječi	pandemija, COVID-19, *framing*, elektroničke publikacije, *agenda-setting*
Povjerenstvo za ocjenu doktorskog rada	1. izv. prof. dr. sc. Irena Sever Globan, predsjednica 2. doc. dr. sc. Miriam Mary Brgles, članica 3. prof. dr. sc. Nikša Dubreta, član
Povjerenstvo za obranu doktorskog rada	1. , predsjednik 2. , član 3. , član
Ustanova koja je dodijelila akademski stupanj doktora znanosti	HRVATSKO KATOLIČKO SVEUČILIŠTE
Doktorski studij	*Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu*
Mjesto	Zagreb
Država obrane	Republika Hrvatska
Znanstveno područje	društvene znanosti
Znanstveno polje	Sociologija
Vrsta studija	Sveučilišni
Razina studija	Poslijediplomska
Akademski stupanj	doktor znanosti
Kratica akademskog stupnja	dr. sc.
Vrsta rada	doktorski rad
Jezik pisanja doktorskog rada	Hrvatski
Jezik na kojem je doktorski rad obranjen	Hrvatski
Datum obrane doktorskog rada	

BASIC DOCUMENTATION CARD

Thesis Title	Changes in Media Narratives, such as Reporting by Croatian E-publications on the COVID-19 Pandemic
Author	Lidija Baltin Stojkanović
Mentor	Associate professor Ivan Balabanić
Key words	pandemic, COVID-19, framing, online media, agenda-setting
Thesis Evaluation Committee	1. Associate Professor Irena Sever Globan, Ph.D., president 2. Assistant Professor Miriam Mary Brgles, Ph.D., member 3. Full Professor Nikša Dubreta, Ph.D., member
Thesis Defense Committee	1. , president 2. , member 3. , member
The Institution Awarding the Academic Degree	CATHOLIC UNIVERSITY OF CROATIA
Doctoral Study	*Sociology: values, identity and social change in Croatian society*
Location	Zagreb
Country of Defense	Republic of Croatia
Scientific Area	Social Sciences
Scientific Field	Sociology
Type of Study	University
Level of Study	Postgraduate
Academic degree	PhD Degree
Abbreviated Academic Degree Title	PhD
Type of Thesis	Postgraduate Thesis
Language of Thesis (wtitten)	Croatian
Language of Thesis (defenced)	Croatian
Date of Thesis Defense	

SAŽETAK

Cilj doktorskog rada bio je utvrditi obrasce izvještavanja o bolesti COVID-19 analizom sadržaja 532 članka objavljena od veljače 2020. do veljače 2022. na šest hrvatskih elektroničkih publikacija: Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, Index.hr, Narod.hr i Net.hr. Istraživanjem su obuhvaćeni interpretativni okviri, teme, akteri i vrijednosni sudovi te razlike među pandemijskim valovima i medijima. Najzastupljeniji su bili okviri ljudskog interesa (31,1 %) i odgovornosti (24,2 %), a dominantne teme bile su državne mjere, broj zaraženih, cijepljenje i stručna tumačenja. Najčešći akteri bili su službeni izvori, znanstvenici, liječnici i osobe iz javnog života. Vrijednosni sudovi autora bili su rijetki; češće su ih izražavali glavni akteri. Mediji su uglavnom isticali ozbiljnost zdravstvenog rizika, pri čemu su se istaknuli metaokviri straha, odgovornosti i brige za zdravlje. Potvrđena je primjenjivost teorija okvira (*framing*), dnevnog reda (*agenda-setting*) i djelomično društva rizika (Beck), dok pristranost vijesti (*news bias*) nije potvrđena. Uočen je različit stil izvještavanja: Narod.hr i Index.hr češće su primjenjivali interpretativni pristup, Večernji.hr i 24sata.hr naglašavali su posljedice i mjere, a Jutarnji.hr i Net.hr više su se oslanjali na stručne analize. U prvom valu prevladavali su izraženiji vrijednosni sudovi, dok je izvještavanje u kasnijim valovima postalo neutralnije. Mediji su uglavnom isticali ozbiljnost zdravstvenog rizika, pri čemu su blizina i važnost događaja utjecale na odabir vijesti.

Ključne riječi: *pandemija, COVID-19, framing, elektroničke publikacije, agenda-setting, Hrvatska*

ABSTRACT

The objective of this doctoral dissertation was to identify reporting patterns related to the COVID-19 pandemic through a content analysis of 532 articles published between February 2020 and February 2022 across six Croatian online news outlets: Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, Index.hr, Narod.hr, and Net.hr. The research examined interpretive frames, dominant themes, key actors, and value judgments, as well as differences across pandemic waves and among the selected media. The most prominent frames identified were human interest (31.1%) and responsibility (24.2%), while the prevailing topics included government measures, infection rates, vaccination, and expert interpretations. The most frequently featured actors were official sources, scientists, medical professionals, and public figures. Value judgments by journalists were infrequent and more often conveyed by quoted actors. Media coverage largely emphasized the severity of the public health risk, with recurring meta-frames of fear, responsibility, and concern for public well-being. The findings confirm the applicability of framing theory and agenda-setting theory, as well as a partial applicability of Beck's risk society theory, while the presence of news bias was limited. Distinct reporting styles were observed: Narod.hr and Index.hr employed a more interpretive approach; Večernji.hr and 24sata.hr emphasized consequences and policy measures; whereas Jutarnji.hr and Net.hr predominantly relied on expert analyses. In the initial wave, reporting was more value-laden, while in later phases it became more neutral. The proximity and perceived importance of events were key factors influencing news selection.

Keywords: *pandemic, COVID-19, framing, online news media, agenda-setting, Croatia*

Zahvala

Ovu doktorsku disertaciju ne bih mogla napisati bez podrške, pomoći i razumijevanja brojnih ljudi kojima dugujem duboku zahvalnost.

Najprije zahvaljujem svom mentoru, izv. prof. dr. sc. Ivanu Balabaniću, na stručnom vodstvu, uloženom vremenu, strpljenju i poticajnim savjetima tijekom svih faza nastanka ovog rada. Njegovo znanje, iskustvo i podrška bili su ključni u oblikovanju disertacije.

Posebnu zahvalnost dugujem svojoj obitelji – djeci Maksu i Tari te suprugu Marku – na neizmjernoj podršci, razumijevanju i strpljivosti tijekom godina istraživanja, pisanja i svih uspona i padova koji su pratili ovaj proces. Bez njihove prisutnosti, ohrabrenja i ljubavi, ovaj rad ne bi bio moguć.

SADRŽAJ

1. UVOD…….....1
2. SOCIOLOŠKI UVID U GLOBALNI I NACIONALNI KONTEKST UOČI PANDEMIJE BOLESTI COVID-19…….…….6
2.1. Pandemija bolesti COVID-19 kao globalni izazov: definicija, proglašenje i pitanje podrijetla…….....7
2.2. Svjetski kontekst uoči pandemije bolesti COVID-19……9
2.3. Hrvatsko društvo uoči pandemije bolesti COVID-19…….....11
3. MEDIJI: POVIJEST, FUNKCIJE I UTJECAJ U SUVREMENOM DRUŠTVU……..14
3.1. Povijesni razvoj prijenosa informacija: od usmene predaje do masovnih tiskanih medija……..…….....17
3.2. Masovni mediji: definicije, karakteristike i transformacije…….....19
3.3. Novi mediji i multimedija: Razvoj, obilježja i društveni učinci…….....21
3.4. Povijesni razvoj interneta i njegova društvena uloga prema Castellsu……23
3.5. Digitalizacija novinarstva: razvoj elektroničkih publikacija od 90-ih godina 20. stoljeća do danas.....……..….….....26
3.5.1. Zakonodavni okvir i definicija elektroničkih publikacija u Hrvatskoj……...…..….27
3.5.2. Povijest i institucionalni razvoj elektroničkih publikacija u Hrvatskoj…….30
3.5.3. Stanje i izazovi digitalne politike u Hrvatskoj……...…32
3.5.4. Digitalna povezanost, medijske navike i razvoj informacijskog društva u Hrvatskoj……..…….33
4. MEDIJSKA KONSTRUKCIJA STVARNOSTI: KAKO MEDIJI OBLIKUJU NAŠU STVARNOST…...…….36
4.1. Uloga medija u oblikovanju društvene zbilje: teorijski uvidi i implikacije……..……39
4.1.1. Ključni akteri u oblikovanju medijske stvarnosti…….……40
4.1.2. Proces oblikovanja medijske zbilje: selekcija, inscenacija i reprezentacija……..…..42
4.2. Vlasništvo nad medijima kao čimbenik konstrukcije stvarnosti..……..……...44
4.2.1. Vlasništvo nad medijima u Hrvatskoj: pravni okvir, praksa i izazovi……..46
4.2.2. Medijska konvergencija i konglomeracija u procesu medijske konstrukcije stvarnosti……48
4.2.3. Ekonomski interesi i uređivačka politika: vlasnici kao oblikovatelji javne sfere….……52
4.2.4. Oglašivači i medijski proizvodi: povezanost tržišta i uređivačkih odluka ……54
4.3. Medijska manipulacija i uloge aktera, subjekata i publike…….....……55
5. SELEKCIJA, UOKVIRIVANJE I PRISTRANOST: TEORIJSKI OKVIRI MEDIJSKE

PROIZVODNJE VIJESTI……..……..58
5.1. Uloga „vratara“ u procesima medijskog filtriranja i oblikovanja sadržaja…...……...58
5.2. Teorijski pristupi vrijednosti vijesti: od Lippmanna do suvremenih modela……61
5.3. Teorija uokvirivanja: kognitivni, komunikacijski i politički pristupi *framingu*……...67
5.4. Oblikovanje medijskog sadržaja: teorijski pristupi pristranosti i sinkronizaciji vijesti..…69
5.4.1. Oblikovanje političke moći pristranošću i naginjanjem vijesti: *news bias*, *news slant* i vrijednosni okviri……..……...72
5.5. Teorije postavljanja medijskih agenda: Kingdonov model i komunikacijska perspektiva……74
5.6. Konstrukcija značenja putem interpretativnih okvira…….……76
5.6.1. Tipologija interpretativnih okvira prema Valkenburg, Semetko i De Vreeseu..……..78
6. MEDIJSKA KONSTRUKCIJA RIZIKA U KONTEKSTU GLOBALNIH KRIZA…..…….…83
6.1. Globalizacija i pandemija: povezanosti i rizici……..…….……..83
6.1.1. Globalizacija i deglobalizacija u sjeni bolesti COVID-19……..……..… 85
6.2. Teorijski pristupi riziku i njegovo značenje u medijskom prikazu kriza.……87
6.2.1. Vrste rizika u kontekstu medijskog izvještavanja...…….…….……89
6.3. Pandemija COVID-19 u kontekstu teorije društva rizika...……..……..93
6.4. „Infodemija” i medijski narativi o pandemiji bolesti COVID-19..……...……..95
6.4.1. Uloga Vlade RH u oblikovanju medijskog izvještavanja tijekom pandemije bolesti COVID-19…….....98
7. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA O IZVJEŠTAVANJU O PANDEMIJI BOLESTI COVID-19……....100
7.1. Istraživanja medijskog izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19 u međunarodnom kontekstu…….....100
7.1.1. Okviri straha, odgovornosti i ljudskog interesa u prikazu pandemije…….……101
7.1.2. Uloga političkih i institucionalnih aktera u uokvirivanju pandemije bolesti COVID-19……..……..103
7.1.3. „Infodemija“ kao globalni izazov u međunarodnim istraživanjima……...…….…..…105
7.1.4. Polarizacija izvještavanja u nekim državama…...……...…….106
7.1.5. Medijsko uokvirivanje i strategije izvještavanja……...……...…….107
7.2. Istraživanja medijskog izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19 u hrvatskom kontekstu……...……..109
7.2.1. Uokvirivanje pandemije i interpretativni obrasci...……..……..109
7.2.2. Uloga medija između informiranja i senzacionalizma……..…….110

7.2.3. „Infodemija“ i dezinformacije u Hrvatskoj…..……..……..112
7.2.4. Povjerenje u medije i polarizacija javnosti...…….……..….113
7.2.5. Medijske navike i pomak prema digitalnim izvorima……...…….……...…….114
7.2.6. Fragmentacija društvene stvarnosti i ontološka sigurnost……....114
7.3. Doprinos istraživanja razumijevanju medijskih obrazaca izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19……..……..…115
8. CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA…….…….117
8.1. Ciljevi istraživanja……...…….117
8.2. Metodološki okvir……..…….118
8.2.1. Kvantitativna analiza sadržaja…….……..118
8.2.2. Analitička matrica……..……..119
8.2.3. Uzorak i postupak uzorkovanja…….……...……120
8.2.4. Statistička obrada podataka……...……...……..121
9. REZULTATI I RASPRAVA...…….……...…...……122
9.1. Podaci o analiziranim člancima……..……..122
9.2. Rezultati analize interpretativnih okvira…….....…….……..125
9.2.1. Glavna tema u članku……..……....129
9.2.2. Prikaz glavnih aktera ili izvora u članku……..……131
9.2.3. Vrijednosni sudovi……..……...……..133
9.3. Promjene u novinskim žanrovima, metaokvirima i tematskom fokusu kroz valove pandemije bolesti COVID-19……..……...…138
9.3.1. Usporedba interpretativnih okvira prema valovima pandemije...……..…….139
9.3.2. Prikaz glavnih tema u člancima s obzirom na promatrane valove…..……..…..143
9.3.3. Prikaz aktera ili izvora u članku s obzirom na promatrane valove...……..….146
9.3.4. Interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi novinara i glavnih aktera u članku s obzirom na promatrane valove pandemije.……..……...150
9.3.5. Prikaz negativnih sudova novinara i glavnog aktera u članku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19……..……..……..154
9.4. Prikaz rezultata s obzirom na promatrane medije...……..……157
9.4.1. Prikaz interpretativnih okvira s obzirom na promatrane elektroničke publikacije.....157
9.4.2. Glavne teme u člancima s obzirom na promatrane medije…..……..167
9.4.3. Analiza glavnih aktera ili izvora s obzirom na promatrane medije…...……..……171
9.4.4. Interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi s obzirom na promatrane medije....175
9.5. Analiza rezultata u okviru Beckove teorije društva rizika..……..……...181

9.5.1. Globalni medijski događaj...……..…….182
9.5.2. Tri dimenzije globalnog rizika u medijskim narativima o pandemiji…….....184
9.5.3. Identificiranje „žrtvenog jarca“ kao elementa strukturiranja diskursa o riziku...……..185
9.5.4. Percepcija rizika i ljudska prava...……...……..186
9.6. Medijski prioriteti u kontekstu krize: primjena teorije agenda-settinga...…….……....187
9.6.1. Analiza procesa oblikovanja medijske agende prema valovima pandemije bolesti COVID-19……..…….189
9.6.2. Procesi koji utječu na oblikovanje medijske agende prema elektroničkim publikacijama…….191
9.7. Ispitivanje kriterija vrijednosti vijesti u medijskom izvještavanju o pandemiji..…..…..…196
9.7.1. Informacijska vrijednost vijesti o pandemiji: analiza prema čimbenicima Galtunga i Ruge..…….……..…….197
9.7.2. Ispitivanje teorije pristranosti vijesti (*news bias*)……...…..…..199
10. ZAKLJUČNA RASPRAVA……...……...……..…….201
10.1. Teorijski kontekst i pregled glavnih nalaza istraživanja...……..……202
10.1.1. Dominantne teme u medijskom izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19.....…...203
10.1.2. Vrijednosni sudovi autora i aktera u medijskom izvještavanju o pandemiji…..……..204
10.1.3. Dominantni interpretativni i metaokviri u medijskom izvještavanju o pandemiji……205
10.1.4. Glavni izvori informacija i njihova distribucija prema valovima i publikacijam...…..206
10.1.5. Povezanost društvenih i političkih procesa s promjenama interpretativnih okvir..…207
10.1.6. Analiza indikatora pristranosti u medijskom izvještavanju.....……..209
10.2. Medijska percepcija zdravstvenog rizika i elementi društva rizika….…….209
10.3. Obrasci vrijednosti vijesti u pandemijskom izvještavanju……..…….210
10.4. Teorijske potvrde i praktične primjene rezultata istraživanja..……..……211
10.4.1. Ograničenja istraživanja i prijedlozi za buduća istraživanja……..212
11. ZAKLJUČAK..……...…....213
12. PROŠIRENI SAŽETAK NA ENGLESKOM JEZIKU..……..……..215
13. LITERATURA……...216
14. POPIS PRILOGA …..……...……...……..243

1. UVOD

Ovaj rad analizira promjene u medijskim narativima u kontekstu globalne zdravstvene krize izazvane pandemijom bolesti COVID-19, uzrokovanom virusom SARS-CoV-2. S obzirom na važnost medija u oblikovanju javne percepcije i politike, istraživanje je usmjereno na šest najposjećenijih[1] hrvatskih elektroničkih publikacija te njihov način izvještavanja tijekom pandemije.

U kontekstu ove pandemije koja je izazvala globalnu zdravstvenu, ekonomsku i društvenu krizu, mediji su odigrali ključnu ulogu u oblikovanju javnog mišljenja, društvenih reakcija, kao i političkih odgovora. Razumijevanje kako su mediji izvještavali o ovoj zdravstvenoj krizi, s posebnim naglaskom na promjene narativa tijekom različitih pandemijskih valova, omogućuje uvid u načine na koje se društva prilagođavaju globalnim krizama.

Referentne vremenske točke u ovom istraživanju su pandemijski valovi u razdoblju od veljače 2020. do veljače 2022. godine. Svaki od tih valova imao je različite društvene, političke i ekonomske učinke, što se odrazilo na način izvještavanja medija. Prema službenim stranicama Vlade Republike Hrvatske za informacije o bolesti COVID-19[2], u tom razdoblju zabilježeno je pet valova pandemije koji su se odvijali ovom dinamikom: prvi val pandemije trajao je od pojave prvog slučaja zaraze u Republici Hrvatskoj u veljači 2020. do kraja rujna 2020., drugi val od listopada 2020. do veljače 2021., treći val od ožujka 2021. do srpnja 2021., četvrti val od kolovoza 2021. do posljednjeg tjedna prosinca 2021., a peti val započeo je u posljednjem tjednu 2021. godine i trajao je do veljače 2022. godine. Istraživanje je postavljeno prema tim pandemijskim valovima.

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi najčešće korištene medijske obrasce izvještavanja analizom interpretativnih okvira, tema, aktera i izvora te vrijednosnih sudova. Također, istraživanje se bavi analizom razlika u interpretativnim okvirima prema pandemijskim valovima i među različitim elektroničkim publikacijama. Posebna pozornost posvećena je

[1] Za rangiranje posjećenosti hrvatskih elektroničkih publikacija u promatranom razdoblju korištena je internetska stranica www.alexa.com. *Alexa* je internetska usluga koja pruža podatke o prometu internetskih stranica, analizirajući posjećenost internetskih stranica, izvore prometa i druge parametre. Ukinuta je u svibnju 2022. godine. Ova internetska usluga pružala je rang-liste internetskih stranica koje se temelje na posjećenosti.

[2] Internetska stranica www.koronavirus.hr služila je kao službeni izvor informacija za građane Republike Hrvatske tijekom pandemije bolesti COVID-19. Od početka 2024. godine postala je neaktivna. Za daljnje informacije o bolesti COVID-19 građani su se počeli konzultirati sa službenom stranicom Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo (www.hzjz.hr).

utvrđivanju povezanosti između različitih procesa, kao što su turistička sezona, političke kampanje, izbori, promjene javnog mišljenja i akumulirano znanje stručnjaka te njihova utjecaja na promjene u medijskim okvirima. Istraživanje se usredotočilo na prisutnost interpretativnih okvira prema modelu učestalosti, koji su razvili Patti M. Valkenburg, Holli A. Semetko i Claes H. De Vreese (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.), uključujući okvire odgovornosti, ekonomskih posljedica, morala, sukoba i ljudskog interesa.

Teorijske osnove za ovo istraživanje temelje se na teoriji okvira (*framing*), teoriji dnevnog reda (*agenda-setting*), teoriji pristranosti vijesti (*news-bias*), teoriji medijske konstrukcije stvarnosti i teoriji društva rizika. Ove teorije omogućuju sociološko promišljanje o tome kako mediji interpretiraju i oblikuju krizne događaje i kako se, kroz medijske narative, oblikuju javni diskursi koji mogu utjecati na ponašanje i stavove građana, političke odluke i javne politike. Osim toga, teorije društva rizika, osobito koncept globalnih rizika prema Ulrichu Becku, pomažu u razumijevanju globalnih prijetnji poput pandemija, koje nadmašuju nacionalne granice i zahtijevaju međunarodnu koordinaciju.

U istraživačkom dijelu ovog rada, teorijske osnove poput teorije okvira (*framing*), teorije vrijednosti vijesti, teorije dnevnog reda (*agenda-setting*), teorije pristranosti vijesti (*news bias*) i teorije društva rizika primijenit će se metodološkim pristupom analize sadržaja, koji će omogućiti detaljno istraživanje kako su specifični medijski okviri oblikovali izvještavanje o pandemiji bolesti COVID-19 u hrvatskim elektroničkim publikacijama.

Brojni međunarodni znanstvenici istraživali su primjenu interpretativnih okvira i teorije okvira (*framing*) u analizi medijskog izvještavanja o krizama poput migracija, pandemija, klimatskih promjena i ratova (Entman, 1993.; Iyengar, 1991.; Nisbet, 2009.; Nacos, 2007.; Esser i Pfetsch, 2004.). Sličan pristup primjetan je i u radovima hrvatskih znanstvenika (Grbeša, 2012.; Slijepčević i Fligić, 2018.; Cvrtila, Slijepčević i Levak, 2019.; Čepo, Čehulić i Zrinščak, 2020.; Holy, 2021.; Popović, Kardov i Župarić-Iljić, 2022.).

Dosadašnja međunarodna istraživanja o medijskom izvještavanju tijekom pandemije bolesti COVID-19 dodatno potvrđuju globalni interes za teoriju okvira (Rooke, 2021.; Hossain, Wahab i Khan, 2022.; Poirer i dr., 2020., Phillips i dr., 2021.; Okorie, 2022.; Ogbodo i dr., 2020.; Ittefaq i dr., 2025.).

Istraživanje medijske prezentacije pandemije bolesti COVID-19 ima značajnu društvenu važnost, kako u globalnom kontekstu tako i u kontekstu Europske unije i Republike Hrvatske. Pandemija bolesti COVID-19 pokazala je ranjivosti društava zbog novih globalnih rizika i neophodnost kriznog upravljanja na svim razinama – od globalne do lokalne.

Republika Hrvatska, kao i mnoge druge zemlje, suočila se s izazovima u područjima zdravstva, ekonomije i društvene kohezije. Pod izazovima smatramo teškoće i probleme s kojima se društva suočavaju u tim specifičnim sektorima, osobito u kriznim situacijama poput pandemije. U zdravstvu zbog pandemije dolazi do preopterećenosti zdravstvenih sustava i osoblja, nedostatka opreme poput bolničkih kreveta, respiratora, zaštitne opreme, cjepiva. Također, pojavljuju se logistički izazovi pri organizaciji dijagnostike i liječenja bolesti. U području ekonomije zbog zatvaranja svega, tzv. *lockdowna*, pandemija je uzrokovala povećanje nezaposlenosti, pad prihoda u privatnom sektoru za mnoge tvrtke i radnike i povećanje državnih dugova zbog pomoći građanima i gospodarstvu. Izazove u društvenoj koheziji možemo promatrati kroz porast socijalnih nejednakosti, povećanje društvenih napetosti zbog političkih odluka, odnosno polarizaciju društva i općenite nesigurnosti u vezi sa zdravljem i ekonomijom. Kombinacija ovih izazova može destabilizirati društvo i zahtijeva složene odgovore na nacionalnoj i međunarodnoj razini. U tom smislu, proučavanje medijskog izvještavanja o bolesti COVID-19 u hrvatskom kontekstu omogućuje bolje razumijevanje kako se mediji u Hrvatskoj nose s krizama, kako oblikuju javnu percepciju i kako igraju ključnu ulogu u društvenoj stabilnosti u kriznim vremenima.

S obzirom na važnost uloge medija u oblikovanju društvene stvarnosti, istraživanje medijskih narativa u kontekstu pandemije bolesti COVID-19 daje vrijedne uvide u društvene dinamike i ponašanja u kriznim vremenima. Ovaj rad stoga pruža prigodu za detaljno istraživanje kako mediji oblikuju naše razumijevanje globalnih zdravstvenih prijetnji promjenama interpretacija, izvještavanjem i prikazima stvarnosti. Mediji imaju ključnu ulogu u oblikovanju javnog mišljenja, a tijekom pandemije bolesti COVID-19 ta je uloga postala još izraženija. U uvjetima globalne zdravstvene krize, mediji su bili primarni kanal za informiranje građana o novim informacijama vezanim za pojavu i širenje virusa, preventivne mjere, zdravstvene preporuke i političke odluke. Osim što su prenosili objektivne informacije, mediji odnosno elektroničke publikacije koje se u ovom radu promatraju također su posredno mogle oblikovati način na koji su građani percipirali pandemiju i državne mjere. Svojim izvještavanjem, autori članaka u promatranim elektroničkim publikacijama imali su mogućnost oblikovati stavove prema ključnim pitanjima, poput prihvaćanja cjepiva, čime su povećavali ili smanjivali povjerenje u zdravstvene preporuke i zdravstvene djelatnike. Također, mogli su oblikovati stavove o državnim mjerama, poput nošenja zaštitnih maski, socijalne distance, propusnica, uvođenja karantene i *lockdowna*, financijskih mjera za pomoć gospodarstvu te političkih odluka donesenih u kriznim vremenima. Elektroničke publikacije izvještavale su o ekonomskoj pomoći države tvrtkama i radnicima i pridonosile javnim

diskusijama o odgovornosti za upravljanje krizom, političkim odlukama i učinkovitosti mjera u ublažavanju posljedica pandemije. Na taj način elektroničke publikacije mogle su oblikovati stavove prema političarima i političkim institucijama, što posljedično može imati dugoročne učinke na političko povjerenje i stabilnost društva. Analizom medijskih narativa u ovom istraživanju nastoji se bolje razumjeti kako su elektroničke publikacije oblikovale percepciju pandemije i kako su, specifičnim narativima, oblikovale odgovore društva i političkih struktura na izazove koje je pandemija postavila.

Tijekom pandemije bolesti COVID-19, brojna istraživanja pokazala su da su građani, suočeni s neizvjesnošću, izolacijom i brzim promjenama, u najvećoj mjeri posezali upravo za novim medijima, poput elektroničkih publikacija, kako bi se informirali o virusu, mjerama zaštite i aktualnim vijestima (Gozzi i dr., 2020.; Čatipović, 2023.).

Ovakav je trend zabilježen i u svijetu i u Hrvatskoj, gdje istraživanja potvrđuju da su interaktivni elektronički mediji nadmašili tradicionalne medije poput tiska i televizije u svakodnevnom informiranju o pandemiji bolesti COVID-19 (Čatipović, 2023.).

Radio se ističe kao iznimka među tradicionalnim medijima jer je zadržao svoju važnost kao izvor informacija, osobito u kriznim situacijama poput pandemije (Mučalo, Šulentić, Jugo, 2020.). U članku *FM radio u vrijeme pandemije bolesti COVID-19: slučaj Grada Zagreba i Zagrebačke županije* Marina Mučalo, Anita Šulentić i Damir Jugo (2020.) analiziraju ulogu radija tijekom pandemije i ističu programsku fleksibilnost i brzu prilagodbu iznenadnim i kriznim situacijama.

U istraživanju provedenom u Hrvatskoj, Paula Čatipović (2023.) je u radu *Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19* analizirala medijske navike građana tijekom razdoblja samoizolacije. Rezultati su pokazali da su ispitanici više koristili interaktivne *online* medije, posebno aplikacije za poruke, i to ne samo za informiranje nego i za održavanje kontakta s drugima. Ovo istraživanje potvrđuje globalne trendove o rastu utjecaja digitalnih medija nad tradicionalnim tijekom zdravstvene krize. U kontekstu tih spoznaja, odabir elektroničkih publikacija kao fokusa mog istraživanja temelji se na činjenici da su upravo ti mediji igrali ključnu ulogu u oblikovanju javne percepcije bolesti i pandemije, kao i u posredovanju informacija, emocija i društvenih reakcija. Dosadašnja istraživanja ne samo da ukazuju na kvantitativan porast korištenja elektroničkih medija nego i na kvalitativnu promjenu u načinu na koji građani rabe određenu vrstu medija odnosno konzumiraju informacije, traže podršku i sudjeluju u javnom diskursu tijekom krize (Milutinović, 2020.; Pennycook i dr., 2020.; Tkalec i Kocijan, 2021.; LaPoe i dr., 2021.). Stoga se istraživanje u sklopu ovog doktorskog rada fokusira na elektroničke publikacije kao primarni komunikacijski kanal

u kriznim vremenima, uzimajući u obzir njihovu sveprisutnost, brzinu diseminacije informacija i mogućnost dvosmjerne interakcije, što ih čini posebno relevantnima u analizi medijskih obrazaca tijekom pandemije. Digitalni mediji kao što su elektroničke publikacije omogućuju trenutačno objavljivanje i dijeljenje informacija u realnom vremenu – za razliku od, primjerice, tiskanih novina koje izlaze jednom dnevno.

U ovom radu analizirano je izvještavanje o pandemiji bolesti COVID-19 u člancima objavljenim u šest hrvatskih elektroničkih publikacija: Index.hr, Jutarnji.hr, 24sata.hr, Večernji.hr, Net.hr i Narod.hr. Analizu je provela autorica primjenjujući analitičku matricu s 36 kategorija sadržaja. Ukupno su analizirana 532 članka odabrana iz korpusa od 50 000 članaka koji su prethodno izdvojeni temeljem ključnih riječi. Članci su uzeti korištenjem sustavnog uzorkovanja – svaki deseti članak iz zaprimljenog popisa. U slučaju da članak nije zadovoljavao minimalne kriterije (primjerice, bio je prekratak ili nerelevantan), preskočen je, a uzimao se prvi sljedeći koji ispunjava uvjete. Pouzdanost kodiranja provjerena je mjerenjem međukodera uz Cohenovu kappa statistiku na 10 % uzorka, uz postignuti prosječni koeficijent pouzdanosti od 0,85, što se smatra vrlo visokom pouzdanošću.

Drugo poglavlje prikazuje globalni i hrvatski kontekst uoči pandemije bolesti COVID-19. U trećem poglavlju teorijski se obrađuju pojmovi medija, njihova povijest, funkcije i utjecaj. Četvrto poglavlje bavi se definiranjem medijske konstrukcije stvarnosti. Peto poglavlje razmatra teorijske okvire medijske proizvodnje vijesti i teoriju interpretativnih okvira prema Valkenburg, Semetko i De Vreeseu (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.). Šesto poglavlje posvećeno je medijskoj konstrukciji rizika u kontekstu globalnih kriza. Sedmo poglavlje donosi pregled dosadašnjih međunarodnih i hrvatskih istraživanja o medijskom izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19. Osmo poglavlje razrađuje metodologiju i ciljeve istraživanja. U drugom dijelu rada prikazani su rezultati istraživanja u tabličnom formatu, uz završnu raspravu koja obuhvaća sažetak rezultata i zaključaka, ograničenja istraživanja te preporuke za buduća istraživanja.

2. SOCIOLOŠKI UVID U GLOBALNI I NACIONALNI KONTEKST UOČI PANDEMIJE BOLESTI COVID-19

Kako bismo razumjeli društveni učinak pandemije bolesti COVID-19 potrebno je sagledati širi društveni, politički i ekonomski kontekst u kojem su se zatekli svijet i Republika Hrvatska neposredno prije njezina izbijanja. Pandemija koja je početkom 2020. godine zahvatila svijet predstavlja jednu od najsnažnijih globalnih kriza suvremenog doba (World Health Organization, 2020.; United Nations, 2020.). Unatoč ranijim upozorenjima znanstvene zajednice, svijet je pandemiju izazvanu virusom SARS-CoV-2 dočekao nespreman i zatečen.

Iako je dominantni javni narativ bio usmjeren na medicinske i epidemiološke aspekte, pandemijska kriza razotkrila je i dodatno produbila postojeće društvene nejednakosti, institucionalne slabosti i ranjivosti globaliziranog društva (Global Preparedness Monitoring Board, 2019.; World Health Organization, 2020.). U tom kontekstu, uloga medija bila je višestruka – od oblikovanja percepcije krize preko širenja informacija i dezinformacija do utjecaja na ponašanje građana i legitimizaciju političkih odluka (Lesinger, 2021.; Europski parlament, 2020.).

U ovom se poglavlju analiziraju društveni, ekonomski i politički uvjeti koji su obilježavali globalni i hrvatski društveni prostor neposredno uoči izbijanja pandemije bolesti COVID-19, a ti se uvjeti povezuju s konkretnim okolnostima toga razdoblja kako bi se dublje razumjele strukturne slabosti koje je pandemija razotkrila, kao i mehanizmi društvenog odgovora na krizne situacije.

Kroz povijest čovječanstva epidemije i pandemije bile su česte, a često i razorne. Takve pojave nisu novost modernog doba. Primjerice, atenska kuga, koja se iz Etiopije proširila na Egipat i Grčku između 430. i 426. godine pr. Kr., odnijela je živote otprilike 25 % stanovništva Atene, uključujući i poznatog atenskog državnika Perikla.

Drugi primjer je Antoninska kuga, koja je izbila u Rimskom Carstvu između 165. i 180. godine i odnijela brojne živote, među kojima i život cara Marka Aurelija. Najpoznatija globalna epidemija u povijesti bila je bubonska kuga, poznata kao Crna smrt, koja je iz Kine stigla u Europu 1347. godine i, prema procjenama, usmrtila oko 100 milijuna ljudi.

Prva prava moderna svjetska pandemija bila je španjolska gripa, poznata i kao „španjolka“, koju je uzrokovao podtip ptičje gripe H1N1. Širila se velikom brzinom, pojavila se u ožujku 1918., a trajala je do lipnja 1920. godine. Prema procjenama, odnijela je između 50 i 100 milijuna života diljem svijeta.

Važno je spomenuti i pandemiju H1N1, tzv. svinjsku gripu, koja se proširila iz Meksika 2009. godine i trajala do svibnja 2010. godine. Prvi put nakon 41 godine Svjetska zdravstvena organizacija proglasila je službeno pandemiju (Balabanić, 2013: 107). Prema procjenama, zarazilo se više od 10 % svjetskog stanovništva, a umrlo je više od 500 000 ljudi.

Od atenske kuge i Crne smrti do španjolske i svinjske gripe, zarazne bolesti redovito su mijenjale tijek društvenih procesa. Osim što odnose ljudske živote i destabiliziraju gospodarstva, epidemije i pandemije uzrokuju i duboke društvene promjene. Iako danas živimo u tehnološki razvijenijem svijetu, ovakve krize i dalje pokazuju koliko su društva ranjiva. Ulrich Beck (1992.) govorio je o „društvu rizika", u kojem moderne tehnologije generiraju nove oblike nesigurnosti. Pandemija bolesti COVID-19 upravo je takav primjer: virus je postao globalna prijetnja upravo zato što je suvremeni svijet izrazito umrežen i međuovisan.

2.1. Pandemija bolesti COVID-19 kao globalni izazov: definicija, proglašenje i pitanje podrijetla

Prema definiciji Svjetske zdravstvene organizacije (World Health Organization – WHO), pandemija bolesti COVID-19 označava globalno izbijanje zarazne bolesti uzrokovane teškim akutnim respiratornim sindromom koronavirusom 2 (SARS-CoV-2) (World Health Organization; n. d.)[3].

Pandemija bolesti COVID-19 službeno je proglašena 11. ožujka 2020. godine. Virus SARS-CoV-2 brzo se širio među ljudima i bio prisutan u gotovo svim dijelovima svijeta. Međutim, ono što ovu pandemiju čini posebnom jest činjenica da se dogodila u vremenu intenzivne globalne povezanosti, ali i dubokih društvenih podjela. Istraživanja su pokazala da je pandemija bolesti COVID-19 dodatno produbila postojeće društvene nejednakosti i podjele (Pew Research Center, 2021.; Larsen, Dragolov i Delhey, 2023.). Studija Mandi M. Larsen, Georgija Dragolova i Jan Delhey (2023.) objavljena u časopisu *Frontiers in Sociology* ističe da je pandemija bolesti COVID-19 izazvala niz zdravstvenih, društvenih, ekonomskih i političkih kriza širom svijeta, drastično mijenjajući svakodnevni život milijardi ljudi. Također, izvještaj Pew Research Centra (2021.) pokazalo je da većina građana u 17 razvijenih ekonomija smatra kako je njihovo društvo danas podjeljenije nego prije izbijanja pandemije. Medijan od 61 %

[3] Vidi: World Health Organization. (n. d.). *Coronavirus desease (COVID-19) pandemic*. World Health Organization. Preuzeto 26. ožujka 2024., s
https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19

ispitanika navodi povećanu društvenu podijeljenost, dok samo 34 % osjeća veću ujedinjenost (Pew Research Center, 2021.).

Prema izvještaju Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo (Hrvatski zavod za javno zdravstvo, 2020.), u svijetu se tada odvijala epidemija pneumonije, odnosno akutne respiratorne bolesti uzrokovane novim virusom, kasnije poznatim kao COVID-19. U početnoj fazi oboljeli su se dovodili u vezu s tržnicom morskih plodova i drugih životinja (*Huanan Seafood Wholesale Market*) u kineskom gradu Wuhanu. Početkom siječnja identificiran je uzročnik epidemije – novi koronavirus (2019-nCoV), koji pripada istoj obitelji virusa kao i SARS-CoV.

Dana 30. siječnja 2020. Svjetska zdravstvena organizacija održala je sastanak Odbora za hitna stanja, na kojem je proglašeno javnozdravstveno hitno stanje od međunarodnog značaja (WHO, 2020.). Ova odluka omogućila je međunarodnu mobilizaciju financijskih i ljudskih resursa za suzbijanje širenja bolesti. Pandemija bolesti COVID-19 službeno je proglašena 11. ožujka 2020., a tom je prigodom glavni direktor WHO-a Tedros Adhanom Ghebreyesus istaknuo važnost zajedničkog i razboritog djelovanja kako bi se što učinkovitije zaštitilo globalno stanovništvo, naglašavajući da je takav odgovor moguć i ostvariv (Rocha i dr., 2020.).

Važno je napomenuti da je međunarodna televizijska mreža CNN već 9. ožujka 2020.— dakle dva dana prije službene objave Svjetske zdravstvene organizacije—u članku pod naslovom *Why CNN is calling the novel coronavirus outbreak a pandemic* (Gupta, 2020.) upotrijebila izraz „pandemija". U tekstu se navodi kako su taj termin već tada upotrebljavali brojni epidemiolozi i stručnjaci za javno zdravstvo, s obzirom na globalno širenje virusa koje je obuhvaćalo sve kontinente osim Antarktike.

U godinama nakon izbijanja pandemije pojavile su se brojne teorije o podrijetlu virusa, uključujući i onu prema kojoj je virus umjetno stvoren u laboratoriju u Wuhanu. Pet godina poslije, odnosno 2025. godine, znanstvena zajednica još uvijek nije utvrdila konačan odgovor o izvoru virusa. U travnju 2025. godine Bijela kuća Sjedinjenih Američkih Država objavila je dokument u kojem iznosi više tvrdnji u prilog teoriji laboratorijskog podrijetla, među kojima su sumnja da virus posjeduje biološku osobinu koja nije pronađena u prirodi, podaci da svi slučajevi bolest COVID-19 potječu iz jednoga izvora prijenosa na ljude, činjenica da je Wuhan sjedište kineskog laboratorija za istraživanje SARS-a koji je u prošlosti provodio eksperimente uz nedostatne biosigurnosne uvjete te navodi da su istraživači iz Wuhanskog instituta za

virologiju (WIV) već ujesen 2019. godine pokazivali simptome slične simptomima bolesti COVID-19 (The White House, 2025.).[4]

Promišljanja o definiciji pandemije, načinu njezina proglašenja i nejasnom podrijetlu pokazuju da je COVID-19 bio više od zdravstvenog izazova – postao je simbol globalne nesigurnosti, nepovjerenja i borbe oko toga tko određuje istinu. Kao što su upozoravali sociolozi poput Ulricha Becka i Anthonyja Giddensa, današnji svijet suočava se s novim vrstama nesigurnosti koje ne proizlaze samo iz prirode, nego iz samog načina na koji društvo funkcionira. Pandemija je pokazala koliko su znanstvena neizvjesnost, političke napetosti i medijsko izvještavanje međusobno povezani te koliko sve to zajedno utječe na to kako razumijemo i doživljavamo krize.

2.2. Svjetski kontekst uoči pandemije bolesti COVID-19

Kontekst u kojem se krajem 2019. godine pojavila pandemija bolesti COVID-19 bio je dodatno destabiliziran globalnim geopolitičkim i ekonomskim tenzijama, osobito trgovinskim sukobom između Sjedinjenih Američkih Država i Narodne Republike Kine. Taj je sukob započeo u siječnju 2018. godine kada je administracija predsjednika Donalda Trumpa uvela carine i druge restriktivne mjere na kineski uvoz, s ciljem smanjenja američkog trgovinskog deficita i suzbijanja kineskih industrijskih politika (Amiti, Redding i Weinstein, 2019.; Fajgelbaum i Khandelwal, 2022.; Fajgelbaum i dr., 2024.). Kina je na te mjere odgovorila uvođenjem recipročnih carina, optužujući SAD za protekcionizam i unilateralizam, čime je došlo do daljnje eskalacije sukoba tijekom 2019. godine.

Ovakav obrazac trgovinskih i političkih napetosti između dviju globalnih sila nastavljen je i 2025. godine, čime se potvrđuje kontinuitet strukturnih globalnih nesuglasica koje su prethodile pandemiji. U tom kontekstu posebno je analitički značajna izjava Henryja Kissingera (Kempe, 2019.), koji je isticao važnost stabilizacije odnosa između dvaju ključnih aktera međunarodnog poretka. Prema njegovu mišljenju, stabilnost i prosperitet svijeta uvelike ovise o sposobnosti Sjedinjenih Američkih Država i Kine da, unatoč međusobnim razlikama, pronađu načine za konstruktivnu suradnju i učinkovito upravljanje svojim nesuglasicama – što predstavlja jedan od ključnih izazova suvremenog doba.

Kissingerova opservacija o nužnosti upravljanja sukobima između SAD-a i Kine postaje osobito relevantna u svjetlu izazova globalne krize kakva je pandemija, u kojoj su

[4] Vidi: The White House. (2025). *Lab Leak: The True Origins of COVID-19*. The White House. Preuzeto 20. travnja 2025., s https://www.whitehouse.gov/lab-leak-true-origins-of-covid-19/

međunarodna suradnja i povjerenje postali presudni za učinkovit odgovor na transnacionalne prijetnje.

Sličan naglasak na potrebu globalne koordinacije u suočavanju sa sve složenijim izazovima dao je i António Guterres (World Economic Forum, 2019b), glavni tajnik Ujedinjenih naroda, u govoru održanom u Davosu 2019. godine. U obraćanju sudionicima Svjetskog ekonomskog foruma osvrnuo se na tri ključna globalna megatrenda – klimatske promjene, migracije i digitalizaciju – upozorivši pritom da su izazovi s kojima se suočavamo globalni, dok su odgovori često fragmentirani i ograničeni nacionalnim okvirima.

Upravo u tom kontekstu globalne međuovisnosti i fragmentiranih odgovora na zajedničke izazove, dodatno je indikativno što je neposredno prije izbijanja pandemije bolesti COVID-19, u rujnu 2019. godine, Global Preparedness Monitoring Board (GPMB) – međunarodno tijelo koje su osnovale Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) i Svjetska banka – objavilo svoj godišnji izvještaj pod naslovom *A World at Risk: Annual Report on Global Preparedness for Health Emergencies* (GPMB, 2021.). U izvještaju su iznesena ozbiljna upozorenja o visokoj vjerojatnosti izbijanja globalne epidemije ili pandemije s potencijalno katastrofalnim posljedicama za ljudske živote, zdravstvene sustave, ekonomsku stabilnost i društvenu koheziju. Posebno su naglašene moguće šire društvene posljedice, uključujući destabilizaciju političkih sustava, pad povjerenja u javne institucije, širenje dezinformacija i slabljenje društvenih normi solidarnosti. Takva anticipacija globalne krize, izražena neposredno prije njezina izbijanja, dodatno potvrđuje važnost promišljanja o ulozi međunarodnih i nacionalnih institucija, te o značaju sustavne pripremljenosti i međusobne koordinacije.

Pandemija bolesti COVID-19 bila je ne samo globalna zdravstvena kriza nego i kriza informacija i povjerenja. U tom kontekstu postaje ključno analizirati načine na koje su mediji oblikovali dominantna tumačenja o podrijetlu pandemije, identifikaciji odgovornih aktera i legitimnosti preporučenih mjera suzbijanja širenja zaraze. Pritom su se oko ključnih pitanja često suprotstavljali znanstveni autoriteti i različiti društveni akteri koji su promicali alternativne interpretacije, uključujući teorije zavjere i antivakserske stavove.

U tom smislu, pandemija nije samo razotkrila ranjivosti zdravstvenih sustava, nego je i ukazala na dublju krizu društvene kohezije, povjerenja u znanstveno znanje i kapaciteta za kolektivno djelovanje u suočavanju s globalnim rizicima.

2.3. Hrvatsko društvo uoči pandemije bolesti COVID-19

Uoči širenja bolesti COVID-19 u Hrvatskoj u veljači 2020. godine, hrvatsko društvo suočavalo se s nizom izazova koji su pridonijeli rastu političke polarizacije i nepovjerenju u institucije. Politička polarizacija u suvremenim društvima (Šalaj i Bovan, 2023.) usko je povezana s izbornim i širim političkim procesima, a podrazumijeva izraženije podjele među političkim elitama i građanima u pogledu ideoloških stavova, javnih politika i odnosa prema suprotnim političkim skupinama. Prema Bertu Šalaju i Kosti Bovanu (2023.), kada se takve podjele šire izvan političke sfere i zahvate šire društvene odnose, govorimo o socijetalnoj polarizaciji. U radu *HDZ protiv SDP-a ili antietablišment protiv mainstreama? Afektivna politička polarizacija u Hrvatskoj*, autori analiziraju trendove afektivne polarizacije i protuestablišmentske identifikacije birača – osobito onih sklonih tzv. trećim opcijama. Njihova analiza pokazuje da afektivna politička polarizacija u razdoblju od 1999. do 2020. godine nije jačala među biračima HDZ-a i SDP-a, ali je došlo do porasta broja građana koji se identificiraju kao protuestablišmentski, što ukazuje na promjene u političkoj dinamici društva (Šalaj i Bovan, 2023: 108 – 116).

Nepovjerenje u političke institucije bilo je izraženo i prije pandemije. Prema podacima Eurobarometra (2018.)[5], povjerenje hrvatskih građana u nacionalne institucije bilo je značajno niže od povjerenja u institucije Europske unije. Samo 30 % građana iskazalo je podršku Europskoj uniji, dok je europski prosjek iznosio 42 %. Niska razina povjerenja u institucije dodatno je potvrđena rezultatima Europskog istraživanja vrijednosti (Gedeshi i sur, 2022.), u kojem Hrvatska sudjeluje od 1999. godine. Prema rezultatima petog vala (2017./2018.), izraženo je nisko povjerenje u političke institucije poput parlamenta, vlade i političkih stranaka.

Političku polarizaciju i institucionalnu krizu pratili su i drugi strukturni izazovi: demografski pad, iseljavanje, starenje stanovništva te smanjenje radno sposobnog stanovništva. Prema Stjepanu Štercu (2023.), Hrvatska je dosegnula razinu demografskog sloma, što ugrožava osnovne sustave na kojima počivaju hrvatsko društvo i država. Intenzivna emigracija mladih i visokoobrazovanih osoba dovodi do nedostatka radne snage, što može uzrokovati gospodarske neravnoteže i društvene promjene. Ovi procesi dodatno opterećuju sustav socijalne skrbi i umanjuju otpornost društva.

[5] Vidi: Europska komisija. (2018). *Public opinion in the European Union: Standard Eurobarometer 90 – Autumn 2018*. Europska komisija. Preuzeto 20. travnja 2025., s https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2215

Ekonomska ranjivost dodatno je pojačana nakon globalne financijske krize 2008. godine, a hrvatsko gospodarstvo sve je više postajalo ovisno o turizmu. Godina 2019. bila je rekordna – zabilježeno je 21 milijun turista i 108,6 milijuna noćenja (Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2020.). Međutim, već 2020. godine broj noćenja smanjio se za 55,3 % u odnosu na prethodnu godinu (Brkljača, 2021.).

Kao predsjedateljica Vijeća EU-a, Hrvatska je 2020. godine aktivirala koordinacijski mehanizam za krizne situacije, a Vlada Republike Hrvatske osnovala je Stožer civilne zaštite. U veljači 2020. zabilježeni su prvi slučajevi zaraze u Hrvatskoj, povezani s putovanjima iz Italije. Ministar zdravstva Vili Beroš tada je izjavio da je riječ o bolesti sličnoj gripi te da se ne očekuje veći broj komplikacija (D.T., 2020.). Tijekom ožujka 2020. godine uvedene su brojne mjere: zatvaranje škola i vrtića, zabrana javnih okupljanja, zatvaranje trgovina, kafića i kulturnih ustanova, obustava javnog prijevoza i uvođenje e-propusnica.

Dana 22. ožujka Zagreb i okolno područje pogodio je potres magnitude 5,5 po Richteru, dodatno otežavši borbu protiv pandemije. U svibnju 2020. premijer Andrej Plenković izjavio je: „Hrvatska je pobijedila covid-19, ova Vlada je pobijedila covid-19, mi smo savladali epidemiju“ (Index Vijesti, 2020.)[6].

Krajem prve godine borbe s bolesti COVID-19, u hrvatskom društvu vladalo je nisko povjerenje u Vladu RH (Dnevnik.hr, 2020.)[7]. Prema istraživanju provedeno na razini Europske unije, hrvatskoj Vladi ne vjeruje 76 % građana, a razlozi nepovjerenja leže u korupciji i netransparentnom vođenju države (HINA, 2020.)[8]. Također, tijekom prve godine pandemije bolesti COVID-19 stručnjaci izražavaju nezadovoljstvo provedbom zaštitnih mjera (Veljković, Vitas i Barišić Kovačević, 2020.).

Sve navedene okolnosti ukazuju na to da je hrvatsko društvo pandemiju dočekalo u stanju izražene društvene ranjivosti, obilježene niskom razinom povjerenja u institucije, političkom polarizacijom i strukturnim slabostima koje su otežale kolektivni odgovor na globalnu zdravstvenu krizu.

---

[6] Vidi: Index Vijesti. (2020, svibanj 26). *Plenkovićeva vlada je pobijedila koronavirus.* Index.hr. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/plenkovic-ova-vlada-je-pobijedila-koronavirus/2185893.aspx

[7] Vidi: Dnevnik.hr. (2020, prosinac 24). *Kome će blagdani zbog potpore građana biti još veseliji: HDZ nedodirljiv, raste povjerenje Vladi, ali i predsjedniku Milanoviću.* Dnevnik.hr. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/crobarometar-za-prosinac-2020---633579.html

[8] Vidi: HINA. (2020, listopad 18). *Analitičari: Nisko povjerenje u vladu pokazatelj da je Hrvatska neuspješna država.* Jutarnji list. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/analiticari-nisko-povjerenje-u-vladu-pokazatelj-da-je-hrvatska-neuspjesna-drzava-15026032

Analiza globalnog i nacionalnog konteksta uoči izbijanja pandemije bolesti COVID-19 pokazuje kako su društvene i institucionalne napetosti stvorile plodno tlo za razvoj raznovrsnih, pa i kontradiktornih medijskih narativa. U tom složenom okruženju, hrvatske elektroničke publikacije nisu samo odražavale društvene podjele, nego su ih i aktivno sukreirale – što će biti detaljnije analizirano u nastavku rada.

3. MEDIJI: POVIJEST, FUNKCIJE I UTJECAJ U SUVREMENOM DRUŠTVU

U ovom poglavlju razmatra se evolucija medija od njihovih početaka u ljudskoj povijesti do današnjih dana. Osim definiranja ključnih pojmova poput medija, masovnih medija i novih medija, istražuju se različite funkcije koje mediji imaju u društvu, uključujući njihov utjecaj na političke, kulturne i socijalne procese. Posebna pozornost posvećena je razvoju elektroničkih publikacija i njihovoj ulozi u globalnom informativnom okruženju, kao i promjenama u načinima konzumiranja medijskih sadržaja u eri digitalizacije.

Riječ „medij" dolazi od latinskog *medius*, što znači „središnji", odnosno *medium*, što označava „posrednik" ili „sredstvo" (Anić i Goldstein, 1999: 827). Medij može imati nekoliko značenja: 1. sredina u kojoj se nešto nalazi, sredina i način na koji se nešto iskazuje, ukupnost uvjeta u kojima nešto živi i djeluje, 2.a. sredstvo i (usmeni i pismeni) način iskazivanja, sredstvo komunikacije, 2.b. suvremeno sredstvo za prenošenje informacija (novine, radio, TV, internet i sl.), 3. u okultizmu, osoba kojoj se navodno javljaju mrtve osobe i bića s onu stranu realnosti, 4. gram. a. glagolski rod koji označava stanje ili proces što se zbiva u samome subjektu (bojati se) ili u korist subjektu (kupiti sebi), b. u nekim indoevropskim jezicima (npr. u grčkom), srednje glagolsko stanje, različito od aktiva i pasiva, 5. podr. osoba koja lako nasjeda glasinama (Anić i Goldstein, 1999: 827).

Prema Zrinjki Peruško (2011: 17), koja se poziva na definiciju iz *Webster's Dictionary of the American Language* (1982.), mediji su najčešće materijalni ili fizički nositelji komunikacije, a pojam „medij" definira se kao „*svaki način, posredovanje ili oruđe, a posebno način komunikacije koji doseže opću javnost i sadržava reklame*". Nadovezujući se na tu osnovnu definiciju, Peruško (2011: 22) ističe da su mediji ujedno i „*kompleksne društvene i kulturne institucije čija organizacija varira s obzirom na ciljeve kojima teže i na društvena očekivanja i doprinos koji se od njih očekuje*".

Takvom funkcionalnom i institucionalnom razumijevanju medija pridonosi i konceptualizacija koju nudi Vladimir Biti (1997: 213) u *Pojmovniku suvremene književne teorije*, gdje medij definira kroz četiri različite razine značenja:

1. U fiziološkom smislu, kad medij označava komunikacije: auditivni, vizualni, taktilni, olfaktivni te njihov međusobni odnos (intermedijalnost).

2. U fizičkom smislu, kad medij označava tvar pomoću koje se izražava neka nova poruka; jezik, ton i boja.

3. U tehnološkom značenju, gdje medij označava sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje.

4. U sociološkom smislu, kada je medij shvaćen kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije, pa se govori o politici, gospodarstvu, znanosti, odgoju. Na taj način, pojam medija donekle se izjednačava s pojmom diskursa. Ovo posljednje tumačenje, premda najšire, omogućuje obuhvaćanje kompleksnosti medija kao društvene prakse.

Jednu od ranijih sustavnih klasifikacija pojma medija nude Günter Bentele i Klaus Beck (1994: 40), koji razlikuju tri osnovne razine medija:

1. materijalne, poput tona, svjetla, zraka, papira, celuloida itd.
2. komunikacijske, poput jezika, slike, tonova
3. medije kao institucije, poput novina, televizije, filma, tiska i sl.

Kako bismo mogli procijeniti u kojoj mjeri mediji odgovorno i svrhovito djeluju u javnom interesu, nužno je razumjeti njihove temeljne društvene funkcije. Michael Kunczik i Astrid Zipfel (2006: 38) naglašavaju da se funkcije medija ne mogu sagledavati izvan društvenog konteksta u kojem djeluju, nego ih je potrebno promatrati u odnosu na politički sustav, s obzirom na to da „poprimaju oblik i kolorit određenih socijalnih i političkih struktura".

Osnovna funkcija medija je informiranje, odnosno prenošenje informacija. Paul F. Lazarsfeld i Robert K. Merton (1948.) navode tri funkcije medija: mediji povećavaju ugled pojedinca ili skupina, pojačavaju socijalne norme, a ponekad djeluju disfunkcionalno izazivajući pasivnost. Kasnije, Charles R. Wright (1960.) dodaje funkciju zabave. U svom radu Wright proširuje funkcionalistički pristup medijima dodajući funkciju zabave kao važnu komponentu uloge masovnih medija u društvu.

Prema Claude-Jeanu Bertrandu (2007: 18—19), mediji u suvremenim društvima obavljaju niz ključnih uloga koje se mogu razvrstati u šest osnovnih kategorija, pri čemu svaka od njih ima i svoje potencijalne disfunkcije, odnosno devijacije koje predstavljaju izazov za medijsku etiku i deontologiju. Prema Bertrandu (2007.), prva funkcija odnosi se na promatranje i tumačenje okoline – mediji imaju odgovornost informirati javnost o aktualnim zbivanjima na brz i vjerodostojan način. Osim prikupljanja i selekcije informacija, od njih se očekuje da ih kontekstualiziraju i interpretiraju, osobito kada je riječ o djelovanju ključnih državnih vlasti: izvršne, zakonodavne i sudske.

Druga je funkcija omogućavanje društvene komunikacije. U demokratskom društvu, gdje se važna pitanja rješavaju dijalogom i kompromisima, mediji djeluju kao javni forum u kojem se odvijaju rasprave i oblikuje konsenzus. Oni povezuju pojedince s društvenim skupinama, doprinose nacionalnoj koheziji te olakšavaju međunarodnu suradnju. Osim toga,

lokalni i specijalizirani mediji omogućuju komunikaciju unutar manjinskih zajednica i profesionalnih skupina koje su u masovnom društvu često disperzirane.

Treća funkcija odnosi se na kreiranje slike svijeta. Većina znanja o udaljenim prostorima, društvima i temama koje nadilaze osobno iskustvo dolazi upravo putem medija. U tom smislu, mediji oblikuju kolektivno poimanje stvarnosti – ono što nije prikazano u medijima, za velik dio javnosti, simbolički ne postoji.

Sljedeća uloga medija je prenošenje kulturnih vrijednosti i identiteta. Uloga tradicionalnih institucija poput obitelji i religije u procesu socijalizacije oslabila je, a mediji sve više preuzimaju ulogu prenošenja društveno prihvaćenih normi, vrijednosti i kulturnih obrazaca među generacijama.

Peta funkcija jest pružanje zabave i emocionalne relaksacije. U kontekstu modernog masovnog društva, mediji služe i kao sredstvo rasterećenja od svakodnevnog stresa te doprinose psihološkoj ravnoteži pojedinca. Ova se funkcija često isprepliće s ostalima, čineći medijske sadržaje privlačnijima i pristupačnijima širokoj publici.

Šesta funkcija odnosi se na ekonomsku dimenziju medija, odnosno na njihovu ulogu u promociji potrošnje kroz oglašavanje. Mediji služe kao ključni kanali za prijenos reklamnih poruka i time postaju posrednici između proizvođača i potrošača. Dok neki autori reklami priznaju informativnu i tržišno poticajnu ulogu, drugi upozoravaju na njezine manipulativne aspekte i poticanje konzumerizma.

Ove funkcije odražavaju Bertrandovo (2007.) viđenje medija kao ključnih aktera u društvenoj komunikaciji i njihova utjecaja na oblikovanje javnog mišljenja.

Kunczik i Zipfel (2006: 38) identificiraju niz dodatnih funkcija medija koje nadilaze tradicionalno informativno i zabavno djelovanje. Uz funkcije koje se uobičajeno pripisuju medijima, autori navode i funkcije artikulacije, tematiziranja, selekcije i strukturiranja sadržaja, socijalizacije, kritike i kontrole, integracije, kompenzacije, stvaranja javnosti te poticanja gospodarstva putem oglašavanja. U knjizi *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju* Kunczik i Zipfel (2006.) detaljno razrađuju strukturnu društvenu ulogu medija, ističući njihovu funkciju u oblikovanju kolektivne percepcije stvarnosti, prenošenju i učvršćivanju društvenih normi, vršenju kritičkog nadzora nad političkom i ekonomskom moći, jačanju društvene kohezije te oblikovanju potrošačkih obrazaca. Takav širok raspon funkcija upućuje na kompleksnu ulogu medija u suvremenom društvu, koja se ne može svesti isključivo na njihovu informativnu dimenziju.

Thomas A. Bauer (2007: 19) u knjizi *Mediji za otvoreno društvo* definira medije kao društvene ustanove koje omogućuju javno ophođenje društva sa samim sobom, s drugima, te

s temama i događajima koji su relevantni za njega, za druge i za zajedničke društvene teme. Bauer (2007: 19—20) medije promatra kao mjesta na kojima novinari, medijski poduzetnici i medijski producenti ostvaruju profesionalnost prema sadržaju, tražeći javnu pozornost, dok konzumenti koriste medije kako bi dobili „…generaliziranu referentnost vrijednosti i konzistentnost njihovog pogleda na život". Važnost i ulogu medija u suvremenom društvu ilustrira Bauerova (2007: 11) tvrdnja da „…mediji u modernim i organiziranim društvima sve više određuju glavni put civilizacije društva". Ova izjava ukazuje na duboku ukorijenjenost medijskih struktura u svim aspektima društvenog života te na njihovu sposobnost oblikovanja kulturnih, političkih i komunikacijskih obrazaca.

U sličnom duhu, Thomas Meyer (2013: 97) ističe da se suvremeni oblici političke participacije i odlučivanja sve više odvijaju unutar medijski posredovanih okvira, zbog čega predlaže pojam „medijska demokracija". Ovaj pojam označava demokraciju u kojoj mediji ne služe samo kao prijenosnici informacija, nego postaju aktivni suoblikovatelji političke stvarnosti, strukturirajući javni diskurs, oblikujući političke prioritete i utječući na percepciju građana o relevantnosti pojedinih tema i aktera.

Mediji u kontekstu političkih sustava ne djeluju samo kao posrednici informacija, nego često oblikuju javnu raspravu u skladu s političkim ciljevima. U demokratskim društvima, mediji često reflektiraju slobodu i raznolikost mišljenja, dok u autoritarnim režimima mogu biti korišteni kao alat za širenje državne ideologije i kontrolu javnosti. Ovaj utjecaj političkih sustava na medije jasno se može vidjeti u različitim pristupima izvještavanju, gdje mediji u demokracijama često služe kao platforma za pluralizam mišljenja, dok u autoritarnim režimima funkcioniraju kao instrument vlasti za održavanje kontrole i jedinstva političkog diskursa.

3.1. Povijesni razvoj prijenosa informacija: od usmene predaje do masovnih tiskanih medija

Mediji su tijekom povijesti igrali ključnu ulogu u oblikovanju društvene komunikacije, političke moći i kulturne razmjene. Prvi medij bio je tisak, koji je stvorila apsolutistička država, s jedinom funkcijom podrške vlasti i državi, uz strogu kontrolu izdavača dodjelom licenci i cenzurom. Kasnije, u doba prosvjetiteljstva, tisak je stekao veću slobodu i oslobodio se nadzora i utjecaja države, barem u demokratskim državama. Prema Mirjani Kasapović (2023: 1), političke participacije i političke kulture, u totalitarnim političkim režimima državna vlast i

dalje upravlja medijskim sadržajem, promovirajući službene ideologije u svim područjima društvenog života – gospodarstvu, obrazovanju, kulturi, medijima, znanosti i drugim sferama.

Međutim, povijest medija počinje puno prije izuma tiska. U ranijim razdobljima ljudske povijesti prije razvoja pismenosti informacije (poput znanja i iskustava) prenosile su se usmenim putem, najčešće kroz priče, legende, pripovijedanja i mitove.

Razvojem prvih poznatih pisama poput klinastog pisma u Mezopotamiji (oko 3200. godine prije Krista), egipatskih hijeroglifa (oko 3300. godine prije Krista) te kineskog (oko 1200. godine prije Krista) i feničkog (oko 1050. godine prije Krista) pisma, znanje se zapisivalo i prenosilo. Preteča današnjih novina i prve državne novine pod nazivom *Acta Diurna* ili *Acta Publica (*Proleksis enciklopedija, 2013.)[9] nastale su u starom Rimu 59. godine prije Krista i objavljivane su do 3. stoljeća. Objave o senatskim odlukama i svakodnevnim događanjima urezivane su na kamen ili metal i izlagane su na rimskom forumu. Prava revolucija u širenju znanja, ideja i iskustava dogodila se izumom tiskarskog stroja u 15. stoljeću čime je Johannes Gutenberg omogućio široku dostupnost knjiga i novina.

Tek tijekom 18. i 19. stoljeća tiskani mediji dobivaju na većoj važnosti. Industrijska revolucija, započeta u drugoj polovini 18. stoljeća, omogućila je tehnološke inovacije poput parnog tiskarskog stroja i proizvodnje jeftinijeg papira, čime je znatno ubrzan razvoj i širenje tiskanih medija. Povećava se pismenost ljudi, građani se politički osvećuju i novine postaju glavni izvor informacija.

Nadalje, u 20. stoljeću dolazi do pojave elektroničkih medija poput radija koji vrlo brzo postaje sredstvo masovne komunikacije i ostaje do danas iznimno važan medij. Nakon radija dolazi televizija koja unosi vizualni element u informiranje građanstva. Na prijelazu u 21. stoljeće pojavljuju se novi mediji – internet i digitalne platforme. Razvoj interneta omogućio je brzu razmjenu i široku dostupnost informacija te je omogućio svakom korisniku participaciju u kreiranju samih informacija putem društvenih mreža, blogova, podcasta, videoplatformi i elektroničkih publikacija. Osim što su se tradicionalni mediji – poput radija i televizije – suočili s konkurencijom, novi mediji su donijeli nove izazove poput širenja dezinformacija, lažnih vijesti (engl. *fake news)*, manipulacije javnošću te posljedično gubitka povjerenja u izvore informiranja. Pojam lažnih vijesti (engl. *fake news*) obuhvaća namjerno plasiranje netočnih ili izmišljenih informacija putem medija ili društvenih mreža, najčešće u svrhu dezinformiranja, manipulacije, senzacionalizma ili političkog utjecaja. U nekim slučajevima, pojam se odnosi i

[9] Vidi: Proleksis enciklopedija (2013.), dostupno na: https://proleksis.lzmk.hr/6803/ (preuzeto 9. travnja 2025.).

na sadržaje satirične ili humoristične naravi koji oponašaju novinarske forme, ali bez namjere da informiraju javnost (Tandoc, Lim i Ling, 2018.).

3.2. Masovni mediji: definicije, karakteristike i transformacije

Masovni mediji, kao jedan od glavnih načina društvene komunikacije, kroz povijest su prošli kroz velike promjene. Kako su se razvijali, mijenjali su i svoje funkcije, prilagođavajući se novim društvenim, političkim i tehnološkim uvjetima. Od tiska, preko radija i televizije, pa sve do digitalnih platformi, mediji su evoluirali kako bi zadovoljili različite potrebe svojih korisnika, ali i političke i tržišne zahtjeve. U ovom dijelu rada razmotrene su promjene u definicijama i funkcijama masovnih medija, osobito u digitalnom dobu, te utjecaj konvergencije medija na način na koji oni danas funkcioniraju.

Radovi autora poput Marshalla McLuhana (1964.), Zrinjke Peruško (2013.) i Nade Zgrabljić Rotar (2020.) analiziraju promjene u ulozi medija kao temeljnog oblika komunikacije u suvremenom društvu, kao i njihov utjecaj i funkcije u digitalnom okruženju.

Mediji su sredstvo masovne komunikacije. Prema Kinczik i Zipfel (2006: 24), Gerhard Maletzke (1963.) u knjizi *Psychologie der Massenkommunikation* definirao je masovnu komunikaciju kao „onaj oblik komunikacije koji se posreduje disperzivnoj publici putem javnih izjava (dakle, primatelji nisu ograničeni brojem niti su personalno definirani), tehničkim sredstvima (mediji), neizravno (dakle, među komunikacijskim partnerima postoji vremenska, vremenska ili prostorno-vremenska distanca) i jednostrano (dakle, bez zamjene uloga između onoga tko odašilje i onoga tko prima poruku)“. Kunczik i Zipfel (2006: 24) na tom tragu smatraju da su sadržaji masovne komunikacije[10] pretežno namijenjeni kratkoročnoj zabavi (primjerice, vijesti i zabava), da se proizvode u formalnim organizacijama uz pomoć visoko razvijenih tehnologija i različitih tehnika (mediji), smatraju da se nude istodobno mnoštvu ljudi (disperzivna publika), koji su anonimni za komunikatora, javno, tj. bez ograničenja pristupa, na jednostran način (komunikator i recipijent ne mogu zamijeniti pozicije, odnos između njih je asimetričan u korist komunikatora), nude se na neizravan način (bez izravne povratne povezanosti), kontinuirano uz određenu periodičnost proizvodnje.

U *Uvodu u medije* Peruško (2011: 342) masovne medije definira kao institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi članovi

[10] Odnose se na medije poput tiska, radija i televizije. Ne odnose se na nove medije.

društva te tvrdi da su to istodobno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije, organizacije i kulturne formacije koje proizvode i distribuiraju simbolička dobra koja su fiksirana na medij i mogu se reproducirati neograničeni broj puta, te čiji su proizvodi i sadržaji namijenjeni komodifikaciji (prodaji) i dostupni su svim članovima društva. Naziv je nastao tako što se u prvim teorijama o ulozi medija u društvu (teorija o masovnom društvu, teoretičari Frankfurtske škole) smatralo da je medijska publika masovna, inertna, nepovezana i nediferencirana. Od toga potiče naziv „masovni mediji" jer je tako shvaćen njihov društveni karakter (Peruško, 2011: 29).

Marshall McLuhan (1964.) tvrdi da se masovni medij govorne riječi, kao prvi veliki produžetak našeg središnjeg živčanog sustava, spojio s drugim velikim produžetkom – električnom tehnologijom, čime je stvoreno novo komunikacijsko okruženje koje mijenja način na koji percipiramo svijet i međusobno komuniciramo. Ova fuzija označava pomak od linearne, tekstualno utemeljene komunikacije prema simultanoj, umreženoj i senzorno proširenoj komunikaciji, karakterističnoj za elektroničko doba. U tom kontekstu, McLuhan (1964.) razvija koncept *„medij je poruka"* kako bi naglasio da tehnološka forma medija, a ne samo njegov sadržaj, duboko utječe na društvene odnose i kulturu. Elektronički mediji brišu prostorne i vremenske granice, stvarajući tzv. *„globalno selo"* u kojem su ljudi, unatoč fizičkoj udaljenosti, međusobno povezani u realnom vremenu (McLuhan, 2008: 238).

Prema Peruško (2011: 15—16), masovni mediji mogu se podijeliti:

1. prema vrsti ili sektoru — knjiga, tisak (novine, časopisi), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike (video, CD, DVD)

2. prema geografskoj razini i dosegu — lokalni, nacionalni i međunarodni

3. prema obliku vlasništva ili upravljačke kontrole — privatni, javni, državni i *community*, tj. asocijativni ili mediji trećeg sektora

4. prema matici javnog i političkog mišljenja — matični (*mainstream*) i alternativni mediji.

Internet ne pripada masovnim medijima zbog svog organizacijskog i komunikacijskog karaktera: proizvodnja sadržaja nije institucionalizirana, proizvodi nisu isključivo namijenjeni komodifikaciji (prodaji), a komunikacija je interaktivna, a ne jednosmjerna (Peruško, 2011: 15). Nadalje, Daniel C. Hallin i Paolo Mancini (2004: 11) u svojoj komparativnoj analizi medijskih sustava u zapadnoeuropskim i sjevernoameričkim političkim kontekstima pozicioniraju masovne medije kao samostalna središta moći koja se natječu s drugim centrima političkog i društvenog utjecaja. John Street (2003: 195) u svojoj knjizi *Mass Media, Politics and Democracy* dodaje da je „moć" u rukama onih koji kontroliraju medije, njihove sadržaje i njihov učinak.

Meyer (2003: 1) smatra da su masovni mediji postali „dijelom naočala kojima promatramo zbilju – zajedno sa samim masovnim medijima". Sociološko značenje medija ide dalje od sadržaja medijskih poruka, tvrdeći da mediji utječu na način na koji učimo o svijetu i komuniciramo s drugima, čime su povezani s procesima društvenih odnosa (Croteau i Hoynes, 2014: 18). Kako bi dodatno pojasnili sociološki aspekt utjecaja medija na društvene odnose, David Croteau i William Hoynes (2014.) ističu da mediji ne služe samo kao kanali za prijenos sadržaja, nego i oblikuju način na koji interpretiramo svijet i komuniciramo s drugima, čime postaju ključni čimbenici u oblikovanju društvenih struktura i interakcija.

Peruško (2011: 36) umjesto termina masovni mediji, predlaže novi termin – komunikacijski mediji, smatrajući da je on primjereniji s obzirom na konvergenciju tradicionalnih medija oko kompjutorske tehnologije i nastanak novih interaktivnih medija, poput interneta. Nenad Prelog (2011: 205) ističe da je konvergencija „ugrađena" u sadržaje, platforme i kanale distribucije, što predstavlja temeljnu promjenu u načinu funkcioniranja suvremenih medija.

Nada Zgrabljić Rotar (2020: 36 – 38) u knjizi *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura* koristi termin „konvergirani mediji" pri čemu zaključuje da su spajanjem različitih komunikacijskih platformi nastali novi oblici medija uz pomoć sinergije tehnologije, znanosti i novinarstva čime je nastala nova vrijednost u medijskom okruženju.

Razvoj masovnih medija – od tiska i radija do televizije i elektroničkih platformi – pokazuje kako su se mediji kontinuirano prilagođavali društvenim promjenama, tehnološkom napretku i novim oblicima komunikacije. Suvremeni komunikacijski kontekst obilježen je konvergencijom različitih medijskih formi, prelaskom na digitalne tehnologije i sve izraženijom participacijom publike. Takve promjene dovele su do postupnog razdvajanja tradicionalnog pojma „masovni mediji" i pojave novih, interaktivnih, mrežno organiziranih oblika komunikacije. U tom se smislu javlja potreba za analitičkim sagledavanjem *novih medija* i *multimedije* – njihovih razvojnih obilježja, specifičnih komunikacijskih karakteristika te društvenih učinaka koje proizvode u suvremenom digitalnom okruženju.

3.3. Novi mediji i multimedija: Razvoj, obilježja i društveni učinci

Suvremene tehnologije medija prošle su kroz značajne promjene, a razvoj novih medija i multimedija zauzima ključnu ulogu u transformaciji načina na koji komuniciramo i dijelimo

informacije. Pojam multimedija označava korištenje različitih vrsta sadržaja – zvuka, slike, teksta i videa – čime se omogućuje bogatija i interaktivnija komunikacija. Novi mediji, koji su se razvili u digitalnom okruženju, u velikoj mjeri mijenjaju kako društva percipiraju i stvaraju medijski sadržaj. Ovaj dio rada istražuje razvoj novih medija, njihove karakteristike poput interaktivnosti, nelinearnosti i povezanosti, te kako utječu na društvene procese i oblikovanje stvarnosti. Također ćemo razmotriti ulogu novih medija u oblikovanju javnog mišljenja i demokratizaciji informacija, ali i izazove koji dolaze s njihovom sveprisutnošću, poput gubitka povjerenja u izvore informacija.

Nazivi multimediji i novi mediji koriste se za označavanje suvremenih medijskih tehnologija, a u upotrebi su od 80-ih godina prošloga stoljeća. Pojam multimediji odnosi se na uređaje, aplikacije i tehničke medije prijenosa koji omogućuju kombiniranje različitih formata sadržaja – zvuka, slike, teksta i videa – uz istovremenu interaktivnost i mogućnost pohrane podataka (Kunczik i Zipfel, 2006: 29).

Značenje termina novi mediji s vremenom se mijenja pa se 80-ih godina prošloga stoljeća pojam prvenstveno primjenjivao za videotehnologiju ili komunikacijske satelite. Danas se ta tehnologija smatra zastarjelom, a novim se medijima u načelu smatraju digitalni izumi (Peruško, 2011: 344). Peruško (2011.) tvrdi da su današnji novi mediji karakteristični po tome što povećavaju interaktivnost i olakšavaju amatersku proizvodnju medijskih proizvoda te naglašava da se revolucija zbiva u distribuciji medijskih proizvoda. Po tim se ključnim karakteristikama novi mediji razlikuju od tradicionalnih „masovnih" medija (Peruško, 2011: 37).

Tehnologija novih medija općenito se odnosi na mrežne i mobilne aplikacije koje pojedincima i organizacijama omogućuju da stvaraju, mijenjaju i dijele svoje i tuđe sadržaje u digitalnom okruženju kroz različite komunikacijske kanale (Zgrabljić Rotar, 2020: 162).

U kontekstu razvoja digitalnog okruženja, Brautović (2006.) ističe da novi mediji omogućuju svakome, uz minimalne troškove, da postane nakladnik i pokrene medij s potencijalno globalnim dosegom, čime se bitno mijenja dosadašnja komunikacijska paradigma. Na temelju analize temeljnih obilježja novih medija, autor identificira više ključnih karakteristika koje ih razlikuju od tradicionalnih medija – među njima posebno naglašava neposrednost**,** definiranu kao vremenski razmak između događaja i objave, te interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost, povezanost i arhiviranost. Sličan popis karakteristika navode i Benković i Balabanić (2010: 44), koji ih opisuju kao glavne razlike između interneta i tradicionalnih medijskih sustava.

Ove koncepte možemo smatrati ključnima za razumijevanje dinamike *online* novinarstva i njegova utjecaja na percepciju javnosti.

Prelog (2011: 203) smatra da novi mediji danas označavaju različite oblike sadržaja, načina njegove organizacije, prijenosa i prikaza, a odlikuje ih interaktivnost, nelinearni/nesekvencijski pristup sadržaju dokumenta, digitaliziranost i multimedijski način prezentacije. Problem koji Prelog (2011: 204) otvara jest da unatoč tome što je pojava interneta omogućila da medijski sadržaji postanu demokratizirani i individualizirani, te znatno brži protok informacija, građani su postupno izgubili povjerenje u medij kao pouzdan izvor informacija.

Europska komisija (2020.) nudi suvremenu klasifikaciju medija, dijeleći ih na sektor informativnih medija (tisak, internetski mediji, radio, audiovizualne usluge) i audiovizualnu zabavu (film, televizija, videoigre, virtualna stvarnost).

Važnost medija, bilo tradicionalnih ili novih, posebno dolazi do izražaja u društveno-političkim kontekstima. Jedan od takvih povijesnih trenutaka bilo je rušenje Berlinskog zida 1989. godine – događaj koji Anthony Giddens (2005.) u knjizi *Odbjegli svijet* naziva televizijskom revolucijom. Giddens (2005.) pokazuje da su televizijske ekipe tada bile više od pasivnih promatrača: one su aktivno sudjelovale u kreiranju događaja, snimajući i usmjeravajući scenu tako da se uklopi u medijsku naraciju. Kamere su bile među prvima koje su se popela na zid, a snimatelji su čak tražili od ljudi da se vrate dolje i ponovno popnu – kako bi se stvorio „pravi kadar". „Tako se u završnim godinama 20. stoljeća stvara povijest", zaključuje Giddens (2005: 77), ukazujući na to da mediji više nisu samo zrcalo stvarnosti, nego njezin aktivni suoblikovatelj.

Ovaj primjer jasno pokazuje kako razvoj medijske tehnologije – od televizije do internetskih i mobilnih platformi – nije samo promijenio način na koji se informacije prenose, već i način na koji doživljavamo i razumijemo svijet. U današnjem dobu novih medija, ta moć oblikovanja stvarnosti postala je još snažnija. Sada svaki korisnik, koristeći društvene mreže i digitalne alate, može postati i kreator i distributer sadržaja, čime aktivno sudjeluje u oblikovanju društvene dinamike.

3.4. Povijesni razvoj interneta i njegova društvena uloga prema Castellsu

U ovom potpoglavlju istražujemo povijest razvoja interneta, njegov nastanak i društvenu ulogu prema teorijama Manuela Castellsa. Internet nije samo tehnološka

infrastruktura, nego i ključni element u oblikovanju globalne komunikacije, političkih i ekonomskih tokova. Od svojih početaka, internet je prešao dug put – od ARPANET-a, uspostavljenog 1969. godine, preko razvoja World Wide Weba krajem 80-ih godina prošloga stoljeća do trenutačne globalne prisutnosti koja obuhvaća milijarde korisnika. Castells (2001.) ističe da je internet „tehnologija slobode", jer omogućuje bolji pristup informacijama i jaču interakciju među korisnicima, što dovodi do promjena u društvenim odnosima i kulturi. Kroz ovaj pregled, razmatrat ćemo kako je razvoj interneta utjecao na društvene dinamike i kako su digitalne mreže postale ključne za naš način života, povezivanje i interakciju u globalnom društvu.

Od samih početaka razvoja internetske mreže krajem 1995. godine, kada se internet počeo koristiti putem protokola World Wide Web (WWW), broj korisnika iznosio je tek 16 milijuna. Do 2001. godine taj je broj narastao na 400 milijuna, a do 2010. na dvije milijarde. Prema podacima Međunarodne telekomunikacijske unije (ITU) iz 2024. godine, približno 5,5 milijardi ljudi koristi internet, što čini oko 68 % svjetske populacije. Unatoč ovom kontinuiranom rastu, oko 2,6 milijardi ljudi i dalje je offline, pri čemu su najveće praznine u pristupu prisutne u regijama poput Južne i Istočne Azije te Afrike (International Telecommunication Union, 2024.).

Slični podaci objavljeni su i u izvještaju *Digital 2020* organizacija We Are Social i Hootsuite, u kojem se navodi da je u siječnju 2020. broj korisnika interneta dosegao 4,54 milijarde, što predstavlja porast od 298 milijuna u odnosu na prethodnu godinu (We Are Social & Hootsuite, 2020.) [11]. Do svibnja 2023. taj je broj narastao na 5,18 milijardi, što čini ukupno 64,6 % svjetske populacije. Preostalih približno 2,85 milijardi ljudi bez internetskog pristupa uglavnom živi u južnoj i istočnoj Aziji te u Africi.

Upravo u tom kontekstu Manuel Castells (2003.) ukazuje na dublje društvene implikacije internetske povezanosti, ističući da internet nije samo tehnološka infrastruktura, nego temeljna društvena arena u kojoj se formiraju identiteti, strukturiraju odnosi moći i oblikuju obrasci komunikacije. Pristup mrežama znači i pristup globalnim tokovima znanja, politike i ekonomije – zbog čega isključenost iz digitalnih mreža može rezultirati ne samo tehnološkom zaostalošću nego i društvenom marginalizacijom. Razvoj informacijske mreže

[11] „*Digital 2020*" službeni je izvještaj koje zajednički objavljuju organizacije *We Are Social*, međunarodna agencija za digitalni marketing i komunikacije, i *Hootsuite*, platforma za upravljanje društvenim mrežama. Obje organizacije sustavno prate i analiziraju globalne digitalne trendove, uključujući korištenje interneta, društvenih mreža i mobilnih uređaja. Vidi: We Are Social & Hootsuite. (2020, siječanj). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media.* Global Overwiew Report. Preuzeto 14. travnja 2025., s https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media

poznate kao World Wide Web proizašao je iz ljudske potrebe za komunikacijom, koja predstavlja jednu od temeljnih bioloških posebnosti ljudske vrste (Castells, 2003: 15). Castells (2004: 383) definira www-*world wide web* kao „… fleksibilne mreže mreža unutar Interneta u kojoj institucije, poslovni sustavi, udruženja i pojedinci stvaraju svoje 'siteove' na temelju mogućnosti da svatko tko ima pristup može od različitih kolaža teksta i slika proizvesti vlastitu 'home page'". U tom kontekstu, aktualna tema odnosa između tehnologije i čovjeka posebno dolazi do izražaja u suvremenom dobu obilježenom razvojem umjetne inteligencije (AI) i izazovima koje ona donosi. Castells (2003.) u svojemu djelu ističe da su tehnološki sustavi proizvod ljudske kreativnosti i da ljudi tehnologiju neprestano mijenjaju modificiranjem, usvajanjem i eksperimentiranjem (isto).

Korijene razvoja interneta moguće je pratiti do 1969. godine, kada je nastala ARPANET mreža (*Advanced Research Projects Agency Network*), uspostavljena od strane američke Agencije za napredne istraživačke projekte (Castells, 2004.). Sama agencija osnovana je 1958. godine, na temelju Direktive 5105.15 koju je izdao tadašnji američki ministar obrane Neil McElroy. Cilj osnivanja ARPA-e bio je ubrzanje istraživanja u području svemirske tehnologije, obrane od balističkih projektila i razvoja čvrstih goriva. Kasnije je preimenovana u DARPA (*Defense Advanced Research Projects Agency*). Prema stranicama DARPA-e tri glavna istraživačka fokusa i razlozi nastanka ove agencije su bili svemirska tehnologija, obrana od balističkih projektila i čvrsta goriva (Defense Advanced Research Projects Agency, n. d.)[12].

Castells (2003: 20) navodi kako je stvarni poticaj za osnivanje agencije bila utrka u svemirskoj nadmoći, odnosno mobilizacija sveučilišnih istraživačkih kapaciteta u svrhu ostvarivanja tehnološke i vojne prevlasti nad SSSR-om nakon lansiranja Sputnika 1 1957. godine. U knjizi *Moć identiteta* Castells (2004: 380) dodatno pojašnjava kako je ARPANET zamišljen kao komunikacijski sustav otporan na nuklearne napade, temeljen na ideji Paula Barana iz korporacije RAND — *Research and Development*. Tijekom 80-ih godina prošloga stoljeća, američko Ministarstvo obrane (*Department of Defense*) poticalo je proizvođače računala na ugradnju mrežnog protokola TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*), što je dovelo do široke umreženosti računala do početka 1990-ih godina.

Internet, kao mreža za prijenos podataka, formalno je nastao 1990. godine, a razvio ga je Tim Berners-Lee, tada zaposlenik Europske organizacije za nuklearna istraživanja (*European Organization for Nuclear Research* CERN) u Ženevi (Castells, 2003: 25). Do 1995. godine ukinuta

[12] Vidi: Defense Advanced Research Projects Agency. (n. d.). *DARPA timeline*. DARPA. Preuzeto 4. lipnja 2023., s https://www.darpa.mil/about-us/timeline/dod-establishes-arpa

je NSFNet (*National Science Foundation Network*), koja je prethodno zamijenila ARPANET kao glavnu istraživačku mrežu. NSFNet je razvila računalnu infrastrukturu koja je omogućila komercijalizaciju interneta i povezivanje nacionalnih računalnih centara u „mrežu mreža". Iste godine, s operativnim sustavom Windows 95, tvrtka Microsoft lansirala je preglednik Internet Explorer, razvijen na osnovi tehnologije male tvrtke Spyglass (Castells, 2003: 27). Važno je naglasiti kako internet nije nastao unutar poslovnog sektora, nego je rezultat javno financiranih istraživačkih projekata, prvenstveno američke vojske, koji su uključivali sveučilišne i znanstvene institucije s ciljem razvoja računalne znanosti.

Castells (2003.) internet analizira iz perspektive njegovih transformativnih učinaka na društvo, ističući njegovu ulogu u demokratizaciji pristupa informacijama, osnaživanju građanskih prava te izražavanju ljudskih vrijednosti u digitalnom prostoru. Zbog njegove sposobnosti da poveća dostupnost raznovrsnih izvora informacija i omogući višu razinu interakcije – osobito među mladima – Castells (2001: 275) internet označava kao „tehnologiju slobode". Pritom se oslanja na nalaze urbanih sociologa koji upućuju na to da digitalne mreže sve uspješnije zamjenjuju fizičke javne prostore kao ključne izvore društvene povezanosti i podrške, osobito u urbanim i prigradskim sredinama.

3.5. Digitalizacija novinarstva: razvoj elektroničkih publikacija od 1990-ih do danas

U ovom potpoglavlju razmatra se povijest razvoja elektroničkih publikacija, koje su u današnjem digitalnom dobu postale ključni dio medijskog krajolika. Razvoj internetskih tehnologija i širina pristupa internetu omogućili su brzo širenje internetskih medija, što je promijenilo način na koji konzumiramo vijesti i informacije. Prve elektroničke publikacije pojavile su se u 1990-ima, a s vremenom su se razvile u neizostavan izvor informacija, ne samo u Hrvatskoj nego i globalno. Kroz pregled ovog razvoja analizirat ćemo kako su elektroničke publikacije transformirale novinarstvo i medijske prakse, te koje su ključne karakteristike i izazovi povezani s njihovim razvojem. Za potrebe ovog rada, pod elektroničkim publikacijama podrazumijevaju se internetski portali i internetske stranice koje pružaju dnevne informacije i/ili sadržavaju medijske sadržaje, uključujući vijesti, reportaže i ostalo.

Razvoj *weba* tijekom 90-ih godina prošloga stoljeća, odnosno pojava internetskih preglednika Netscape (1994.) i Internet Explorer (1995.) dovela je do pojave *online* medija, odnosno sadržaja.

Prve elektroničke publikacije u SAD-u i Velikoj Britaniji prenosile su *online* sadržaje iz tiskanih izdanja. U svibnju 1992. godine pokrenut je Chicago Online. New York Times i BBC pokrenuli su svoje elektroničke publikacije 1994. godine, dok je Washington Post svoje internetsko izdanje pokrenuo 1995. godine. Dnevne novine The News & Observer 1994. godine počele su objavljivati agencijske vijesti na elektroničkoj publikaciji nando.net. Američki časopis Palo Alto Weekly od iste godine objavljuje sav svoj sadržaj *online*. Britanski The Daily Telegraph također od 1994. godine objavljuje *online*. Chicago Tribune je počeo objavljivati na internetu 1995. godine, a New York Times 1996. godine. Prema Prelogu (2011.), do 1996. godine većina svjetskih medijskih kuća već je imala svoje informativne portale. Slično navode i Kunić i Zgrabljić Rotar (2020.).

Ovaj brzi razvoj internetskih medija i prelazak tiskanih izdanja na digitalne platforme označava početak novih izazova u novinarstvu, kao i promjena u načinu konzumiranja vijesti, što je u konačnici dovelo do transformacije medijske industrije i nastanka novih modela poslovanja u digitalnom okruženju.

3.5.1. Zakonodavni okvir i definicija elektroničkih publikacija u Hrvatskoj

U analizi medijskih narativa o pandemiji bolesti COVID-19 ključno je razumjeti medijski kontekst unutar kojeg su ti narativi nastajali i cirkulirali. S obzirom na to da se predmet istraživanja odnosi na sadržaje objavljene u elektroničkim publikacijama, potrebno je prethodno razmotriti zakonsku regulaciju i definicije ovog medijskog formata u Republici Hrvatskoj.

Ova cjelina daje pregled zakonodavnog razvoja definicije elektroničkih publikacija, pri čemu se poseban naglasak stavlja na normativne promjene od 2003. do 2021. godine. Time se uspostavlja pravni i institucionalni okvir koji omogućuje preciznije razumijevanje uloge elektroničkih publikacija u suvremenom digitalnom medijskom sustavu, osobito u uvjetima krize kakva je bila pandemija.

Elektroničke publikacije nazivaju se još i portali, internetski portali, internetske elektroničke publikacije, dnevno-informativni internetski portali, *online* mediji, informativni portali, elektroničke mrežne publikacije i slično. U ovom radu koristit ćemo naziv elektroničke publikacije, s obzirom da je to službeni naziv prema Zakonu o elektroničkim medijima (Narodne novine br. 111/21) koji je na snazi od 22. listopada 2021. godine. Ovaj Zakon uređuje prava, obveze i odgovornosti pravnih i fizičkih osoba koje obavljaju djelatnost pružanja audio i audiovizualnih medijskih usluga, usluga elektroničkih publikacija putem elektroničkih komunikacijskih mreža, platformi za razmjenu videozapisa te interese Republike Hrvatske u

području elektroničkih medija. Također, ovim Zakonom u hrvatsko zakonodavstvo implementirani su dokumenti Europske unije, poput Direktive 2010/13/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama), kako je posljednji put izmijenjena Direktivom (EU) 2018/1808 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. studenoga 2018., o izmjeni Direktive 2010/13/EU o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) u pogledu promjenjivog stanja na tržištu.

Definicije elektroničkih medija i elektroničkih publikacija mijenjale su se u Zakonu tijekom godina. Prema Zakonu iz 2003. godine (Narodne novine br. 122/2003), elektronički mediji obuhvaćali su televizijske i radijske programe te elektroničke publikacije. Elektroničke publikacije su programski sadržaji koje fizičke ili pravne osobe prenose putem informacijsko-komunikacijskih veza na način da su dostupni širokoj javnosti, bez obzira na njihov opseg. Informacijsko-komunikacijske veze su veze uspostavljene uz pomoć telekomunikacijske i druge tehničke opreme koje omogućuju prijenos, odašiljanje i/ili prijam znakova, signala, pisanog teksta, slika, govora i zvukova ili priopćenja bilo koje naravi između korisnika.

Godine 2009., Hrvatski sabor donio je novi Zakon o elektroničkim medijima (Narodne novine br. 153/2009) prema kojem su elektronički mediji obuhvaćali audiovizualne programe, radijske programe i elektroničke publikacije, koje su definirane kao uredički oblikovane internetske stranice i/ili portali koji sadržavaju elektroničke inačice tiska i/ili informacije iz medija na način da su dostupni širokoj javnosti bez obzira na njihov opseg. Ovaj Zakon mijenjao se nekoliko puta. Hrvatski sabor donio je Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o elektroničkim medijima na sjednici 15. srpnja 2013. (Narodne novine br. 94/2013), prema kojem su elektroničke publikacije definirane kao uredički oblikovani programski sadržaji koji se objavljuju dnevno ili periodično putem interneta od strane pružatelja elektroničkih publikacija u svrhu javnog informiranja i obrazovanja.

Novi Zakon o elektroničkim medijima donesen je 1. listopada 2021. godine (Narodne novine br. 111/2021) i njime su elektronički mediji definirani kao audiovizualni programi, radijski programi i elektroničke publikacije. Elektroničke publikacije definirane su kao uredički oblikovani, proizvedeni ili prikupljeni medijski sadržaji koje putem interneta objavljuju pružatelji usluga elektroničkih publikacija u svrhu javnog informiranja, zabave ili obrazovanja. Ovaj Zakon jamči elektroničkim publikacijama slobodu izražavanja i punu programsku slobodu elektroničkih medija.

Djelatnost pružanja audio i/ili audiovizualnih medijskih usluga, usluga elektroničkih publikacija, kao i usluga platformi za razmjenu videozapisa prema ovom Zakonu obavlja pružatelj upisan u sudski ili drugi odgovarajući registar u Republici Hrvatskoj te ako, uz opće uvjete, ima sjedište i uredništvo u Republici Hrvatskoj. Pružatelji audiovizualnih medijskih usluga dužni su primateljima usluge omogućiti jednostavan, izravan i stalan pristup najmanje ovim informacijama: nazivu pružatelja medijskih usluga, adresi na kojoj pružatelj medijskih usluga ima poslovni nastan, detaljnim podacima o pružatelju medijskih usluga, uključujući adresu njegove elektroničke pošte ili mrežnu stranicu, što omogućuje brže, izravno i učinkovito stupanje u kontakt s njim, vlasničkoj strukturi koja se objavljuje na mrežnim stranicama, impresumu i nadležnim regulatornim i/ili nadzornim tijelima. Također, Zakon navodi njihove glavne zadaće: objavljivati točne informacije, poštovati ljudska prava i temeljne slobode, pridonositi slobodnom oblikovanju mišljenja, svestranom i objektivnom informiranju slušatelja i gledatelja, kao i njihovoj izobrazbi i zabavi, promicati hrvatske kulturne stečevine i poticati slušatelje i gledatelje na sudjelovanje u kulturnom životu, promicati međunarodno razumijevanje i osjećaj javnosti za pravdu, braniti demokratske slobode, služiti zaštiti okoliša, poticati ravnopravnost žena i muškaraca, promicati ravnopravnost pripadnika nacionalnih manjina, te promicati ravnopravnost osoba s invaliditetom i djece s teškoćama u razvoju.

Institucije koje nadziru rad elektroničkih medija u Republici Hrvatskoj su Agencija za elektroničke medije (AEM), koju je osnovala Republika Hrvatska (Hrvatski sabor), i Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija. Tijela Agencije su predsjednik i Vijeće za elektroničke medije, koje vodi Upisnik pružatelja elektroničkih publikacija. Postoje i neprofitni pružatelji medijskih usluga, a to mogu biti neprofitni nakladnici televizije i/ili radija te neprofitni pružatelji medijskih usluga odnosno neprofitni pružatelji elektroničkih publikacija. To mogu biti domaće i strane udruge i njihovi savezi, zaklade, ustanove, umjetničke organizacije, komore, sindikati, udruge poslodavaca te sve druge pravne osobe kojima temeljni cilj osnivanja i djelovanja nije stjecanje dobiti.

Uzevši u obzir sve navedene zakonske promjene, važno je elektroničke publikacije promatrati ne samo kao pravno definirane entitete nego i kao aktere s konkretnom društvenom ulogom – osobito u kriznim kontekstima poput pandemije. Osobito u kontekstu kriznih razdoblja, poput pandemije bolesti COVID-19, elektroničke publikacije ne funkcioniraju isključivo kao kanali distribucije informacija, nego postaju ključni akteri u konstrukciji društvenih narativa, oblikovanju kolektivne percepcije rizika te usmjeravanju javnih emocija i stavova. U tom smislu, elektroničke publikacije treba promatrati kao dinamične komunikacijske platforme unutar *mrežnog društva*, u kojem su digitalni

informacijski tokovi temeljni nositelji simboličke moći (Castells, 2009.). Upravo kroz analizu sadržaja i strukture ovih publikacija moguće je uočiti kako se u razdoblju pandemije artikuliralo značenje krize, tko je u tom diskursu bio nositelj autoriteta, a tko predmet sumnje, te kako su mediji balansirali između institucionalnog izvještavanja i interpretativnog uokvirivanja događaja.

Stoga elektroničke publikacije u ovom radu ne promatramo samo kroz regulatorne definicije, nego i kao aktivne sudionike u procesu društvene konstrukcije stvarnosti, čije se djelovanje može razumjeti jedino u spoju pravnog, komunikacijskog i sociološkog pristupa.

3.5.2. Povijest i institucionalni razvoj elektroničkih publikacija u Hrvatskoj

Razvoj elektroničkih publikacija u Hrvatskoj usko je povezan s razvojem internetske infrastrukture i dostupnosti mreže široj javnosti. U tom kontekstu, važnu ulogu imala je Hrvatska akademska i istraživačka mreža – CARNet (*Croatian Academic and Research Network*), koju je 1991. godine osnovalo tadašnje Ministarstvo znanosti i tehnologije Republike Hrvatske. Tijekom Domovinskog rata prof. dr. sc. Predrag Pale s Fakulteta elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu bio je među prvima koji su predložili uspostavu internetske mreže u Republici Hrvatskoj. Kao istaknuti informatičar i sveučilišni nastavnik, Pale (2019.) je prepoznao važnost digitalne povezanosti, osobito u kontekstu globalne vidljivosti i budućeg gospodarskog razvoja. Istaknuo je kako je već početkom 90-ih godina prošloga stoljeća bio svjestan da će se gospodarske aktivnosti u sve većoj mjeri temeljiti na informacijskim i komunikacijskim tehnologijama i da je, u okolnostima ratnih zbivanja, bilo ključno međunarodnoj javnosti omogućiti pristup vjerodostojnim informacijama o situaciji u Hrvatskoj (Jarić Dauenhauer, 2019.). Njegov proaktivan i strateški pristup pozicionirao ga je među ključne pojedince zaslužne za rano uvođenje internetske tehnologije u hrvatsku akademsku zajednicu, čime je dao važan doprinos digitalnoj transformaciji znanstvenog i obrazovnog prostora.

U studenome 1992. uspostavljena je prva međunarodna komunikacijska veza kojom je CARNET-ov čvor u Zagrebu povezan s Austrijom, čime je Hrvatska postala dio globalne računalne mreže. Dana 17. studenoga 1992. Sveučilišni računalni centar – Srce službeno je uveo internet u Hrvatsku, kroz provedbu projekta Hrvatske akademske i istraživačke mreže (CARNet). U godinama koje su uslijedile, CARNet je bio jedini besplatni pružatelj internetskih usluga ne samo akademskoj zajednici nego i građanima Hrvatske (Zgrabljić Rotar, 2020: 170).

U tom tehnološkom okruženju počinju se razvijati i elektroničke publikacije, u početku uglavnom kao internetska izdanja postojećih tiskovina. Prve elektroničke publikacije

hrvatskih dnevnih novina uključuju Glas Istre (1996.), Vjesnik (1998.), Večernji list (1999.) i Slobodna Dalmacija (1999.). Naknadno su svoje elektroničke publikacije pokrenuli Novi list (2002.) i Jutarnji list (2005.) (Peruško, 2011: 212). U hrvatskom kontekstu, časopis Bug, specijaliziran za informatičke i tehnološke teme, pokrenuo je svoju elektroničku publikaciju već 1993. godine, čime je bio među prvim medijima u zemlji koji su prepoznali potencijal internetskog izdavaštva.

Važan trenutak u razvoju elektroničkih medija predstavlja osnutak Monitor.hr 1997. godine, prve elektroničke publikacije u Hrvatskoj koja je svakodnevno ažurirala vijesti, a i danas prenosi sadržaje iz brojnih drugih izvora, organiziranih u tridesetak kategorija.

Usporedno s razvojem elektroničkih publikacija, raste i djelovanje javnih medija na internetu. Hrvatska radiotelevizija (HRT) pokrenula je svoju internetsku stranicu 1995. godine. Hrvatska izvještajna novinska agencija – HINA, osnovana 1990. godine, od 1999. prenosi na internetu u prosjeku 400 vijesti i 30 fotografija dnevno, većinom iz vlastitih izvora, a dijelom iz svjetskih agencija (Monitor.hr, 1999.). HINA-ine internetske stranice pune se automatski iz centralnog servisa vijesti. Prvotno je HINA ostvarivala internetsku vezu putem udruge HrOpen, potom preko HT-ove mreže HiNet, te naposljetku putem CARNet-a.

Prema podacima iz Knjige pružatelja elektroničkih publikacija objavljene na internetskim stranicama Agencije za elektroničke medije Republike Hrvatske, danas je u Hrvatskoj registrirano 500 elektroničkih publikacija. Od toga, 144 su registrirane kao neprofitne, dvije su javne (HRT i HINA), dok su ostale u privatnom, profitnom vlasništvu. Za usporedbu, samo tri godine ranije u Hrvatskoj su bile registrirane 302 elektroničke publikacije, od kojih je 34 % bilo neprofitno (Zgrabljić Rotar, 2020: 173). Ti podaci jasno upućuju na eksponencijalni rast elektroničkih publikacija u posljednjem desetljeću.

Posebno mjesto unutar elektroničkih publikacija zauzimaju neprofitni mediji, koji, prema Dini Vozab, Zrinjki Peruško i Antoniji Čuvalo (2017: 109), pripadaju medijima trećeg sektora. U literaturi se za njih rabe i nazivi poput: mediji zajednice, *grassroots* mediji, alternativni mediji, građanski mediji, pa čak i radikalni ili gerilski (*guerilla*) mediji. Riječ je o medijima koji ne pripadaju ni javnom (HRT, HINA) ni komercijalnom sektoru, nego djeluju u okviru civilnog društva i često promoviraju teme od javnog interesa, društvene solidarnosti i demokratskog sudjelovanja. Iako je broj takvih medija u porastu, u hrvatskom kontekstu i dalje prevladava nerazumijevanje njihove uloge i ciljeva (Vozab, Peruško i Čuvalo, 2017: 110). Javne medije, prema Peruško (2011: 22), odlikuje univerzalnost, odnosno dostupni su i služe svima, financiraju ih i kontroliraju građani, te nastoje zadovoljiti sve potrebe različitih grupa

građana. Komercijalni mediji u vlasništvu su medijskih tvrtki, te se financiraju iz raznih izvora poput oglašavanja (Peruško, 2011: 23).

U svrhu očuvanja medijskog pluralizma, Fond za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija, osnovan prema Zakonu o elektroničkim medijima, pruža financijsku podršku i profitnim i neprofitnim medijima, pod uvjetom da njihovi sadržaji pridonose javnom interesu (Narodne novine 30/2023). Među ciljevima fonda su: ostvarivanje prava na javno informiranje, poticanje kulturne raznolikosti, razvoj obrazovanja, znanosti, umjetnosti, promicanje ravnopravnosti spolova i rodnih identiteta, zaštita okoliša, promocija zdravlja, uključivanje nacionalnih manjina, te podizanje svijesti o pravima osoba s invaliditetom i promicanje medijske pismenosti. Ovi podaci potvrđuju da elektroničke publikacije u suvremenom medijskom sustavu imaju funkciju daleko širu od puke zabave ili prijenosa sadržaja iz drugih medija – one sve češće služe kao alat za obrazovanje, osnaživanje građana i demokratsku participaciju.

3.5.3. Stanje i izazovi digitalne politike u Hrvatskoj

S obzirom na brzi razvoj internetskih tehnologija, društvena i politička dinamika se mijenjaju, a mediji postaju ključni za oblikovanje stavova i politika, što se osobito očituje u promjenama novinarstva i njegove funkcije u društvu. Ove promjene osobito su vidljive u transformaciji novinarstva, koje je evoluiralo od tradicionalnih oblika prema novim, digitalnim modelima, čime se mijenja i njegova uloga u društvu.

Izvještaj o digitalnom napretku Hrvatske za 2024. godinu dostupno je u okviru inicijative Europske komisije *Digital Decade 2024: Country report* (Europska komisija, 2024.)[13]. U usporedbi s prethodnim godinama, Hrvatska je zabilježila određeni napredak u pojedinim segmentima digitalne transformacije, ali i dalje se suočava s nizom izazova koji zahtijevaju dodatna ulaganja i strateško djelovanje.

U području ljudskog kapitala, primjetan je porast osnovnih digitalnih vještina među građanima, međutim, Hrvatska i dalje zaostaje za prosjekom Europske unije kada je riječ o naprednim digitalnim kompetencijama te broju stručnjaka za informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT).

[13] Vidi: Europska komisija. (2024, srpanj 2). *Digital Decade 2024: Country report – Croatia*. Europska komisija. Preuzeto 21. svibnja 2025., s https://digital- strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-decade-2024-country-reports

U pogledu digitalne infrastrukture, zabilježeno je poboljšanje u pokrivenosti brzim i vrlo brzim širokopojasnim mrežama. Ipak, značajne razlike i dalje su prisutne između urbanih i ruralnih područja, pri čemu potonja zaostaju u dostupnosti i kvaliteti digitalne povezanosti.

Kada je riječ o digitalnim javnim uslugama, unatoč određenim pomacima, njihovo korištenje i dalje ostaje ispod europskog prosjeka. Posebno je ograničena primjena unaprijed ispunjenih obrazaca te pružanje digitalnih usluga građanima i poslovnim subjektima.

U poduzetničkom sektoru, sve je izraženija prisutnost naprednih tehnologija poput računalstva u oblaku, elektroničkog fakturiranja i umjetne inteligencije. Ipak, integracija digitalnih rješenja u svakodnevne poslovne procese još uvijek ne doseže razinu potrebnu za ostvarivanje punog potencijala digitalne ekonomije.

U segmentu 5G i digitalne tranzicije, Hrvatska se svrstava među naprednije članice Europske unije zahvaljujući dodjeli spektra za 5G mreže. Time ostvaruje stabilan napredak prema cilju gigabitne povezivosti do 2025. godine, u skladu s ciljevima Europske digitalne agende.

Ovi podaci ukazuju na potrebu za daljnjim ulaganjima u digitalnu infrastrukturu, obrazovanje i razvoj ljudskih kapaciteta kako bi se osigurala uspješna digitalna transformacija i postizanje ciljeva postavljenih u okviru Digitalnog desetljeća.

Za medijski sustav – a osobito za elektroničke publikacije koje predstavljaju istraživački fokus ovog rada – digitalna politika ima izravne posljedice. Ona ne samo da određuje razinu dostupnosti i pristupačnosti digitalnih usluga nego posredno utječe i na uvjete produkcije i distribucije medijskih sadržaja. U uvjetima pandemijske krize, ti su uvjeti postali još relevantniji jer su elektroničke publikacije bile jedan od primarnih izvora informacija za građane.

Stoga je praćenje razvoja digitalne politike ključno za razumijevanje šireg društvenog i institucionalnog konteksta u kojem se formiraju i transformiraju medijski narativi.

3.5.4. Digitalna povezanost, medijske navike i razvoj informacijskog društva u Hrvatskoj

Brojni pokazatelji ukazuju na kontinuiran rast digitalne povezanosti hrvatskog društva, ali i na specifične obrasce korištenja internetskih i medijskih sadržaja koji oblikuju domaći informacijski prostor. Prema rezultatima pilot-studije *Analiza tržišta elektroničkih publikacija* (Bilić i sur., 2017.), u vrijeme provedbe istraživanja 75 % građana Republike Hrvatske koristilo je internet, dok je prosjek Europske unije iznosio 79,3 %. Pristup internetu u kućanstvima bio je prisutan u 77 % kućanstava, u usporedbi s 85 % u EU-u. Istraživanje je

pokazalo da se građani najčešće koriste internetom za slanje i primanje elektroničke pošte (87,1 %), traženje korisnih informacija (66,6 %), komunikaciju putem servisa poput Messengera (65,2 %) te za informiranje o aktualnim političkim događanjima (64,6 %).

Najposjećenije elektroničke publikacije prema podacima servisa Gemius (2020.; 2023.) bile su portali 24sata, Dnevnik.hr, Net.hr, Večernji.hr i Tportal.hr, dok su najjači izdavači bili Styria Digital Group, RTL TV Group, Nova TV, Tportal i Motus Media. Slično je bilo i 2023. godine, što ukazuje na relativnu stabilnost medijske dominacije unutar digitalnog prostora.

Statistički podaci Državnog zavoda za statistiku i Eurostata za razdoblje 2017. – 2018. također pokazuju rast pristupa internetu. U 2017. godini 76 % kućanstava u Hrvatskoj imalo je internetsku vezu, u odnosu na 87 % u EU-u, dok je 2018. godine taj udio narastao na 82 % (EU: 89 %). Broj pojedinaca u dobi od 16 do 74 godine koji su se koristili internetom porastao je sa 73 % u 2017. na 75 % u 2018. godini, pri čemu je Hrvatska i dalje bila ispod europskog prosjeka.

Prema podacima iz *Digital News Reporta* (Reuters Institute, 2022.), penetracija interneta u Hrvatskoj iznosi 92 %, a *online* mediji predstavljaju glavni izvor informacija za čak 87 % korisnika. Informiranje putem društvenih mreža također je izraženo (60 %), dok pametni telefoni dominiraju kao platforme pristupa (82 %). Najviše korištene elektroničke publikacije na tjednoj razini su: Index.hr (56 %), 24sata.hr (49 %), Jutarnji.hr (39 %), Dnevnik.hr (38 %), Net.hr (37 %), Tportal.hr (31 %) i Večernji.hr (29 %). Unatoč visokoj razini digitalne prisutnosti, samo 8 % građana spremno je platiti za *online* sadržaj, dok je povjerenje u vijesti općenito nisko (38 %).

Izvještaj također ističe važnu ulogu društvenih mreža u procesu informiranja – kako za publiku tako i za novinare. Facebook se ističe kao najčešće rabljena mreža za vijesti (57 %), slijede YouTube (30 %) i WhatsApp (20 %). Zgrabljić Rotar (2020: 181) navodi da su društvene mreže postale najbrže rastući komunikacijski alati koji omogućuju ne samo samoprezentaciju nego i aktivno sudjelovanje u stvaranju sadržaja.

Ovi podaci ukazuju na to da su elektroničke publikacije postale primarni izvor informacija za većinu građana, dok tradicionalni mediji postupno gube svoju dominaciju. U sociološkom kontekstu, rast digitalne povezanosti i sveprisutnost društvenih mreža reflektiraju dubinske promjene u obrascima konzumiranja informacija, oblikovanju javne sfere i strukturi medijskog utjecaja. Prema Castellsu (2009.), u mrežnom društvu pristup digitalnim tokovima informacija ne samo da redefinira način širenja vijesti nego i oblikuje društvene odnose, identitete i načine sudjelovanja u javnosti. Time se elektroničke publikacije profiliraju

kao ključni akteri suvremenog informacijskog društva, s izrazitim potencijalom za utjecaj na oblikovanje narativa u kriznim situacijama poput pandemije bolesti COVID-19.

4. MEDIJSKA KONSTRUKCIJA STVARNOSTI: KAKO MEDIJI OBLIKUJU NAŠU STVARNOST

U suvremenom društvu mediji zauzimaju izrazito važnu poziciju, što prepoznaju i globalni centri moći, društvene strukture i institucije. Iako je teško jednoznačno dokazati izravnu povezanost između vlasničkih struktura i uredničkih odluka, brojna istraživanja upućuju na to da se odnosi moći i interesi vlasnika, političkih aktera i oglašivača odražavaju u medijskom sadržaju (Herman i Chomsky, 1988.; Martin i McCrain, 2019.; Dragomir, 2020.). U knjizi *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Edward S. Herman i Noam Chomsky (1988.) predstavljaju tzv. „model propagande" koji objašnjava kako institucionalni okviri – poput vlasništva nad medijima, ovisnosti o oglašivačima, odnosa s političkim i ekonomskim elitama te kontrole nad informacijama – strukturiraju način na koji mediji djeluju. Ovi autori tvrde da mediji ne djeluju kao autonomni čuvari javnog interesa, nego kao instrumenti koji, često nesvjesno, podržavaju interese moćnih aktera koji ih financiraju i definiraju granice dozvoljenog diskursa. Iako priznaju da medijski sustav dopušta određenu razinu neslaganja i objavu informacija koje odstupaju od dominantnog narativa, naglašavaju da su takve pojave ograničene i kontrolirane tako da ne naruše osnovne ideološke okvire (Herman i Chomsky, 1988: 297—306). U studiji *American Political Science Review* Gregory J. Martin i Joshua McCrain (2019.) istražuju utjecaj vlasničke strukture na sadržaj lokalnih televizijskih vijesti u SAD-u, s fokusom na akvizicije lokalnih postaja od strane velikog medijskog konglomerata *Sinclair Broadcast Group*. Rezultati studije pokazuju da promjene u vlasništvu medija značajno oblikuju vrstu i ton političkog izvještavanja. U kontekstu rastuće koncentracije medijskog vlasništva, rezultati ove studije upozoravaju na gubitak lokalne medijske raznolikosti i sve veći utjecaj politički motiviranih konglomerata na oblikovanje javne percepcije.

Nakon što su Herman i Chomsky (1988.) kroz svoj propagandni model pokazali kako vlasništvo, oglašivači i političke elite utječu na rad medija, a Martin i McCrain (2019.) empirijski dokazali da promjene u vlasništvu lokalnih medija mogu dovesti do promjene u političkom tonu i smanjenja lokalnog sadržaja, koncept „zarobljavanja medija" (*media capture*) dodatno produbljuje razumijevanje tih procesa (Dragomir, 2020.). Marius Dragomir (2020.) u izvještaju *Reporting Facts: Free From Fear or Favour* opisuje zarobljavanje medija kao situaciju u kojoj mediji gube svoju neovisnost i počinju služiti interesima vladajućih skupina – bilo da je riječ o političarima, poslovnim krugovima ili drugim moćnim akterima. Ovaj autor pokazuje da se to ne događa nužno kroz otvorenu cenzuru, nego putem četiriju glavnih mehanizama:

preuzimanja vlasništva, kontrole nad regulatorima, utjecaja na javne servise i korištenja državnog novca za pritisak na medije (Dragomir, 2020: 12).

Iako su kritike o političkom i vlasničkom utjecaju na medije opravdane, postoje i primjeri u kojima su mediji uspjeli zadržati svoju neovisnost. U tome im pomažu zakonska zaštita, profesionalna pravila struke i podrška građana i civilnog društva. Važno je promatrati obje strane kako bismo bolje razumjeli složenost medijskog svijeta. Možemo navesti primjere koji pokazuju da mediji mogu zadržati neovisnost unatoč političkim i ekonomskim pritiscima. Ova perspektiva nadopunjuje kritičke analize Hermana i Chomskog (1988.), Martina i McCraina (2019.) te Dragomira (2020.), pružajući uravnoteženiji pogled na stanje medija. U izvještaju organizacije UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) koje analizira globalne trendove u medijskoj slobodi i neovisnosti pod nazivom *World Trends in Freedom of Expression and Media Development: Global Report 2021/2022* uz izazove i negativne trendove ističe se i nekoliko pozitivnih primjera (UNESCO, 2022.). Izvještaj ističe brojne globalne inicijative usmjerene na zaštitu slobode i neovisnosti medija te sigurnosti novinara poput „Deklaracije Windhoek+30 o informacijama kao javnom dobru" (*The Windhoek+30 Declaration on Information as a Public Good*). Ova Deklaracija naglašava važnost rada na održivosti medija, transparentnosti i medijskoj pismenosti te nudi okvir za uključivanje svih društvenih aktera. Izvještaj navodi i da su se u posljednjih pet godina pojavile mnoge inicijative u korist slobode izražavanja i razvoja medija, poput Koalicije za slobodu medija iz 2019. godine (*The 2019 Media Freedom Coalition*), Haške obveze o povećanju sigurnosti novinara iz 2020. godine (*The Hague Commitment to Increase the Safety of Journalists*) te „Novog dogovora" za novinarstvo („*New Deal" for journalism*) koji je 2021. godine predložio Forum za informacije i demokraciju (*Forum on Information and Democracy*). Prema ovom izvještaju, dodjela Nobelove nagrade za mir 2021. godine novinarima Mariji Ressi i Dmitriju Muratovu, kao zagovarateljima slobode izražavanja, dodatno potvrđuje rastuću svijest o važnosti zaštite medijskog prostora i informacijskog okruženja. Dodatni primjer u kojem su mediji pokazali važnu društvenu ulogu dolazi iz Brazila, gdje su lokalni mediji – osobito radio postaje – odigrali ključnu ulogu u jačanju političke odgovornosti. Istraživanje koje su proveli Claudio Ferraz i Frederico Finan (2008.) analiziralo je učinke objave rezultata saveznih revizija općinske potrošnje na izborne rezultate lokalnih političara. Brazilska vlada nasumično je odabirala općine za reviziju trošenja sredstava iz saveznog proračuna, a nalazi su javno objavljeni i dostupni lokalnim medijima. Pokazalo se da je objava informacija o korupciji znatno smanjila vjerojatnost reizbora za političare za koje su revizije pokazale visoku razinu nepravilnosti, osobito u općinama u kojima su djelovale lokalne radio postaje. S druge strane,

političari koji nisu bili povezani s korupcijom imali su veću šansu za reizbor, što ukazuje na to da su birači informacije koristili za donošenje informiranih odluka. Ovo istraživanje jasno pokazuje da kada su informacije dostupne i proširene putem medija, osobito lokalnih, birači mogu nagraditi ili kazniti političare, čime mediji izravno doprinose političkoj odgovornosti i transparentnosti.

Primjer iz Brazila snažno ilustrira ulogu medija kao posrednika između vlasti i građana, koji omogućuje protok informacija i potiče političku odgovornost. Upravo zbog takve funkcije, u teoriji se mediji često opisuju kao „četvrta vlast", čuvari demokracije ili tzv. *watchdogs*, ali i kao moćni alati, produžeci ljudskih osjetila ili „zatvori bez zidova", kako ih metaforički opisuje McLuhan (2008.). Danas se mediji smatraju jednom od najutjecajnijih društvenih institucija, često snažnijih i od tradicionalnih institucija poput obrazovanja ili religije (Croteau i Hoynes, 2014: 6).

Iako bi osnovna funkcija medija trebala biti informiranje građana i doprinos razvoju demokratskog društva, u praksi su mediji često podložni političkim i ekonomskim pritiscima. Budući da se većina medijskih organizacija temelji na komercijalnim modelima, sadržaji se često prilagođavaju tržišnim zakonitostima i interesima oglašivača, dok javni interes ostaje u drugom planu. To ne znači da su svi mediji nužno manipulativni, ali pokazuje koliko tržišna logika može oblikovati medijski sadržaj i utjecati na novinarske standarde. Ta napetost između profesionalnih i poslovnih ciljeva ostaje važan predmet akademske rasprave.

U ovom se poglavlju teorijski analizira odnos medijskog izvještavanja i medijske konstrukcije stvarnosti. Brojni sociolozi te teoretičari medija i komunikacije (Street, 2003.; Meyer, 2003.; McLuhan, 2008.; Peruško, 2008.; Bilić, 2012.; Benković i Balabanić, 2010.; Hromadžić, 2014.; Croteau i Hoynes, 2014.; Bilić, 2020.) istraživali su načine na koje se društvena stvarnost oblikuje kroz medijski diskurs i procese proizvodnje vijesti, koji se potom nude publikama. S obzirom na to da su mediji uglavnom u privatnom vlasništvu i zarađuju prodajom oglasnog prostora, sve se više prilagođavaju zahtjevima tržišta (Bilić, 2012.). Umjesto da se fokusiraju na informiranje javnosti, često stvaraju sadržaj koji privlači pozornost i povećava gledanost, što dovodi do sve veće komercijalizacije i tabloidizacije medijskog prostora. Komercijalizacija potiče medije da proizvode sadržaje koji su atraktivni za oglašivače, često na štetu dubinskog i istraživačkog novinarstva. Senzacionalizacija je jedna od strategija kojom se povećava gledanost ili čitanost, ali može dovesti do površnog informiranja javnosti.

Republika Hrvatska ilustrira takav medijski krajolik, oblikovan tranzicijskim procesima koji su doveli do koncentracije vlasništva nad medijima – trenda prisutnog i u

drugim zemljama Jugoistočne Europe, ali i šire. U takvom sustavu, vlasništvo nad medijima često se koncentrira u rukama ograničenog broja privatnih subjekata, što može utjecati na raznolikost sadržaja i neovisnost izvještavanja.

Za dublje razumijevanje medijskih pojava korisno je uzeti u obzir i druge teorijske pristupe koji nude alternativne perspektive. Primjerice, John Fiske (1986.) osporava pretpostavku o pasivnoj publici te naglašava višeznačnost medijskih sadržaja, koji su podložni različitim interpretacijama. Koncept „*agenda-building*" dodatno ukazuje na međusobni utjecaj medija, publike i donositelja odluka, čime se osporava ideja o medijima kao jedinom kreatoru javnog dnevnog reda (Cobb i Elder, 1971.; Lang i Lang, 1991.).

Teorije o tzv. emancipiranoj publici i kruženju medijskih sadržaja, poput koncepta „*agenda-melding*", nadovezuju se na ideju da pojedinci sami odabiru i dijele sadržaje koji odgovaraju njihovim interesima, oblikujući tako vlastite medijske agende (Shaw i dr., 1999.; Vargo i Guo, 2016.). Ovi pristupi potiču razumijevanje publike ne samo kao pasivnih primatelja poruka nego i kao aktivnih sudionika u oblikovanju medijske stvarnosti, osobito u kontekstu digitalnih medija i društvenih mreža.

U nastavku poglavlja definirat ćemo ključne pojmove poput manipulacije, aktera i sudionika, te publike, kao temelj za daljnju analizu.

4.1. Uloga medija u oblikovanju društvene zbilje: teorijski uvidi i implikacije

U analizi društvene i medijske konstrukcije stvarnosti polazimo od teorije Petera L. Bergera i Thomasa Luckmanna (1992.), izložene u knjizi *Socijalna konstrukcija zbilje*. U svojoj teoriji društvene konstrukcije stvarnosti, Berger i Luckmann (1992.) polaze od stajališta da se zbilja definira kao ono što postoji neovisno o volji pojedinca – kao skup pojava koje ne možemo jednostavno zanijekati ili ukloniti pukom željom. Među različitim vrstama zbilje, autori posebnu važnost pridaju svakodnevnom životu, koji označavaju kao „vrhovnu zbilju". Takva pozicija proizlazi iz činjenice da svakodnevica zahtijeva najveći stupanj kognitivne i svjesne uključenosti pojedinca, što je čini najintenzivnijim oblikom doživljene stvarnosti (Berger i Luckmann, 1992: 15—39).

Pojam društvene konstrukcije stvarnosti temelji se na tezi da je društvo istodobno i ljudski proizvod i objektivna zbilja, pri čemu se stvarnost oblikuje kroz društveno djelovanje. Drugim riječima, društvo konstruira zbilju vlastitim praksama, normama i interakcijama (Berger i Luckmann, 1992: 82).

Medijska konstrukcija stvarnosti posljedica je medijskih utjecaja u procesima konstrukcije stvarnosti, budući da se mediji percipiraju kao važni izvori informiranja javnosti i formiranja javnog mišljenja (Leburić i Quien, 2014). Medijsko izvještavanje može biti manipulativno, što onda utječe na percepciju stvarnosti, kojoj doprinose i mediji. Medijska konstrukcija se događa sama po sebi kao posljedica ovog procesa.

U društvu djeluju razni akteri koji promiču kolektivne ili vlastite interese te ih je moguće identificirati promatranjem njihove povezanosti s različitim sferama društva (Meyer, 2013: 96). Meyer (2013: 97) među kolektivne aktere ubraja medijske sisteme u cjelini, a pojedine njegove dijelove smatra političkim akterima koji, izravnim ili neizravnim promicanjem vlastitih ili kolektivnih interesa, selektivno naglašavaju ili ignoriraju određene aktualne probleme i pozicije. U procesu medijske konstrukcije zbilje ili stvarnosti, mediji su blagonakloniji ili daju veće komunikacijske mogućnosti određenim akterima i time utječu na načine rješavanja određenih problema i situacija u društvu (Meyer, 2013: 122).

Paško Bilić (2020: 33) smatra da se društvena i medijska konstrukcija zbilje temelje na „složenom komunikacijskom procesu koji višestruko ovisi o društvenim odnosima“, pri čemu naglašava da je vijest društvena konstrukcija, proizvod društvenih odnosa i medijske proizvodnje u procesu prikupljanja informacija od strane novinara, potom uredničkih selekcija u odabiru sadržaja za objavu te medijskih praksi u tom složenom procesu rada medijskih organizacija. Konkretnije rečeno, mediji tipiziraju događaje i uspostavljaju kontekst te oblikuju društvenu zbilju, pri čemu Bilić (2020: 34) tvrdi da vijesti na ovaj način ne iskrivljuju zbilju, nego oblikuju našu svakodnevicu s obzirom na to da medijski djelatnici proizvode vijesti unutar zadanih društvenih okvira.

U složenom procesu proizvodnje medijskog sadržaja, u kojem se za javno prezentiranje pripremaju i oblikuju neki događaj, osoba ili pojava, subjektivnost/objektivnost medijskih djelatnika ima ključnu ulogu (Bilić, 2020: 33). Pritom, medijski sadržaj je „tvorevina“ koja održava društveni kontekst i uvjete rada u kojima novinari imaju monopol na definiranje stvarnosti i selekciju u prezentiranju stvarnosti (Bilić, 2020: 34).

4.1.1. Ključni akteri u oblikovanju medijske stvarnosti

Proces medijske konstrukcije stvarnosti oblikuje se pod utjecajem niza unutarnjih i vanjskih aktera čije interese, pozicije i moć valja analizirati u konkretnom političko-ekonomskom kontekstu. Mediji ne djeluju u vakuumu, nego su sastavni dio društvene strukture u kojoj različiti subjekti – od novinara i urednika do oglašivača i političkih elita –

nastoje usmjeriti tokove informacija, oblikovati javni diskurs i time sudjelovati u konstrukciji društvene zbilje.

S obzirom na to da su mediji uglavnom organizirani kao tržišni subjekti, njihovo djelovanje određeno je ekonomskim zakonitostima, ponajprije potrebom za financijskom održivošću. U tom smislu, oglašivači predstavljaju jedan od najutjecajnijih vanjskih aktera. Kako ističe Bilić (2020: 35), medijske organizacije se u nastojanju da privuku financijska sredstva oglašivača usmjeravaju prema publikama koje su najisplativije, proizvodeći sadržaj koji je atraktivan oglašivačima, a time često i kompromitirajući profesionalne standarde izvještavanja.

Urednici imaju centralnu ulogu u selekciji i uređivanju sadržaja, ali su često pod pritiskom interesa vlasnika medija, političkih aktera ili tržišnih zahtjeva. Stjepan Malović (2004: 38) upozorava da je novinarima nerijetko onemogućeno izvještavanje u skladu s profesionalnim načelima istinitosti, točnosti i nepristranosti upravo zbog utjecaja uredničke politike, koju oblikuju različiti centri moći.

Političke strukture i interesne skupine nastoje oblikovati medijski sadržaj kroz razne oblike formalnog i neformalnog utjecaja – od kontrole vlasništva nad medijima, preko plasiranja narativa kroz PR i *spin doktoring*, do izravnih političkih pritisaka. Kako navodi Meyer (2013: 97), mediji mogu djelovati kao politički akteri koji, selektivnim prikazivanjem određenih tema, aktivno sudjeluju u definiranju društvenih prioriteta.

Medijski vlasnici i menadžment predstavljaju još jednu ključnu skupinu aktera, čije odluke oblikuju strategiju i uređivačku politiku medija. U kontekstu koncentracije vlasništva i komercijalizacije medija, često dolazi do smanjenja prostora za kritičko i neovisno novinarstvo, čime se dodatno utječe na konstrukciju stvarnosti kroz medijski sadržaj (McChesney, 2004.).

U suvremenim medijskim okolnostima, sve značajniju ulogu u konstrukciji stvarnosti ima i publika. Publika više nije samo pasivni konzument, nego aktivni sudionik u produkciji i distribuciji sadržaja, osobito kroz društvene mreže i komentare. Teorije participativnih medija i građanskog novinarstva naglašavaju kako publika može doprinijeti oblikovanju agende, utjecati na vidljivost pojedinih tema i izazvati reakcije profesionalnih medija (Carpentier, 2011.).

Na taj način, konstrukcija medijske stvarnosti postaje rezultat složenih interakcija između profesionalnih normi, tržišnih logika, političkih interesa, tehnoloških promjena i aktivne publike. Razumijevanje uloge pojedinih aktera u ovom procesu ključno je za kritičku analizu medijskog sadržaja i njegove društvene funkcije.

4.1.2. Proces oblikovanja medijske zbilje: selekcija, inscenacija i reprezentacija

Prije nego što neki događaj postane medijski sadržaj koji publika konzumira, prolazi kroz nekoliko koraka društvene konstrukcije stvarnosti. Prvi uvjet da bi nešto privuklo medijsku pozornost jest da se može prikazati kao događaj. Ako nešto nije dovoljno „događajno" ili se ne može povezati s nečim što se smatra događajem, mala je vjerojatnost da će postati dio medijske slike stvarnosti (Meyer, 2003: 24). Najveće šanse da uđe u medije imaju događaji u kojima sudjeluju poznate osobe ili one koje su gledateljima bliske i zanimljive. Na temelju toga odvija se selekcija vijesti, koja često nije vođena stvarnim značajem događaja, nego logikom medijskog sustava i njegovih profesionalnih pravila. Mediji pritom ne nastupaju kao neutralni promatrači – njihov je cilj privući pozornost publike prema vlastitim profesionalnim standardima i interesima. Zbog toga događaji prolaze kroz uredničke filtre, gdje se uređuju i predstavljaju na način koji treba osigurati maksimalnu pozornost ciljane publike (Meyer, 2003: 25). Ovaj se proces naziva medijskom inscenacijom, a odnosi se na način na koji se događaji oblikuju i predstavljaju javnosti pomoću pažljivo odabranih znakova i poruka kako bi ih publika uočila i zapamtila (Meyer, 2003: 25).

Jean Baudrillard (1983.) drugačije tumači proces medijske inscenacije. U svom djelu *Simulacije* (*Simulations*) tvrdi da suvremeni čovjek više ne živi u stvarnosti, nego u „univerzumu simulakruma", gdje slike i znakovi ne predstavljaju stvarno, već stvaraju novu stvarnost – hiperrealnost. Umjesto da mediji odražavaju ili oponašaju stvarni svijet, oni ga zamjenjuju vlastitim sustavom znakova koji se ne odnosi ni na kakvu izvanjsku stvarnost.

Baudrillard (1983.) analizira suvremeno društvo kroz prizmu simulacije i hiperstvarnosti, tvrdeći da se u postojećem sustavu stvarnost sve više zamjenjuje svojim reprezentacijama. Stvarnost se, kako navodi, „proizvodi" pomoću modela, matrica i memorijskih banaka, čime postaje neovisna o svakom vanjskom referentu – bilo da je riječ o idealima ili o materijalnoj stvarnosti. U tom kontekstu, informacija više ne jamči nužno razumijevanje, jer se umnožava izvan granica smisla. Baudrillard stoga zaključuje: „Živimo u svijetu u kojem je sve više informacija, a sve manje značenja" (1983: 12).

Ova analiza otvara pitanje mogu li mediji uopće pružiti vjerodostojnu sliku stvarnosti ako je sama stvarnost postala „simulacija simulacije". Prema Baudrillardu (1983.), masovni mediji ne prikazuju događaje onako kako se oni stvarno odvijaju, nego stvaraju paralelnu stvarnost sastavljenu od slika i znakova. Umjesto da događaji prate logičan slijed uzroka i posljedice, mediji ih predstavljaju istodobno i bez reda – u formi neprekidne struje sadržaja. U tom smislu, kako piše Jurčić (2017: 134), „mediji su proizveli simultanost, simultanost je otac

spektakla, a spektakl kraj suosjećajnosti i misaonosti". Takav medijski spektakl više ne informira o stvarnosti, nego je zamjenjuje – slike i poruke koje primamo više nisu povezane s realnim događajima, nego s drugim slikama i značenjima.

Baudrillard (1983.) posebno ističe ovaj proces na primjeru rata u Iraku, koji, prema njegovoj interpretaciji, nije prikazan kao stvarni rat, nego kao medijski događaj – simulacija rata koju su oblikovali mediji. Slično razmišlja i Douglas Kellner (2003: 1), koji tvrdi da se rat protiv Iraka može razumjeti kao „tekst" koji su zajedno konstruirali Busheva administracija, Pentagon i američki mediji izravno tvrdeći: „U ovom radu iznosim kritiku načina na koji su američke televizijske mreže prikazivale rat, što tumačim kao kanal za propagandu administracije predsjednika Busha i Pentagona"[14].

Prema Streetu (2003: 29 – 30), korištenjem jezika krize i snažnih vizualnih poruka, stvorena je priča kojom se nastojala pridobiti i opravdati podrška javnosti za vojnu intervenciju u Iraku. Ovakva razmišljanja povezana su s teorijom društvene konstrukcije stvarnosti, prema kojoj nijedan prikaz stvarnosti ne može biti potpuno točan ni objektivan. U postmodernističkom pogledu, pojam „stvarnog svijeta" sve je manje stabilan i postaje relativan. Mediji više ne odražavaju stvarnost, nego je konstruiraju – oblikujući je kroz slike, izbore i tumačenja. Na taj način dobivamo „stvarnost" koja je stvorena u medijima, a ne u stvarnom svijetu.

U procesu proizvodnje vijesti, medijski djelatnici (novinari, urednici, reporteri) odlučuju što je vrijedno objave (što je *newsworthy*), koji su akteri važni te koja će se stajališta istaknuti, a koja zanemariti. Sama činjenica da o medijskom sadržaju odlučuje ljudski čimbenik otvara pitanje objektivnosti. Objektivnost – shvaćena kao nepristranost, neosobnost i neutralan odnos prema temi (Klaić, 2012: 740) – smatra se poželjnim ciljem i profesionalnim idealom. Međutim, u praksi je ta objektivnost često narušena, pri čemu oni koji imaju moć dobivaju nesrazmjerno veliku vidljivost u medijima, dok se oni udaljeni od centara moći često ignoriraju (Croteau i Hoynes, 2014: 132—133).

Kellner (2003.) u knjizi *Media Spectacle* konkretnim primjerima – poput suđenja O. J.-u Simpsonu kao medijskog spektakla – predlaže novi pristup medijskoj konstrukciji stvarnosti. Tvrdi da istina u suvremenim medijima nije fiksna kategorija, nego se oblikuje kao narativ unutar različitih žanrova i medijskih formi. Time se osporava tradicionalni dualizam između istine i laži (Kellner, 2003: 2–3). Sličan pogled donosi i John Street (2003: 32), koji analitičarima medijskih sadržaja predlaže da ih promatraju kao imaginativne rekonstrukcije – djela

[14] Autoričin prijevod.

osmišljena tako da kod gledatelja ili čitatelja izazovu emocije i reakcije, a ne kao „točne“ dokumente stvarnih događaja.

4.2. Vlasništvo nad medijima kao čimbenik konstrukcije stvarnosti[15]

Kako ističe Zrinjka Peruško (2003: 47), „… mediji su danas u prvom redu biznis, koji kao i svaki drugi gospodarski subjekt, ima jedan dominantan cilj: dobit”.

Ova tvrdnja upućuje na duboku povezanost između vlasničkih struktura, tržišnih imperativa i uređivačkih praksi koje oblikuju medijski sadržaj. U ovom potpoglavlju razmatra se način na koji su vlasništvo nad medijima i urednički nadzor povezani s procesima konstrukcije stvarnosti**,** odnosno s uređivanjem i oblikovanjem medijskog sadržaja.

S obzirom na to da mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju javne sfere, pitanje vlasništva medija i njegove povezanosti s medijskom konstrukcijom stvarnosti predstavlja ključnu pretpostavku za daljnji razvoj medijskih politika u liberalnoj demokraciji. Razvoj medija u Hrvatskoj treba promatrati u političko-povijesnom kontekstu i uvjetima diskursa regije Jugoistočne Europe, koju obilježava tranzicija. Prema Baueru (2007), Hrvatska se u području medija suočava s problemima sličnima onima u drugim zemljama regije koje su, nakon raspada komunističkih režima u Istočnoj i Jugoistočnoj Europi, bile suočene s novim izazovima. U tranziciji prema kapitalističkom liberalno-demokratskom društvu, mediji imaju ključnu ulogu u procesu društvene transformacije. Ta uloga uključuje zadatak „pronalaženja nacionalnog identiteta pod novim makro-društvenim uvjetima (…) i izgradnje strukturnih preduvjeta za jedan pluralni medijski krajolik” (Bauer, 2007: 16). U tom kontekstu, rasprava o vlasništvu nad medijima i njegovim implikacijama na oblikovanje sadržaja dobiva dodatnu težinu. Peruško (2003: 41) analizira konkretne dimenzije vlasničke strukture medija te ističe kako se pojam koncentracije vlasništva odnosi na nadzor nad procesima proizvodnje, zapošljavanja, distribucije i pristupa publici. Također razlikuje horizontalnu i vertikalnu integraciju**,** kao i pojavu monopola (Peruško, 2003: 41–42), čime dodatno objašnjava načine na koje vlasnički odnosi mogu utjecati na pluralizam i strukturu medijskog sustava.

Kako bi se jasnije prikazale ključne razlike među oblicima vlasničke koncentracije u medijima, u nastavku se donosi Tablica 1 koja prikazuje osnovne vrste koncentracije vlasništva nad medijima, temeljeno na analizi Peruško (2003.). Ova klasifikacija obuhvaća horizontalnu i

[15] Dio sadržaja ovog poglavlja prethodno je objavljen u obliku preglednog rada (Baltin Stojkanović, 2022.).

vertikalnu integraciju te monopolske situacije, a svaka od njih nosi specifične posljedice za pluralizam i uređivačku autonomiju unutar medijskog sustava.

Tablica 1. *Vrste koncentracije vlasništva nad medijima*

Vrsta koncentracije	Opis
horizontalna	Kontrola nad medijima iste vrste koji međusobno konkuriraju na istom tržištu (npr. dva gradska lista).
vertikalna ili integracija	Vlasnička koncentracija koja uključuje kontrolu nad različitim fazama proizvodnje i distribucije medijskog sadržaja ili istog medija na različitim prostornim razinama (lokalnoj, nacionalnoj, međunarodnoj).
monopoli	Situacija u kojoj na tržištu djeluje samo jedna medijska tvrtka, što značajno ograničava pristup informacijama i raznolikost mišljenja, osobito u političkoj sferi.

Izvor: autorica, prema Peruško (2003.).

Vlasništvo nad medijima predmet je analize brojnih autora**,** koji ga razmatraju u kontekstu regulacije, tržišta i utjecaja na medijske sadržaje (Vujević, 1998.; Peruško, 2003.; Malović, 2004.; Zdravković, 2007.; Bauer, 2007; Bilić, 2012.). Na početku 21. stoljeća, prema Peruško (2003: 45–47), svjetskim medijskim tržištem dominiralo je šest velikih medijskih konglomerata – AOL Time Warner, Viacom Inc., Vivendi Universal, The Walt Disney Company, Bertelsmann i News Corporation. Ove kompanije obuhvaćale su gotovo sve oblike medija, uključujući tisak, televiziju, radio, film, glazbu i nove medije, te su činile okosnicu globalne medijske aktivnosti. U to je vrijeme i na prostoru Srednje i Istočne Europe bio prisutan val širenja transnacionalnih kompanija, osobito iz zapadne Europe i SAD-a, koje su ulazile na regionalna tržišta tiska, televizije i radija (Peruško, 2003: 47–48). Dva desetljeća kasnije, globalna medijska slika znatno se promijenila, ali proces koncentracije i komercijalizacije medijskog prostora ostaje dominantna tendencija. Prema podacima iz 2024. godine, među

najutjecajnijim medijskim akterima više se ne nalaze isključivo tradicionalni medijski konglomerati, nego i tehnološki divovi te *streaming* platforme koje su proširile svoj doseg na čitavu sferu medijskog sadržaja. Prema dostupnim izvorima (The Motley Fool, 2024.), među najvećim globalnim ulagačima u produkciju sadržaja danas se ubrajaju Disney, Comcast, Warner Bros, Discovery, Netflix, Paramount Global i Google (Alphabet), koji zajedno ostvaruju više od polovine ukupnih svjetskih investicija u medijski sadržaj.

Ova promjena pokazuje da se proces koncentracije medijskog vlasništva nastavlja, ali i da se mijenja oblik medijskih divova – s tradicionalnih konglomerata na digitalne kompanije koje istodobno stvaraju, distribuiraju i nude sadržaj putem vlastitih platformi. Takav razvoj dodatno otvara pitanja o medijskom pluralizmu, neovisnosti uredništva i dostupnosti različitih izvora informacija, osobito na tržištima u tranziciji, poput onih u Srednjoj i Istočnoj Europi.

4.2.1. Vlasništvo nad medijima u Hrvatskoj: pravni okvir, praksa i izazovi

Kontekst vlasništva nad medijima predstavlja važan čimbenik u oblikovanju uredničkih politika i strategija izvještavanja, osobito u kriznim situacijama kao što je pandemija bolesti COVID-19. Vlasnička struktura utječe ne samo na ekonomsku održivost medija nego i na njihov stupanj neovisnosti, uređivačku autonomiju te na izbor tema, izvora i interpretativnih okvira koje mediji koriste pri konstruiranju stvarnosti. Upravo zbog toga, u okviru ove disertacije koja analizira promjene u medijskim narativima u hrvatskim elektroničkim publikacijama tijekom pandemije, nužno je kontekstualizirati pravni i stvarni okvir vlasništva nad medijima u Republici Hrvatskoj.

U nastavku se analizira zakonodavni okvir koji uređuje vlasništvo nad medijima, prikazuju se ključni vlasnički odnosi u sektoru tiska, televizije i elektroničkih publikacija, te se iznose glavni izazovi povezani s transparentnošću vlasništva, koncentracijom medijskog tržišta i distribucijom javnih sredstava. Ova analiza omogućuje dublje razumijevanje strukturnih uvjeta unutar kojih djeluju mediji koji su bili predmet istraživanja u ovom radu.

Vlasništvo nad medijima u Republici Hrvatskoj regulirano je Zakonom o medijima (Narodne novine, br. 59/04, 84/11, 81/13, 114/22) i Zakonom o elektroničkim medijima (Narodne novine, br. 111/2021). Prema Zakonu o elektroničkim medijima, elektronički mediji obuhvaćaju audiovizualne programe, radijske programe i elektroničke publikacije, a dužni su omogućiti jednostavan, izravan i stalan pristup informacijama, uključujući podatke o vlasničkoj strukturi, koju su obvezni objaviti na svojim mrežnim stranicama (članak 13).

Malović (2004: 38) upozorava da su podaci o stvarnim vlasnicima medija u Hrvatskoj često prikriveni „brojnim fiktivnim i stvarnim kupoprodajama". Kao dvije specifičnosti hrvatskog medijskog prostora ističe činjenicu da je najveći vlasnik medija država – u svrhu kontrole – te Katolička crkva, koja razvija vlastite medije kako bi pronašla put do javnosti, nezadovoljna tretmanom u masovnim medijima (Malović, 2004: 38).

Bilić (2012: 831) navodi da su dnevne novine s najvećim dosegom u hrvatskoj javnosti bile u vlasništvu dviju stranih medijskih grupacija: austrijska kompanija Styria Media International AG posjedovala je 24sata i Večernji list, dok je njemačka grupacija WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung Gruppe) bila vlasnik Jutarnjeg lista i Slobodne Dalmacije. Styria Media Group AG (Austrija) i u 2025. godini ostaje vlasnik dnevnih novina Večernji list i 24sata, kao i Poslovnog dnevnika. Hanza Media d.o.o. danas je nakladnik Jutarnjeg lista i Slobodne Dalmacije, a predstavlja pravnog nasljednika nekadašnjeg Europapress Holdinga (EPH), koji je bio djelomično u vlasništvu grupacije WAZ.

Televizijska kuća Nova TV od 2018. godine nalazi se u vlasništvu United Group, koja ju je preuzela od Central European Media Enterprises (CME). RTL Hrvatska je od 2022. godine također u vlasništvu *CME*, nakon što je ta grupacija preuzela televiziju od *RTL Group*.
U kontekstu elektroničkih publikacija, Index.hr je i dalje u privatnom vlasništvu tvrtke Index promocija d.o.o., dok je Net.hr u vlasništvu RTL Hrvatska d.o.o. za usluge, članice CME grupacije. Elektronička publikacija Narod.hr nalazi se u vlasništvu Udruge „U ime obitelji" (U ime obitelji, n. d.)[16].

Prema Izvještaju Kuće ljudskih prava o stanju ljudskih prava u Hrvatskoj u 2020. godini, „ni u 2020. godini nisu napravljeni koraci za povećanje transparentnosti vlasništva nad medijima pa je utvrđivanje stvarnih vlasnika i dalje problematično, odnosno transparentnost vlasništva nad medijima je u srednje visokom riziku" (Kuća ljudskih prava, 2021.).

Jedini javni servisi u Hrvatskoj su Hrvatska radiotelevizija (HRT) i Hrvatska izvještajna novinska agencija (HINA). Kao javni mediji, financirani su dijelom iz državnog proračuna (i putem pretplate), te imaju zadaću služiti javnom interesu, a ne ostvarivanju profita. Njihova uloga uključuje pružanje objektivnih, neovisnih i točnih informacija građanima, neovisno o političkim i ekonomskim pritiscima.

[16] Udruga „U ime obitelji" nastala je na aktivnostima građanske inicijative „U ime obitelji" koja je organizirala izjašnjavanje građana za pokretanje referenduma o ustavnoj zaštiti braka. Prema informacijama sa službene stranice, Udruga okuplja pojedince, obitelji, građanske i vjerske udruge, zajednice i pokrete – sve one koji promiču opće ljudske vrijednost – brak i obitelj.
Vidi: U ime obitelji. (n. d.). *O nama*. U ime obitelji. Preuzeto 17. srpnja 2024., s https://uimeobitelji.net/o-nama/

Uspoređujući stanje iz 2003. godine, kada je Zrinjka Peruško istaknula dominaciju šest velikih medijskih konglomerata i početak širenja transnacionalnih medijskih kompanija u Srednjoj i Istočnoj Europi, s aktualnim podacima iz 2023. i 2024. godine, vidljivo je da su se izazovi u transparentnosti vlasništva nad medijima u Hrvatskoj promijenili, ali i dalje postoje značajni problemi. Prema izvještaju *Euromedia Ownership Monitora* koje su za Hrvatsku izradili Gordana Vilović, Kristian Došen, Željana Ivanuš, Dunja Majstorović i Marina Mučalo (2023.), iako su podaci o vlasništvu medija formalno dostupni, u praksi i dalje postoje nedostaci u transparentnosti, osobito kada je riječ o krajnjim vlasnicima. Analiza je pokazala da su baze podataka o vlasništvu koje vode Agencija za elektroničke medije i Hrvatska gospodarska komora nepotpune, što otežava utvrđivanje stvarnih vlasnika medija. Dodatno, Europska je komisija u svom izvještaju o vladavini prava za 2023. godinu izrazila zabrinutost zbog netransparentne raspodjele državnog oglašavanja, što može utjecati na neovisnost medija i uredničke odluke (Safe Journalists, 2024.). Ovi podaci ukazuju na potrebu za jačanjem mehanizama transparentnosti vlasništva nad medijima i pravedne raspodjele državnih sredstava kako bi se osigurao medijski pluralizam i neovisnost u Hrvatskoj.

4.2.2. Medijska konvergencija i konglomeracija u procesu medijske konstrukcije stvarnosti

Kvaliteta medijskih sadržaja sve se češće oblikuje u skladu s komercijalnim prioritetima vlasnika medija (Croteau i Hoynes, 2014.; McChesney, 2004.), pri čemu ostvarivanje prihoda ima važnu ulogu u uređivačkim politikama. U takvom kontekstu, novinari sve više sudjeluju u proizvodnji sadržaja na različitim platformama unutar iste medijske kuće (Deuze, 2007.). Ovakve promjene u strukturi vlasništva i organizaciji rada u medijima povezane su sa širim društveno-ekonomskim procesom komodifikacije, koji podrazumijeva postupno pretvaranje različitih aspekata društvenog života u robu namijenjenu tržištu (Peračković, 2008: 986). Komodifikacija, kao sastavnica procesa marketizacije društva, uključuje širenje pojma robe s materijalnih proizvoda i usluga na nematerijalne resurse poput međuljudskih odnosa, simboličkih značenja, osobnosti i iskustava. Uloga robe pritom više nije isključivo vezana za ekonomsku vrijednost materijalnog predmeta, nego obuhvaća i društvena značenja koja se mogu ponuditi na tržištu u obliku prodaje emocija, identiteta ili doživljaja (Peračković, 2008: 986 – 987).

U tom kontekstu, medijski sadržaji se sve više oblikuju kako bi zadovoljili zahtjeve tržišta, što dovodi do transformacije društva u tržište, građana u potrošače, javnog u privatno,

te informativno-obrazovnog u komercijalno. Temeljni cilj postaje privlačenje publike koja će biti atraktivna oglašivačima, čime se posredno osigurava prihod od oglašavanja.

U okviru suvremenih procesa digitalne transformacije medija, osobito se ističu dva ključna pojma: „konvergencija“ i „remedijacija“.

„Konvergencija“ podrazumijeva digitalno uvjetovan proces integracije nekoć jasno razgraničenih medijskih oblika i platformi, čime se omogućuje njihovo povezivanje unutar jedinstvenog komunikacijskog okruženja (HRT, 2023.).

Ovaj proces podrazumijeva tehničko i institucionalno preklapanje telekomunikacijske, računalne i medijske industrije, što dovodi do stvaranja novih, višemedijskih platformi i integriranih sustava komunikacije.

Remedijacija, kako je definiraju Bolter i Grusin (1999.), odnosi se na način na koji novi mediji preuzimaju, preoblikuju i reinterpretiraju forme starijih medija.

U skladu s tim, u tekstu Hrvatske radiotelevizije (2023.) ističe se da je digitalna tehnologija omogućila ukidanje tradicionalnih granica između medijskih formi kao što su tisak, radio, televizija, film, fotografija i glazba. Dok su se tijekom većeg dijela 20. stoljeća te forme prenosile putem različitih i međusobno nepovezanih kanala, digitalna infrastruktura omogućila je njihovo objedinjavanje, što je ubrzalo integraciju čitavog komunikacijskog sektora. Posljedica toga su nove multimedijske platforme i tržišta, kao i transformacija klasičnih medijskih kuća u kompleksne digitalne sustave (HRT, 2023.).

Digitalizacija sadržaja omogućila je njegovo odvajanje od klasičnih kanala distribucije, što je otvorilo put novim oblicima pristupa i monetizacije. Primjeri poput *Applea* – koji je iz tehnološke sfere ušao u vodeću poziciju na tržištu glazbe – ili *Googlea*, koji je postao glavni posrednik u pristupu informacijama i sadržajima, svjedoče o tom preoblikovanju.

Uz fenomen konvergencije, teorija remedijacije nudi uvid u odnos novih i starih medija. Polazeći od McLuhanove (1966: 23) poznate tvrdnje da je „sadržaj svakog medija drugi medij“, remedijacija podrazumijeva način na koji novi mediji uključuju, mijenjaju ili reinterpretiraju prethodne medijske forme. Prema Katarini Peović Vuković (2013.), remedijacija nije nužno linearan proces tehnološkog poboljšanja (kao što je to, primjerice, tvrdio Paul Levinson 1997. godine), nego specifičan kulturni odnos u kojem novi mediji reinterpretiraju stare bez njihove potpune zamjene.

U tom kontekstu, činjenica da su digitalne platforme i tradicionalni mediji sve češće u vlasništvu nekoliko velikih korporacija dodatno oblikuje današnje medijske promjene. Promjene u načinu stvaranja, širenja i primanja medijskih sadržaja usko su povezane s gospodarskim, tehnološkim i kulturnim utjecajima.

Prema Croteauu i Hoynesu (2014: 33), na oblikovanje medijskih sadržaja ne utječe samo tržišna logika, nego i proces „konglomeracije“, odnosno objedinjavanja različitih medijskih i komunikacijskih djelatnosti pod okriljem istog vlasnika. Vlasnici medijskih korporacija oblikuju sadržaj i formu medijskih proizvoda kroz odluke o zapošljavanju ili otpuštanju zaposlenika, financiranju određenih projekata, odobravanju prostora za pojedine govornike ili potpori određenim tehnologijama.

Takve prakse sve više dovode do proizvodnje sadržaja čiji je primarni cilj privući potrošače, često nauštrb informativne i javne funkcije medija. Posljedica toga je sve češća prisutnost tabloidizacije, senzacionalizma i tzv. holivudizacije vijesti, pri čemu se informativni sadržaji oblikuju tako da budu privlačni, emocionalno angažirani i višestruko upotrebljivi unutar različitih medijskih platformi istog koncerna (Franklin, 1997.; McChesney, 2004.; Croteau i Hoynes, 2014.).

Procesi koncentracije medijskog vlasništva i političkog utjecaja preko medija i dalje su prisutni i aktualni u suvremenom digitalnom okruženju, na globalnom i lokalnom nivou. Jedan od aktualnih primjera koji pokazuje kako vlasništvo nad digitalnim platformama može utjecati na javnu komunikaciju jest slučaj Elona Muska i društvene mreže *X* (bivšeg *Twittera*). Nakon preuzimanja platforme, uvedene su brojne promjene u upravljanju sadržajem, uključujući upotrebu algoritama i alata umjetne inteligencije, kao i financiranje određenih političkih inicijativa. Ovaj primjer ilustrira kako digitalni mediji, osobito oni s velikim dosegom, mogu postati važan alat u oblikovanju javnog mišljenja i političkog okruženja (Ingram, 2024.).

U slučaju medijskog konglomerata News Corp Ruperta Murdocha, vlasnička struktura i nasljedničke promjene rezultirale su internim neslaganjima oko strateškog usmjerenja kompanije. Pokušaji konsolidacije upravljačke kontrole izazvali su pravne i organizacijske prepreke, čime je otvoreno pitanje budućeg usmjerenja i uređivačke politike unutar jednog od najutjecajnijih globalnih medijskih sustava. Ovaj primjer pokazuje kako unutar privatnih medijskih korporacija može doći do složenih prijepora oko uređivačkih i poslovnih prioriteta, s potencijalnim društvenim posljedicama (Davis, 2024.).

Na razini lokalnih medija, u Sjedinjenim Američkim Državama dolazi do sve veće konsolidacije, pri čemu tri najveće kompanije danas kontroliraju 40% lokalnih televizijskih postaja i prisutne su u više od 80% tržišta (Gilbert, 2024.). Takva koncentracija medijskog vlasništva smanjuje raznolikost sadržaja, osobito u lokalnim zajednicama, i povećava mogućnost centraliziranog utjecaja na informacijski ekosustav. U radu pod naslovom Media Consolidation autora Gregoryja J. Martina, Nicole Mastrorocco, Joshue McCraina i Arianne

Ornaghi iz 2024. godine, istražuju se učinci vlasništva triju najvećih televizijskih konglomerata na oglašavanje, sadržaj i gledanost lokalnih vijesti. Istraživanje provedeno na više od 600 televizijskih postaja u Sjedinjenim Američkim Državama pokazuje da učinak vlasničkih promjena na lokalne vijesti ovisi o tome tko je novi vlasnik (Martin i dr., 2024: 3). Kada postaje preuzme Sinclair, dolazi do smanjenja udjela lokalnih vijesti – manje se spominju lokalna mjesta i političari na gradskoj, državnoj i nacionalnoj razini. To smanjenje iznosi otprilike 10 % u odnosu na stanje prije preuzimanja.

S druge strane, kada postaje preuzme Nexstar, lokalne teme postaju češće zastupljene – raste broj spominjanja lokalnih zajednica i političara. U slučaju Gray Television, nije uočen značajan pomak u sadržaju nakon preuzimanja.

Rezultati pokazuju da promjene u vlasništvu ne djeluju isto u svim slučajevima, nego ovisno o konkretnoj kompaniji mogu imati različite posljedice na lokalno informativno izvještavanje.

Sličan trend prisutan je i u Kanadi, gdje je Bell Media u 2024. godini provela restrukturiranje koje je uključivalo otpuštanje približno 4800 zaposlenika, što čini oko 9% ukupne radne snage, te prodaju 45 od svojih 103 radijskih postaja (Hudes, 2024.). Ovakve mjere, iako opravdavane ekonomskim razlozima, dodatno su koncentrirale vlasništvo i smanjile pristup lokalnim, raznolikim i pluralnim sadržajima.

U Europskoj uniji i Hrvatskoj također postoje primjeri koncentracije medijskog vlasništva i konglomeracije, slični onima u Sjedinjenim Američkim Državama i Kanadi. Ovi primjeri potvrđuju da su procesi medijske koncentracije i konglomeracije i dalje snažno prisutni, kako na globalnoj, tako i na lokalnoj razini, te da mogu imati značajne posljedice – ne samo za tržište nego i za demokratske procese, medijski pluralizam i zaštitu javnog interesa.

U Europskoj uniji grupacija RTL Group, jedan od najvećih europskih medijskih konglomerata, posjeduje 56 televizijskih kanala i 36 radijskih postaja u Njemačkoj, Francuskoj i drugim europskim zemljama. Također nudi nacionalne *streaming* platforme, produkciju sadržaja i niz digitalnih usluga. Potom, Axel Springer AG je jedan od najvećih izdavača novina u Europi, s preko 150 novina i časopisa u više od 30 zemalja. Posjeduje njemački tabloid Bild i važan dnevni list *Die Welt*. Također je aktivan u Mađarskoj i Poljskoj, gdje posjeduje značajne medijske udjele. Jedan od poznatijih primjera koncentracije medijskog vlasništva u Europi jest slučaj talijanskog poduzetnika i političara Silvija Berlusconija, koji je do svoje smrti 2023. godine bio vlasnik najvećih privatnih televizijskih kanala u Italiji. U Francuskoj se kao značajan akter ističe Vincent Bolloré, čija medijska grupacija Canal+ obuhvaća tri nacionalna TV kanala (C8, CNews i CStar), dok njegova izdavačka kuća Prisma Média upravlja brojnim

magazinima – od popularnih zabavnih izdanja do stručnih i dječjih časopisa. Osim toga, Bolloré je vlasnik videoplatforme Dailymotion, izdavačke kuće Hachette i radijske postaje Europe 1. Slične primjere nalazimo i u drugim europskim državama. U Ujedinjenom Kraljevstvu, Jonathan Harmsworth, poznat i kao četvrti vikont Rothermere, ima kontrolu nad približno 40 % nacionalnog tiska. U Njemačkoj, Bertelsmann grupa djeluje kao veliki medijski konglomerat koji pokriva izdavaštvo, televiziju, radio i filmsku produkciju. U Mađarskoj je pak svih 18 regionalnih novinskih izdanja koncentrirano u rukama nekoliko poduzetnika – Andreja Vajne, Heinricha Pecine i Lőrinca Mészárosa (Rost, 2024.).

U Hrvatskoj je značajan dio medijskog tržišta pod stranim vlasništvom. Već je ranije u radu istaknuto da austrijska Styria Media Group posjeduje dva od tri najprodavanija dnevna lista, kao i da su gotovo sve televizije, osim Hrvatske radiotelevizije (HRT), u stranom vlasništvu. Marijana Grbeša i Marija Volarević (2021.) u članku *Media in Croatia: From Freedom Fighters to Tabloid Avengers* analiziraju transformaciju hrvatskog medijskog krajolika, uključujući i promjene u vlasničkoj strukturi medija. U radu se naglašava da su procesi komercijalizacije i digitalizacije doveli do dubokih promjena u strukturi vlasništva, pri čemu su liberalizacija tržišta i ulazak stranih investitora dodatno potaknuli koncentraciju medijskog vlasništva. Takve promjene imaju važne posljedice za medijski pluralizam i kvalitetu novinarstva u zemlji.

Koncentracija medijskog vlasništva u Europi predstavlja ozbiljan izazov za medijski pluralizam i demokraciju. Iako zakoni tržišnog natjecanja mogu donekle ograničiti moć velikih vlasnika, oni nisu dovoljni da spriječe političke i uredničke pristranosti, osobito ako vlasnici dijele slične interese i stavove. Jedan od načina ublažavanja tih rizika je veća transparentnost vlasništva i razvoj alternativnih modela poput „kooperativnih medija“ (Rost, 2024), koji omogućuju veću uredničku neovisnost. Kooperativni mediji funkcioniraju po modelu zajedničkog vlasništva, u kojemu udjele imaju zaposlenici i čitatelji kao članovi zajednice. U takvom sustavu nije moguće da pojedinac stekne većinsku kontrolu nad medijem, a uređivačka neovisnost osigurana je time što upravljanje nije podređeno interesima kapitalnih investitora. Odluke se donose na transparentan način, uz uključivanje zaposlenih, članova i publike (Rost, 2024.).

4.2.3. Ekonomski interesi i uređivačka politika: vlasnici kao oblikovatelji javne sfere

Jedno od ključnih pitanja odnosi se na način na koji vlasnici medija oblikuju sadržaj i utječu na konstrukciju društvene stvarnosti, često s ciljem promoviranja određenih političkih

i ekonomskih interesa. Njihovi medijski konglomerati predstavljaju neprocjenjive političke resurse. Vlasnici mogu iskoristiti medije za širenje određenih stavova o kontroverznim temama, pojedincima, ideologijama, institucijama ili događajima. Također, postoje i profitni pritisci, jer se organizacije masovnih medija u kapitalističkom sustavu moraju fokusirati na najvažniji cilj, a to je stvaranje proizvoda koji će donositi profit. Postoje dva načina povećavanja profita: smanjenje troškova ili povećanje prihoda.

Prema Croteauu i Hoynesu (2014: 59 – 60), vlasnici medija primjenjuju neke od ovih strategija s ciljem smanjenja troškova:

1. smanjuju broj novinara
2. koriste novinare i produkcijsko osoblje iste kompanije za različite platforme proizvodnje
3. smanjuju sredstva za dugoročno istraživačko novinarstvo koje proizvodi mali broj priča
4. upotrebljavaju veliki broj gotovih reportaža
5. u televizijskim programima rabe PR videomaterijale (izvještaje i reportaže koje pripremaju PR tvrtke i ustupaju besplatno za objavu)
6. oslanjaju se na mali broj pojedinaca/aktera kao redovite izvore informacija i vijesti (dostupni su i jeftini)
7. fokusiraju vijesti na ranije planirane službene događaje umjesto na manje rutinska događanja (dostupni su i jeftini za pokrivanje)
8. fokusiraju se na pokrivanje ograničenog broja institucija u velikim gradovima.

Ove mjere omogućuju vlasnicima financijsku uštedu, ali uzrokuju veću orijentaciju vijesti prema elitama i vlastima. Osim toga, vlasnici medija mogu utjecati na sadržaj medijskih proizvoda i tako odlučivati koje će ideje biti prisutne u javnom prostoru, a koje će ostati zanemarene. To znači da se, primjerice, priče koje kritiziraju kapitalizam i ukazuju na društvene nejednakosti rijetko pojavljuju u glavnim medijima, dok su kritike državnih politika često slične u tonu i pristupu. Croteau i Hoynes (2014: 48 – 49) napominju da ovu povezanost nije lako izravno dokazati, ali ističu da se medijska pozornost češće usmjerava na slabosti javnog sektora, dok se problemi privatnog kapitala rijetko problematiziraju, što odgovara interesima velikih medijskih vlasnika.

Treće pitanje odnosi se na raznolikost medijskog sadržaja pod utjecajem konglomeracije i koncentracije vlasništva. Medijski pluralizam označava stupanj raznolikosti medijskih sadržaja dostupnih publici, uključujući prisutnost različitih i neovisnih glasova te

raznovrsnih političkih stajališta. Ovaj koncept obuhvaća kako unutarnji pluralizam, koji se odnosi na raznolikost unutar pojedinog medija, tako i vanjski pluralizam, koji se odnosi na raznolikost među različitim medijskim izvorima (Entman, 1989.; Entman i Wildman, 1992.; Baker, 2007.; McQuail, 2010.).

Medijski pluralizam je istodobno stvar vlasništva (raznih medijskih dobavljača) i proizvoda raznog sadržaja (Croteau i Hoynes, 2014: 50). Prema Croteauu i Hoynesu (2014.), postoji općeprihvaćeno stajalište u literaturi da koncentracija medijskog vlasništva u rukama ograničenog broja privatnih aktera često rezultira smanjenjem raznolikosti medijskih proizvoda. Što je vlasnička struktura koncentriranija, to su medijski sadržaji skloniji uniformiranosti. Ipak, autori napominju da je ova povezanost predmet daljnjih istraživanja, jer dostupni nalazi upućuju na to da odnos između koncentracije vlasništva i raznolikosti sadržaja nije uvijek izravan niti jednoznačan.

U kontekstu raznolikosti medijskog sadržaja, Entman (1989b) te Entman i Wildman (1992.) razlikuju dva tipa raznolikosti u vijestima: horizontalnu i vertikalnu. Vertikalna raznolikost odnosi se na spektar stavova i aktera predstavljenih unutar jednog medijskog izvora, dok horizontalna označava razlike u sadržaju između različitih medijskih izvora. Autori naglašavaju važnost razumijevanja kako ove dimenzije raznolikosti utječu na medijsko okruženje i pluralizam mišljenja.

4.2.4. Oglašivači i medijski proizvodi: povezanost tržišta i uređivačkih odluka

Razmatranje povezanosti medijskog sadržaja i procesa konstrukcije društvene stvarnosti bilo bi nepotpuno bez uključivanja jednog od ključnih aktera – oglašivača, kao izvora prihoda koji proizlaze iz zakupa medijskog prostora za reklamne poruke. To uključuje oglase u tiskanim izdanjima, reklame na radiju i televiziji, kao i oglase na elektroničkim publikacijama i društvenim mrežama. U ovom kontekstu, izostavljamo vanjsko (*outdoor*) oglašavanje poput jumbo plakata, budući da ono ne ulazi izravno u analizirani korpus medijskih proizvoda.

U suvremenim komercijalnim medijima oglašivači su najvažniji kupci medijskog prostora, dok se publika promatra kao roba – simbolički „proizvod“ koji se prodaje oglašivačima. Istaknuto pitanje nije nužno kvaliteta sadržaja, nego njegova sposobnost da privuče i zadrži pozornost specifičnih ciljanih skupina potrošača. Oglašivače ne zanima sadržaj sam po sebi, nego njegova funkcija kao alata za prijenos reklamnih poruka publici (Croteau i Hoynes, 2014: 62).

U tom smislu, proizvodnja medijskog sadržaja sve je više usmjerena na optimizaciju vidljivosti i pozornosti, čime uređivačke odluke postaju izrazito tržišno orijentirane. Vijesti, emisije i članci često se oblikuju na način koji povećava angažman, klikove, dijeljenja i komentare – ne samo radi informiranja nego radi zadržavanja publike unutar oglašivačkog ekosustava (Turow, 2011.). Ova logika tržišta duboko utječe na način na koji se konstruira društvena stvarnost. Teme koje privlače publiku, poput senzacionalizma, skandala, *lifestyle* sadržaja ili konfliktnih političkih narativa, sve češće zamjenjuju složene, dugoročne i društveno relevantne teme, koje nisu dovoljno „komercijalno isplative" (Einstein, 2016.). U takvom sustavu, društveno odgovorno novinarstvo – osobito istraživačko i analitičko – biva potisnuto na margine jer zahtijeva visoke resurse i nema uvijek neposredan ekonomski povrat (McChesney, 2008.).

Kako ističe Marshall McLuhan (2008: 66), u suvremenom medijskom sustavu „iznajmili smo svoje oči, uši i živce u komercijalne svrhe", što autor metaforički uspoređuje s predajom zajedničkog jezika privatnim korporacijama, odnosno s ustupanjem atmosfere Zemlje na monopol.

U novije vrijeme, s razvojem internetskih i digitalnih medija, utjecaj oglašivača dodatno je porastao kroz fenomene poput *native advertisinga*, brandiranog sadržaja i personaliziranog oglašavanja temeljenog na korisničkim podacima. U tim formatima granica između redakcijskog i reklamnog sadržaja često je namjerno zamagljena, čime dolazi do smanjenja novinarske autonomije i transparentnosti prema publici (Turow, 2011.; Carlson, 2015.). Publika nerijetko konzumira sadržaj koji izgleda kao novinarski, ali je u potpunosti financiran i oblikovan prema interesima brendova ili korporativnih naručitelja (Napoli, 2011.; Einstein, 2016.).

Zaključno, oglašivači ne samo da financijski podupiru medijski sustav nego su s njim povezani na način koji može oblikovati određene obrasce proizvodnje sadržaja i utjecati na načine na koje se društvena stvarnost predstavlja publici. Njihova prisutnost u uređivačkim strategijama predstavlja oblik ekonomske moći koja, premda nije uvijek vidljiva, ima dalekosežne posljedice za javni interes, pluralizam i kvalitetu informacija (McChesney, 2008.; Couldry i Mejias, 2019.).

4.3. Medijska manipulacija i uloge aktera, subjekata i publike

S obzirom na to da medijsko izvještavanje može sadržavati manipulativne elemente koji utječu na percepciju stvarnosti koju mediji oblikuju i prenose, nužno je teorijski razjasniti

ključne pojmove u ovom kontekstu. U ovom radu manipulacija se razumijeva kao postupak, odnosno niz postupaka kojim se komunikacijska procedura (redoslijed govornika, iskaza, tema), komunikacijski kanali i mediji (javna komunikacija, javno mišljenje, sredstva javnog komuniciranja), kao i komunikacijski subjekti (interesi, namjere, želje, potrebe, stavovi, svijest) podređuju određenim interesima (Prpić, Puhovski i Uzelac, 1990: 258). Temelj manipulacije mogu biti politički, društveni ili ekonomski interesi, a manipulacija javnim mišljenjem kontrolom medija, odnosno uređivanjem i usmjeravanjem medijskog sadržaja, predstavlja jednu od najraširenijih oblika manipulacije u suvremenoj političkoj komunikaciji (Prpić, Puhovski i Uzelac, 1990: 260). Osim utjecaja na sadržaj, pozicije moći omogućuju i isključivanje određenih tema, sadržaja i društvenih aktera iz javnog diskursa, uključujući novinare, političke skupine i druge javne osobe (Prpić, Puhovski i Uzelac, 1990: 260).

U *Leksikonu temeljnih pojmova politike* (1990: 77), Ivan Prpić, Žarko Puhovski i Maja Uzelac pojam „subjekt" definiraju kao entitet koji u sociološkoj i političkoj teoriji izaziva djelovanje, pri čemu to mogu biti pojedinac, skupina, klasa, nacija, puk, država, međunarodna zajednica i drugi slični akteri. Ključni subjekti suvremenog političkog života prepoznaju se u visoko organiziranim institucijama, ponajprije u državi, dok neformalni, izvaninstitucionalni, a ponekad i ilegalni akteri djeluju kao izazov postojećem političkom poretku (Prpić, Puhovski i Uzelac, 1990: 77). U novijoj literaturi, primjerice u *Uvodu u politiku* (Meyer, 2013.), umjesto pojma „subjekt" sve se češće rabi termin „akter". Prema Meyerovu tumačenju, akteri u političkoj areni uvijek zastupaju određene kolektivne interese, pri čemu mogu biti različito organizirani – od labavo povezanih do strogo institucionaliziranih struktura. U većini slučajeva riječ je o institucionalnim akterima. Među njih Meyer (2013.) ubraja vladu, parlament, političke stranke, građanske inicijative, udruge i organizacije, pojedince koji djeluju kao javne osobe ili stručnjaci, socijalne pokrete, interesne skupine, masovne medije, znanstvenu zajednicu te crkvu (Meyer, 2013: 96—102).

Mediji u svom djelovanju utječu na publiku koju možemo definirati kao primatelje poruka koji mogu biti aktivni ili pasivni (Croteau i Hoynes, 2014.). Rane pretpostavke o utjecaju medija definirale su publiku kao pasivne primatelje poruka bez aktivne uloge, pri čemu se smatralo da mediji ubrizgavaju poruku izravno u krvotok publike, što se naziva hipodermijskim modelom ili „srebrnim metkom" (Croteau i Hoynes, 2014: 235 – 240). Suvremeni pristupi u medijskim studijama sve više napuštaju deterministički pogled na publiku kao pasivne primatelje poruka i slika, umjesto toga ih prikazuju kao aktivne sudionike u komunikacijskom procesu. Ovaj pomak u razumijevanju publike potaknut je razvojem teorija koje naglašavaju aktivnu ulogu publike u interpretaciji i korištenju medijskih sadržaja.

Croteau i Hoynes razmatraju četiri glavna načina aktivne publike: kroz individualnu interpretaciju medijskih proizvoda, kolektivnu interpretaciju medija, kolektivnu političku akciju i stvaranje vlastitih medija usmjerenih na publiku (Croteau i Hoynes, 2014: 260—264).

Jedan od ključnih teorijskih okvira koji podupire ovu perspektivu je „teorija aktivne publike“, koja tvrdi da publika ne prihvaća pasivno medijske poruke, nego ih aktivno interpretira i koristi u skladu sa svojim osobnim i društvenim kontekstima (Hall i dr., 1980.; Croteau i Hoynes, 2014.). Ova teorija naglašava da su značenja medijskih poruka otvorena za različite interpretacije, ovisno o individualnim iskustvima i društvenim okolnostima publike.

Dodatno, teorija koristi i zadovoljstva (*Uses and Gratifications Theory*) ističe da pojedinci svjesno biraju medije kako bi zadovoljili specifične potrebe i želje, što dodatno potvrđuje aktivnu ulogu publike u medijskom procesu (Ruggiero, 2009.; Čatipović, 2023.). Ova teorija sugerira da su medijski korisnici svjesni svojih motiva za konzumaciju medija i aktivno traže sadržaje koji im pružaju željene gratifikacije.

U kontekstu digitalnih medija i participativne kulture, Henry Jenkins (2006.) ističe da su publike postale „proizvođači-potrošači“ (*prosumers*), aktivno sudjelujući u stvaranju i dijeljenju medijskih sadržaja, čime dodatno potvrđuju svoju aktivnu ulogu u medijskom ekosustavu. Ovaj pristup naglašava kako su granice između proizvođača i potrošača medijskih sadržaja sve više zamagljene, a publike sve više sudjeluju u oblikovanju medijskog sadržaja i diskursa.

Ovaj pomak u razumijevanju publike kao aktivnog aktera u medijskom sustavu prepoznaje se i u analizama domaćih i stranih autora. Hajrudin Hromadžić (2014: 145) ističe kako su se medijske publike, zahvaljujući razvoju digitalnih tehnologija, pretvorile u medij sam po sebi – u *posrednike, promotore i kreatore istog onog socijalnog fenomena kojeg su zapravo i posljedica*. Sličnu ideju, ali u širem tehnološkom okviru, iznosi McLuhan (2008: 66), koji tvrdi da smo u suvremenom komunikacijskom okruženju „iznajmili oči, uši, mozak i živce privatnim korporacijama“, dok nova tehnologija funkcionira kao produžetak naših osjetila u globaliziranom svijetu.

5. SELEKCIJA, UOKVIRIVANJE I PRISTRANOST: TEORIJSKI OKVIRI MEDIJSKE PROIZVODNJE VIJESTI

U suvremenim predstavničkim liberalnim demokracijama mediji više ne funkcioniraju isključivo kao posrednici informacija i vijesti, nego sve češće preuzimaju aktivnu ulogu u oblikovanju javnog mišljenja. Ta se uloga ostvaruje kroz selekciju informacija, procese reprezentacije i diskurzivne konstrukcije stvarnosti, kao i putem mehanizama uokvirivanja (*framing*) i isticanja tema (*priming*) u javnom prostoru (Peruško, 2011: 31). Na način izbora vijesti i oblikovanja medijskog sadržaja utječu brojni čimbenici, uključujući socioekonomske karakteristike, profesionalne norme, osobne svjetonazore, motivacije te druge kontekstualne i organizacijske okolnosti. Ovo poglavlje usmjereno je na interpretativne okvire medijskih djelatnika i promjene u načinu izvještavanja u elektroničkim publikacijama, s naglaskom na ove teorijske pristupe: teoriju uokvirivanja (*framing*), teoriju određivanja dnevnog reda (*agenda-setting*), teoriju pristranosti u izvještavanju (*news bias*) i teorije konstrukcije društvene stvarnosti putem medijskih sadržaja. Analize procesa selekcije i oblikovanja vijesti obuhvaćaju više pristupa koji se međusobno nadopunjuju. Među najčešće primjenjivanim pristupima ističu se teorija „vratara" (*gatekeeping*), koja analizira tko i pod kojim kriterijima odlučuje o plasmanu vijesti; teorija vrijednosti vijesti, koja se usredotočuje na karakteristike događaja što se percipiraju kao *newsworthy*; potom koncept pristranosti u izvještavanju koji istražuje sklonosti, isključenja ili favoriziranje pojedinih aktera te naposljetku pristupi utemeljeni na teoriji uokvirivanja, koji naglašavaju važnost načina predstavljanja teme, njezine interpretacije i dominantnih narativa u medijskom diskursu (Kunczik i Zipfel, 2006: 129).

U okviru teorije selekcije vijesti, Ruth C. Flegel i Steven H. Chaffee (1971.) razlikuju dvije osnovne skupine kriterija. Prvu čine intrinzični kriteriji, koji uključuju profesionalne i organizacijske razloge za objavu vijesti – poput prirode događaja, zahtjeva za brzinom izvještavanja te potrebe za popunjavanjem prostora ili vremena unutar medija. Drugu skupinu čine ekstrinzični kriteriji koji proizlaze iz osobnih, ideoloških i institucionalnih utjecaja. Oni uključuju svjetonazore i stavove medijskih aktera poput vlasnika, urednika, oglašivača i novinara, kao i pritiske interesnih skupina, uključujući političke i gospodarske aktere.

5.1. Uloga „vratara" u procesima medijskog filtriranja i oblikovanja sadržaja

Funkcija „vratara" u medijima odnosi se na proces filtriranja informacija koje dolaze u redakcije te na odlučivanje o tome koje će teme, događaji, izjave ili pojave biti prepoznate kao

vijest, a koje će biti isključene iz javne komunikacije. Medijski „vratari“ su najčešće urednici, novinari i drugi djelatnici unutar redakcija, ali ulogu u tom procesu mogu imati i izdavači, veliki oglašivači koji utječu na uređivačku politiku, kao i politički akteri ili institucije vlasti. Istraživanja u ovom području usmjerena su na identificiranje kriterija i mehanizama koji utječu na odluke o selekciji vijesti. Ključno je razumijevanje kako osobni, profesionalni, institucionalni i vanjski čimbenici oblikuju novinarski izbor, odnosno određuju što će biti prikazano kao relevantna i društveno značajna informacija.

Pritom je važno napomenuti da pojmovi „vrata“i „vratara“ (*gatekeeper*) potječu iz istraživanja psihologa Kurta Lewina (1947.), koji je ove metafore prvi upotrijebio kako bi opisao procese donošenja odluka u lancima informacija – pri čemu „vrata“ označuju točke na kojima se informacije mogu proslijediti ili zaustaviti, a „vratar“ onoga tko donosi te odluke. Lewin (1947.) razvio je taj koncept tijekom Drugoga svjetskog rata, u okviru studije o prehrambenim navikama američkih kućanstava, pri čemu se fokusirao na osobe odgovorne za donošenje odluka o kupnji i distribuciji hrane. U tom kontekstu, „vrata“ predstavljaju točke odlučivanja unutar kanala kroz koje određeni proizvodi dolaze do krajnjih korisnika, a te su odluke podložne različitim društvenim i psihološkim silama – poput cijene, ukusa, prehrambenih navika ili kvalitete proizvoda. Lewin (1947: 145) identificira ženu u kućanstvu kao glavnu osobu koja odlučuje o kupnji namirnica, što je čini „vratarom“, dok muškarac, u tadašnjem kontekstu, odlučuje o sadnji prehrambenih kultura u kućnom vrtu. Nadalje, Lewin (1947.) proširuje ovu analogiju na druge društvene sustave – primjerice, na sveučilišta koja selektivno upisuju kandidate ili organizacije koje isključuju pripadnike određenih skupina – ukazujući na to da „vratari“ mogu djelovati u različitim institucijskim okvirima.

Ključna je ideja da su „vrata“ mjesto na kojem pojedinac ili skupina ljudi ima moć odlučivanja o tome koje informacije, resursi ili osobe će biti propušteni kroz određeni kanal. Razumijevanje funkcije „vratara“ uključuje analizu čimbenika koji utječu na njihove odluke, kao i uvid u to kako društvene promjene mogu preoblikovati te mehanizme odlučivanja (Lewin, 1947: 145). Lewin (1947.) stoga naglašava važnost prepoznavanja tko su ti akteri u različitim društvenim kontekstima i kako njihove odluke oblikuju tokove informacija, resursa ili ljudi.

Pojam *gatekeeper* koji je utemeljio Kurt Lewin, dalje je razradio David Manning White (1950.) u svojoj pionirskoj studiji o selekciji vijesti *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News*, koja se smatra jednom od prvih empirijskih analiza procesa novinarskog odlučivanja. White (1950.) je tijekom sedam dana pratio rad urednika lokalnog dnevnog lista u industrijskom američkom gradu sa stotinu tisuća stanovnika i tiražom od 30 000 primjeraka.

Urednik, kojeg je White nazvao „Mr. Gates“, bio je muškarac srednjih godina s 25 godina novinarskog iskustva. Njegov posao uključivao je odabir vijesti koje su stizale iz triju glavnih agencijskih izvora: Associated Pressa, United Pressa i International News Servicea. U sklopu istraživanja, Mr. Gates je bilježio razloge zbog kojih je određene vijesti prihvaćao ili odbacivao za objavu.

Analiza je pokazala da je od ukupno 12 400 pregledanih vijesti, Mr. Gates odabrao njih 1297 za objavljivanje. Najzastupljenije među objavljenim vijestima bile su tzv. „ljudske priče“ (23,2 %), potom nacionalne političke vijesti (15,8 %) i međunarodne političke vijesti (13,6 %), uz ostale kategorije. Rezultati studije ukazali su na to da je proces selekcije visoko subjektivan i u velikoj mjeri utemeljen na osobnim stavovima, vrijednosnim prosudbama, profesionalnom iskustvu i očekivanjima samog urednika (White, 1950: 386). White (1950.) zaključuje da pojedinačni „vratari“, poput Mr. Gatesa, imaju ključnu ulogu u oblikovanju medijskog sadržaja i da njihova selektivnost ima značajan utjecaj na konačnu medijsku reprezentaciju stvarnosti. Ova je studija otvorila prostor daljnjim istraživanjima o ulozi medijskih aktera u odlučivanju o informacijskoj agendi i postala temelj za razvoj suvremenih teorija o medijskoj selekciji i uređivanju sadržaja.

Na rad Manninga Whitea nadovezuje se John Dimmick (1974.), koji je u članku *The Gate-Keeper: An Uncertainty Theory* razvio teorijski okvir temeljen na konceptu neizvjesnosti u procesu selekcije vijesti. Dimmick (1974: 1 – 37) uvodi ideju da odluke koje donose „vratari“ nisu uvijek racionalne i potpuno informirane, nego su podložne različitim stupnjevima nesigurnosti. Teoriju neizvjesnosti razrađuje kroz četiri osnovna prijedloga:

1. Nepotpuna sigurnost o vijestima: *Gatekeeperi* često nisu sigurni koji događaji zadovoljavaju kriterije vijesti, a dodatni pritisak stvaraju kratki rokovi, što može dovesti do brzih i ne uvijek promišljenih odluka.
2. Redukcija neizvjesnosti: Neizvjesnost u odlučivanju ublažava se različitim strategijama, poput prihvaćanja definicije vijesti koju zastupaju nadređeni u redakciji, oslanjanjem na grupni konsenzus, usklađivanjem s već objavljenim sadržajima u referentnim medijima, poštivanjem uredničke politike matične organizacije, preuzimanjem interpretacija samih izvora ili oslanjanjem na dominantne stavove i vrijednosti profesionalne zajednice kojoj pripadaju.
3. Višedimenzionalnost odlučivanja: Proces selekcije vijesti odvija se unutar višedimenzionalnog prostora u kojem *gatekeeper* primjenjuje različite kriterije pri odlučivanju o objavi sadržaja.

4. Uporaba kompozicijskih modela: Smanjenje nesigurnosti moguće je primjenom strukturiranih, tzv. kompozicijskih modela, koji pomažu u donošenju konzistentnijih odluka.

Ova teorija dodatno pojašnjava složenost procesa selekcije vijesti, ističući kako na odluke pojedinaca unutar redakcija ne utječu samo profesionalni standardi, nego i organizacijski, društveni i interpersonalni čimbenici koji zajedno oblikuju informacijski izlaz medija.

Na Dimmickovu teoriju nadovezuje se i Schulz (1990.), koji sličnim analitičkim pristupom potvrđuje kako je selekcija vijesti u velikoj mjeri uvjetovana subjektivnim stavovima, prethodnim iskustvima i profesionalnim očekivanjima samih „vratara". Osim osobnih čimbenika, važnu ulogu u odlučivanju imaju i tehnički uvjeti, poput vremenskih rokova i ograničenja prostora unutar medija, potom konsenzus među kolegama i nadređenima te usklađenost s uređivačkom politikom medijske organizacije. Na krajnji oblik medijskog izvještavanja utječe i sam sadržaj koji pristiže u redakciju, odnosno njegova dostupnost, relevantnost i oblik (Schulz, 1990.).

Na temelju navedenih teorijskih pristupa može se zaključiti da se istraživanje funkcije „vratara" bavi analizom kriterija koji utječu na izbor vijesti, kao i osobinama onih aktera koji u tom procesu imaju moć odlučivanja. To uključuje novinare, urednike, izdavače, medijske institucije, oglašivače te političke i druge utjecajne subjekte čije odluke oblikuju javnu komunikaciju i dostupnost informacija.

5.2. Teorijski pristupi vrijednosti vijesti: Od Lippmanna do suvremenih modela

Teorija vrijednosti vijesti (*news value*) bavi se identificiranjem karakteristika događaja – tzv. čimbenika vijesti – koje povećavaju vjerojatnost da će određeni događaj biti selektiran i objavljen kao vijest. U okviru ove teorije istražuje se koje osobine događaja prepoznaju medijski „vratari" kao relevantne i atraktivne za publiku. Događaj se smatra vijesti vrijednim (*newsworthy*) ako zadovoljava određene kriterije koji mu pridaju informativnu, društvenu ili emocionalnu relevantnost.

Pojam „vrijednosti vijesti" prvi se put sustavno razmatra u djelu *Public Opinion* Waltera Lippmanna (1922.), u poglavlju pod naslovom *The Nature of News*. Lippmann ilustrira proces selekcije vijesti na primjeru loših radnih uvjeta koji, samim po sebi, ne postaju vijest. Oni stječu vrijednosnu dimenziju tek kada se pojavi neki izvanredan događaj – primjerice štrajk ili službeni izvještaj o povećanoj smrtnosti radnika, što ukazuje na specifičan kontekstualni

okidač koji pretvara informaciju u vijest (Lippmann, 1922: 348). Lippmann (1922.) pritom naglašava da sirove činjenice same po sebi ne čine vijest, nego se informacije stiliziraju, oblikuju i predstavljaju na način koji je prilagođen interesima publike. Vrijednost vijesti, prema ovom pristupu, proizlazi iz intuitivne pretpostavke o tome što će biti relevantno, zanimljivo ili korisno čitatelju (Lippmann, 1922: 348).

Tijekom 60-ih godina 20. stoljeća, ideja da novinari pri selekciji vijesti primjenjuju niz kriterija privukla je pozornost istraživača komunikacijskih procesa, osobito u europskom kontekstu. U tom je razdoblju započeo intenzivniji razvoj istraživanja novinarstva kao mlade znanstvene discipline, a teorija vrijednosti vijesti postaje jedno od središnjih područja interesa. Među ranim europskim doprinosima ističu se radovi Johana Galtunga i Mari Holmboe Ruge (1965.) te Einara Östgaarda (1965.). Posebno je značajan rad Johana Galtung i Mari Ruge iz 1965. godine, ali i članak Östgaarda *Factors Influencing the Flow of News* (1965.), u kojem autor istražuje ključne čimbenike koji utječu na protok vijesti (*news flow*) u okviru procesa njihova nastanka. Östgaard (1965.) identificira četiri glavne kategorije koje oblikuju protok vijesti: pojednostavljenje, identifikacija, senzacionalizam i prepreke u distribuciji informacija.

Galtung i Ruge (1965.) nastavljaju istraživačku liniju Östgaarda (1965.), ali razvijaju drukčiji analitički pristup u studiji *The Structure of Foreign News*. U toj studiji analiziraju objavljene vijesti u četiri norveška dnevna lista o trima međunarodnim krizama: u Kongu i na Kubi 1960. te na Cipru 1964. godine. Cilj istraživanja bio je utvrditi koje karakteristike događaja najviše pridonose njihovoj transformaciji u vijest, odnosno njihovoj vrijednosti za objavu.

Galtung i Ruge (1965.) uvode koncept „čimbenika vijesti" (*news factors*) te definiraju dvanaest kriterija koji opisuju obilježja događaja što utječu na njegovu „vrijednost vijesti". Ovi čimbenici djeluju neovisno jedan o drugome, odnosno nisu međusobno uzročno povezani.

Polazeći od definiranih čimbenika vijesti, Galtung i Ruge (1965.) formuliraju tri temeljne hipoteze koje nastoje objasniti procese selekcije vijesti, odnosno zašto određeni događaji bivaju medijski reprezentirani, dok drugi ostaju isključeni iz javne komunikacije.

Prema Galtungu i Ruge (1965.), ove hipoteze ilustriraju načine na koje određeni događaji postaju vijesti, dok drugi ostaju neobjavljeni:

1. Hipoteza aditivnosti (*Additivity Hypothesis*): Što događaj ispunjava više čimbenika vijesti, veća je vjerojatnost da će postati vijest. Događaj koji zadovoljava više kriterija (npr. negativnost, blizinu, iznenadnost...) ima veću „vrijednost vijesti" i vjerojatnije će biti objavljen.
2. Hipoteza komplementarnosti (*Complementarity Hypothesis*): Pojedini čimbenici vijesti mogu se međusobno nadopunjavati ili isključivati jedni druge. Npr. iznenadnost i

kontinuitet mogu biti u suprotnosti – nešto iznenadno je novo, ali nešto u kontinuitetu može imati dubinu i dugoročnu važnost. Odluka o objavi ovisi o kombinaciji čimbenika.

3. Hipoteza isključenja (*Exclusion Hypothesis*): Događaj koji ne zadovoljava nijedan ili tek nekoliko čimbenika neće biti odabran kao vijest. Bez dovoljno „atraktivnih" obilježja, događaj jednostavno neće proći medijski prag i ostat će nevidljiv za publiku.

Dvanaest čimbenika vijesti koje Galtung i Ruge (1965: 70 – 71) navode su:

1. Frekvencija (*Frequency*) – vremenska usklađenost događaja s ritmom objave medijskih sadržaja. Događaji koji se uklapaju u dnevni ili tjedni ritam medija (brzo se odvijaju) lakše postaju vijesti. Dugi procesi ili spori razvoj često se ignoriraju jer se „ne uklapaju" u medijski ritam.
2. Prag pozornosti (*Threshold*) – intenzitet događaja (npr. broj žrtava, materijalna šteta) povećava njegovu vrijednost. Događaj mora imati dovoljno „težine" – brojke, šteta, razmjeri – da bi ga se smatralo vijesti vrijednim. Što je događaj veći ili dramatičniji, to je veća vjerojatnost da će postati vijest.
3. Jednoznačnost (*Unambiguity*) – jednostavniji, jasno definirani događaji lakše ulaze u medijsku agendu. Događaji koje je lako interpretirati, bez dvosmislenosti, imaju veću šansu za objavu. Kompliciranе, nejasne ili višeznačne situacije manje su atraktivne za medije.
4. Važnost ili značaj za publiku (*Meaningfulness*) – geografska i kulturna blizina, kao i potencijalni utjecaj na publiku. Događaji koji su kulturno, jezično ili geografski bliski publici percipiraju se kao važniji. Primjerice, vijest iz susjedne zemlje bit će važnija nego ona s drugog kraja svijeta.
5. Suglasnost ili usklađenost s očekivanjima (*Consonance*) – događaji koji potvrđuju postojeća uvjerenja publike imaju veću vrijednost. Vijesti koje se uklapaju u postojeća uvjerenja, stereotipe ili očekivanja novinara i publike vjerojatnije će biti objavljene. Događaji koji „odudaraju" od očekivanog često se ignoriraju ili reinterpretiraju.
6. Iznenađenje ili iznenadnost (*Unexpectedness*) – neočekivani događaji privlače veću pozornost. Neočekivani, iznenadni događaji imaju veću vrijednost vijesti. Što je nešto neobičnije i rjeđe, to je zanimljivije za medije.
7. Kontinuitet (*Continuity*) – događaji o kojima we prethodno već izvještavalo imaju prednost. Ako je neki događaj već postao vijest, vjerojatnije je da će se o njemu nastaviti

izvještavati. Mediji vole „nastavke priče“, čak i kad bi slični novi događaji bez prethodne pozornosti ostali neobjavljeni.

8. Varijacija ili uravnoteženost sadržaja (*Composition*) – potreba medija za tematskom raznolikošću. Uređivačke odluke ponekad se donose radi raznolikosti – da se ne objavljuju samo loše vijesti ili samo međunarodne teme. Ovaj čimbenik osigurava „ravnotežu“ sadržaja u medijima.
9. Odnos prema elitnim nacijama (*Reference to elite nations*) – uključivanje velikih i moćnih država povećava vrijednost. Događaji u politički, gospodarski ili vojno moćnim zemljama (npr. SAD, Velika Britanija) češće postaju vijesti. Manje zemlje rijetko dospiju u vijesti osim ako se ne dogodi nešto ekstremno.
10. Odnos prema elitnim osobama (*Reference to elite people)* – prisutnost političkih ili javno poznatih osoba povećava atraktivnost vijesti. Događaji koji uključuju političke vođe, slavne osobe ili druge elite vjerojatnije će postati vijesti. Istovjetan događaj s „običnom“ osobom vjerojatno ne bi bio objavljen.
11. Personalizacija (*Reference to persons*) – događaji koji se mogu ispričati kroz prizmu pojedinca ili ljudske priče. Mediji preferiraju priče s osobnim likovima – konkretnim ljudima umjesto apstraktnih tema.
12. Negativizam (*Negativity*) – vijesti o negativnim događajima imaju veću medijsku vrijednost. Negativni događaji poput sukoba, katastrofa, smrti i nesreća imaju veću vrijednost vijesti. „Loše vijesti“ privlače više pozornosti nego pozitivne priče.

Galtung i Ruge (1965.) na temelju empirijske analize donose ove zaključke:

- U slučaju geografski udaljenih događaja, veća je vjerojatnost da će postati vijest ako uključuje elite.
- Osobe nižeg socioekonomskog statusa češće se prikazuju u negativnom kontekstu.
- Događaji koji uključuju aktere s kojima publika ne ostvaruje kulturološku identifikaciju moraju biti iznimno značajni da bi bili objavljeni.

S druge strane, nisu pronađeni dokazi o povezanosti između geografske udaljenosti i negativnosti događaja, što dovodi u pitanje postojanost nekih od čimbenika vijesti u različitim kontekstima.

Winfried Schulz (1982.) u radu *News Structure and People's Awareness of Political Events* prikazuje rezultate studije koja istražuje odnos između strukture vijesti i razine svijesti publike o političkim događajima. Istraživanje je provedeno na uzorku od 260 ispitanika u dobi od 16 do 29 godina, koji žive u urbanom području Rhein-Maina u Njemačkoj. Analiza sadržaja

obuhvatila je četiri medijska izvora: dva nacionalna televizijska kanala, jedne lokalne dnevne novine i jedan nacionalni tabloid.

Analizirane su tri dimenzije istaknutosti vijesti: položaj vijesti unutar medijskog sadržaja, duljina vijesti te prisutnost vizualnih elemenata poput fotografija i videozapisa. Polazišna pretpostavka istraživanja bila je da urednička odluka o isticanju određene vijesti odražava njezinu percepiranu vrijednost, što posljedično utječe na razinu javne svijesti o samom događaju. Istaknutost vijesti stoga se promatra kao indikator njezine *news value*.

Schulz (1982: 145) u svojoj analizi koristi slične analitičke kategorije kao i Galtung i Ruge, pri čemu definira čimbenike vijesti kao karakteristike događaja koje određuju njihovu vrijednost za medijsko izvještavanje. Na temelju teorijskog okvira Galtunga i Ruge (1965.), Schulz (1982: 146) postavlja hipotezu prema kojoj događaji koji su medijski istaknuti zadovoljavaju veći broj čimbenika vijesti.

U sklopu sadržajne analize Schulz (1982: 148) rabi ovih šest dimenzija koje obuhvaćaju 19 čimbenika vijesti:

1. status (*Status*) – elitne nacije, institucije i osobe
2. vrijednosna orijentacija (*Value Orientation*) – prisutnost agresije, kontroverzi, vrijednosnih stavova i uspjeha
3. relevantnost (*Relevance*) – posljedice događaja i razina zabrinutosti publike
4. identifikacija (*Identification*) – prostorna i kulturna blizina, etnocentrizam, personalizacija i emocionalna angažiranost
5. konsonanca (*Consonance*) – podudarnost s postojećim temama, stereotipima i predvidljivost događaja
6. dinamika (*Dynamics*) – pravodobnost, nesigurnost i iznenadnost događaja.

Rezultati istraživanja pokazuju da elektronički mediji imaju najveći utjecaj na informiranost ispitanika o političkim događajima. Osobito je izražena svijest publike o događajima koje mediji kontinuirano naglašavaju kroz ponavljano izvještavanje i upotrebu prepoznatljivih prezentacijskih okvira. Učestalost izvještavanja identificirana je kao najvažniji prediktor razine svijesti o pojedinom događaju.

Schulz (1982.) zaključuje da događaji koji se izdvajaju prema kriterijima istaknutosti – bilo kroz učestalost, bilo kroz druge elemente vrijednosti vijesti – oblikuju dominantnu, često stereotipnu, medijsku sliku politike. Karakteristike te slike, poput prisutnosti emocija, agresije, prostorne blizine i neočekivanosti, moguće je precizno analizirati pomoću kategorija sadržajne analize koje proizlaze iz teorije čimbenika vijesti (Schulz, 1982: 149).

U Tablici 2 prikazani su temeljni čimbenici vijesti koje su definirali Galtung i Ruge (1965.) te kako ih nadograđuje i sistematizira Schulz (1982.) u svom modelu, s naglaskom na njihovu međusobnu povezanost i razlike.

U ovoj usporedbi može se zaključiti da Schulz (1982.) razvija i sistematizira čimbenike koje su definirali Galtung i Ruge (1965.) u šest šire definiranih kategorija te da uvodi emocionalnu angažiranost, relevantnost za publiku i vrijednosnu dimenziju, koje prethodni model nije posebno izdvojio.

Tablica 2. *Usporedba čimbenika vijesti prema Galtungu i Ruge (1965.) te Schulzu (1982.)*

Galtung i Ruge (1965.)	Schulz (1982.)	Komentar / Povezanost
Prag (*Threshold*)	Dinamika (pravodobnost, iznenadnost, nesigurnost)	Oba uključuju intenzitet i vremensku pogodnost.
Učestalost (*Frequency*)	Dinamika	Brzina događaja važna u oba modela.
Jednoznačnost (*Unambiguity*)	Konsonanca	Schulz preuzima ideju poznatosti i uklapanja u postojeće okvire.
Značaj za publiku (*Meaningfulness*)	Identifikacija (blizina, personalizacija, emocije)	Schulz proširuje koncept emocionalnom angažiranošću.
Konsonanca (*Consonance*)	Konsonanca	Isti naziv i značenje – podudarnost sa stereotipima i očekivanjima.
Iznenadnost (*Unexpectedness*)	Dinamika	Neočekivanost je važna u oba modela.
Kontinuitet (*Continuity*)	(Implicitno u statusu i relevantnosti)	Schulz ne izdvaja posebno, ali vrednuje trajne teme.
Kompozicija (*Composition*)	(Nema izravnog pandana)	Galtung i Ruge naglašavaju ravnotežu sadržaja, Schulz ne.
Elitne nacije (*Reference to elite nations*)	Status (elitne nacije, institucije i osobe)	Vrlo sličan koncept važnosti izvora.
Elitne osobe (*Reference to elite people*)	Status	Oba modela vrednuju tko je uključen.
Personalizacija (*Reference to persons*)	Identifikacija	Schulz dodatno uključuje emocije.
Negativnost (*Negativity*)	Vrijednosna orijentacija (agresija, sukob, uspjeh)	Schulz širi koncept negativnosti na vrijednosne tenzije.
Nema izravnog ekvivalenta	Relevantnost (posljedice, zabrinutost publike)	Schulz uvodi novu dimenziju učinka i interesa publike.

Izvor: autorica, prema Galtungu i Ruge (1965.) te Schulzu (1982.).

5.3. Teorija uokvirivanja: kognitivni, komunikacijski i politički pristupi *framingu*

Medijskim uokvirivanjem (engl. *framing*) i selekcijom tema oblikuju se obrasci izvještavanja koji mogu utjecati na percepciju javnosti. Prema teoriji *framing*a, interpretativni okviri (*frames*) predstavljaju postojeće kognitivne strukture novinara i urednika koje oblikuju selekciju i obradu informacija, a posredno i utječu na percepciju publike.

Framing se definira kao proces u kojem komunikacijski izvor konstruira i definira određenu društvenu ili političku temu za svoju publiku, pri čemu se izvori informacija – odnosno proizvođači vijesti – često oslanjaju na okvire kako bi oblikovali poruke koje će prenijeti recipijentima (Nelson, Oxley i Clawson, 1997a: 221—223). Thomas E. Nelson, Rosalee A. Clawson i Zoe M. Oxley (1997b) u članku *Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance* eksperimentalno su pokazali kako način uokvirivanja političkog sukoba u medijima – primjerice kroz okvir slobode govora nasuprot okviru javne sigurnosti – značajno utječe na razinu tolerancije prema politički nepopularnim grupama. Njihovi nalazi predstavljaju važan doprinos teorijskom razumijevanju medijskog uokvirivanja i njegovih učinaka na stavove i ponašanje publike.

U skladu s tim, Peruško (2011: 31) ističe kako masovni mediji, osobito internet, imaju ključnu ulogu u formiranju javnog mišljenja u kontekstu liberalnih demokracija, djelujući kao „kreatori javnog mnijenja kroz ulogu vratara, putem procesa reprezentacije i diskurzivne konstrukcije stvarnosti, procesa uokvirivanja i 'grundiranja' tema (*framing* i *priming*)". Ovi se uvidi međusobno nadopunjuju, ukazujući na to da uokvirivanje nije samo tehnička ili retorička strategija, nego temeljni mehanizam kroz koji mediji oblikuju percepciju političkih i društvenih pitanja.

Koncept analize okvira (*frame analysis*) razvija Erving Goffman (1974.) u djelu *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, s ciljem analize društvene realnosti. Taj koncept nadovezuje se na Goffmanovo ranije djelo iz 1959. godine pod naslovom *The Presentation of Self in Everyday Life*, u kojem analizira društvenu interakciju licem u lice i tvrdi da ljudi tijekom interakcije preuzimaju uloge poput onih u kazališnoj predstavi kako bi ostavili određeni dojam na druge. Ovakav pristup kasnije je nazvan dramaturškom analizom. Goffman (1974: 11) istražuje pojam okvira unutar društvene komunikacije i interakcije, pri čemu izrazom „analiza okvira" označava pristup usmjeren na proučavanje organizacije svakodnevnog iskustva. U svom radu Goffman (1974.) obrađuje temu primarnih okvira (*primary frameworks*), koji se razlikuju prema načinu organizacije te se mogu manifestirati na tri načina:

1. kao sustavi postulata

2. kao pravila i entiteti

3. u neartikuliranom obliku — kao pristup, perspektiva ili način razumijevanja.

Goffman (1974: 21) tvrdi da svaki okvir korisniku omogućava organizaciju stvarnosti, odnosno „*lociranje, opažanje, identificiranje i označavanje*" konkretnih pojava kojih je korisnik često nesvjestan i ne može ih objasniti, ali ih ipak upotrebljava.

Robert M. Entman ubraja se među značajnije autore koji su doprinijeli razvoju teorije uokvirivanja (*framing*). U svom radu Entman (1991: 7) ističe da okviri postoje na dvjema razinama:

1. na razini kognitivnih struktura publike, gdje djeluju kao mentalna načela za interpretaciju stvarnosti
2. na razini samoga medijskog sadržaja, gdje se manifestiraju kao karakteristike novinskog teksta – što je ujedno i razina na kojoj se usredotočuje analiza u ovom radu.

Entman (1991: 6—7) tvrdi da se vijesti oblikuju kroz proces uokvirivanja stvarnosti, koji nastaje kritičkim odabirom i prezentacijom sadržaja od strane proizvođača vijesti. Drugim riječima, *framing* je proces odabira određenih elemenata percipirane stvarnosti i njihova povezivanja u narativ koji naglašava određene aspekte s ciljem promoviranja specifične interpretacije. U svojoj kasnijoj definiciji, Entman (1993: 53) navodi da *framing* uključuje odabir i isticanje informacija, pri čemu „ističe" znači učiniti informaciju uočljivijom, značajnijom i pamtljivijom za publiku.

Prema Entmanu (1993.), *framing* ima četiri funkcije:

a) definiranje nekog problema

b) dijagnosticiranje uzroka problema

c) donošenje moralnih prosudbi

d) predlaganje rješenja odnosno pravnih lijekova.

Okviri ističu informacije vezane uz određenu temu koja je prethodno selektirana, a imaju značajnu ulogu u borbi za političku moć. Entman (1993: 55) ističe da su političari koji traže javnu podršku prisiljeni natjecati se ne samo s drugim političarima nego i s novinarima, u nastojanju da uspostave dominantne okvire u medijskim izvještajima. U kasnijem radu Entman (2007: 164) definira *framing* kao proces selekcije određenih elemenata percipirane stvarnosti i njihovo povezivanje u narativ koji se ističe s ciljem promoviranja određene interpretacije. Takvi okviri pojačavaju vidljivost specifičnih ideja aktiviranjem mentalnih

shema koje potiču ciljne publike da razmišljaju, osjećaju i donose odluke na određen način (Entman, 2007: 164).

U članku *Framing Bias: Media in the Distribution of Power* Entman (2007.) predlaže povezano istraživanje teorija *framinga*, *priminga* i *agenda-settinga* pod zajedničkim organizacijskim konceptom *biasa*, s ciljem dubljeg razumijevanja njihovih učinaka na raspodjelu političke moći. Naglašava se da okviri koje različiti akteri – poput političara, moćnih interesnih skupina i novinara – nameću u medijski posredovanoj komunikaciji omogućuju elitama da utječu na to o čemu publika razmišlja, a ne što publika misli, što je, prema Entmanu, srž koncepta moći (Entman, 2007: 165). Elitni akteri, naime, nastoje usmjeriti pozornost publike na određene teme jer žele osigurati njezinu potporu ili barem toleranciju prema vlastitim aktivnostima (Entman, 2007: 165).

Slično tome, Kunczik i Zipfel (2006: 147) definiraju *framing* kao „teorijski pristup koji se bavi novinarskim odabirom vijesti", pri čemu se, svjesno ili nesvjesno, određeni aspekti stvarnosti ističu, dok se drugima pridaje manja važnost. Okviri (*frames*) pritom se shvaćaju kao kognitivne strukture koje djeluju na dvije razine: u svijesti novinara, gdje utječu na selekciju i obradu informacija, te u svijesti publike, koja koristi vlastite interpretacijske okvire za razumijevanje vijesti i pritom može razvijati nove na temelju medijskog izvještavanja (Kunczik i Zipfel, 2006: 147—148).

Kunczik i Zipfel (2006: 149) posebno naglašavaju razliku između uobičajenog korištenja framinga u svakodnevnim vijestima i njegovih obilježja u izvanrednim okolnostima – primjerice, tijekom kriza poput pandemije bolesti COVID-19 – kada postojeći okviri mogu biti izmijenjeni ili se pojavljuju novi. Prema njihovom tumačenju, *framing* nije stabilna ni unaprijed zadana kategorija, kako to sugeriraju klasične teorije selekcije vijesti, nego je dinamičan i podložan promjenama ovisno o društvenom i medijskom kontekstu (Kunczik i Zipfel, 2006: 150).

5.4. Oblikovanje medijskog sadržaja: teorijski pristupi pristranosti i sinkronizaciji vijesti

Medijski sadržaj rijetko je neutralan odraz stvarnosti. Način na koji se vijesti oblikuju, biraju i predstavljaju rezultat je niza čimbenika koji uključuju profesionalne rutine, uredničke politike, ideološke okvire i širi društveni kontekst. Pojmovi poput medijske pristranosti (*bias*), selektivnog naginjanja vijesti (*slant*) i sinkronizacije s uredničkom linijom postaju ključni za razumijevanje procesa kroz koje se proizvodi informativni diskurs. Istraživanja o pristranosti u medijima nastoje objasniti kako i zašto dolazi do odstupanja od načela objektivnosti, ali i u

kojoj mjeri takva odstupanja utječu na javnu percepciju, političku moć i demokratski dijalog. U tom kontekstu razvijeni su različiti teorijski pristupi koji povezuju razine analize – od individualnih predispozicija novinara do strukturnih odnosa moći u društvu.

U nastavku će biti predstavljeni ključni koncepti koji oblikuju suvremene rasprave o pristranosti u novinarstvu, među kojima se posebno ističu teorijski doprinosi Entmana (2007.) o vrstama pristranosti i njihovoj ulozi u distribuciji političke moći, kao i Schönbachov koncept sinkronizacije s redakcijskim smjerom, koji su razvijali i drugi autori poput Kunczika i Zipfel (2006.).

Prema Entmanu (2007: 163), pojam *bias* (pristranost) u novinarstvu može se razumjeti kroz tri ključna oblika:

1. Pristranost iskrivljenja (*distortion bias*) – odnosi se na vijesti koje iskrivljuju ili pogrešno prikazuju stvarnost. Medijski sadržaj u ovom slučaju distorzira činjenice ili stvara netočnu sliku događaja.

2. Pristranost sadržaja (*content bias*) – pojavljuje se kada mediji favoriziraju jednu stranu u političkom sukobu ili debati. U takvim slučajevima prikaz nije objektivan, što može utjecati na percepciju publike.

3. Pristranost donošenja odluka (*decision-making bias*) – odnosi se na situacije u kojima osobne sklonosti, profesionalne rutine ili institucionalni interesi novinara utječu na odluke o tome kako i o čemu će se izvještavati. Time se oblikuje sadržaj koji može biti pristran.

Kao što je ranije spomenuto, Entman u članku iz 2007. godine predlaže povezano istraživanje teorija *framinga*, *priminga* i *agenda-settinga* pod organizacijskim konceptom *biasa*, s ciljem boljeg razumijevanja njihovih učinaka na raspodjelu političke moći.

U fokusu istraživanja pristranosti u izvještavanju (*news bias*) nalaze se i komunikatori – poput novinara i urednika – i sam medijski sadržaj, čime se obuhvaćaju i individualne karakteristike profesionalaca i strukturne značajke medijskih poruka (Shoemaker i Reese, 2014.; Entman, 2007.; McQuail, 2010.). Radi detektiranja uzroka neravnoteže u medijskom izvještavanju, ova istraživanja ispituju moguće svjesno iskrivljavanje informacija (Kunczik i Zipfel, 2006: 144). Poseban naglasak stavlja se na povezanost političkih preferencija novinara i urednika sa selekcijom vijesti (Weaver i Wilhoit, 1996.; Shoemaker i Reese, 2014.). U metodologiji istraživanja pristranosti vijesti najčešće se primjenjuju analiza sadržaja i anketno ispitivanje (Entman, 2007.; McQuail, 2010.). Istraživanje predstavljeno u ovom radu također koristi metodu analize sadržaja. Primjenom navedenih metoda istraživači su utvrdili postojanje namjernog usklađivanja sadržaja vijesti i komentara, odnosno odabira tema koje

odgovaraju redakcijskoj politici ili osobnim stavovima novinara (Herman i Chomsky, 1988.; Patterson i Donsbach, 1996.; Strömbäck i Nord, 2006.).

U tom kontekstu Klaus Schönbach (1977.), u svojoj doktorskoj disertaciji *Trennung von Nachricht und Meinung: Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*, istražuje razliku između vijesti i komentara te uvodi koncept „sinkronizacije" (*synchronisation*) kako bi opisao usklađivanje sadržaja vijesti s uredničkom linijom medija. Prema Kuncziku i Zipfel (2006: 146) Schönbach pojmom sinkronizacije označava jednostrano izvještavanje koje je u skladu s orijentacijom komentara.

Na tom tragu, Kunczik i Zipfel (2006: 146 – 147) navode nekoliko mogućih uzroka sinkronizacije u medijskom izvještavanju:

1. Usklađenost redakcijske politike s osobnim stavovima novinara – kada uređivačka linija medija odražava individualne vrijednosti i uvjerenja novinara, što može oblikovati način izvještavanja.

2. Socijalna kontrola i redakcijska socijalizacija – proces putem kojega novinari usvajaju profesionalne norme, vrijednosti i stavove unutar redakcije, što može dovesti do pristranosti u sadržaju.

3. Biranje „oportunih svjedoka" – svjesni odabir izvora i sugovornika koji komentiraju događaje u skladu s poželjnim diskurzom novinara ili uredništva.

4. Selekcija događaja koji naginju određenoj strani ili perspektivi – izbor vijesti koji favorizira jednu interpretaciju stvarnosti, što može rezultirati pristranim prikazom.

U Tablici 3 prikazani su osnovni uzroci sinkronizacije u medijskom izvještavanju koje identificiraju Kunczik i Zipfel (2006.), uz pojašnjenja i ilustrativne primjere njihove primjene u praksi.

Tablica 3. *Uzroci sinkronizacije u medijskom izvještavanju*

Uzrok sinkronizacije	Opis	Primjer
Usklađenost redakcijske politike s osobnim stavovima novinara	Uređivačka politika odražava osobne stavove novinara, što može oblikovati način izvještavanja.	Novinar izvještava o političkoj temi u skladu s vlastitim ideološkim uvjerenjem koje dijeli i uredništvo.
Socijalna kontrola i redakcijska socijalizacija	Novinari usvajaju profesionalne norme i vrijednosti redakcije, što može utjecati na pristranost izvještavanja.	Mladi novinar preuzima način pisanja i vrednovanja tema od starijih kolega u redakciji.

Biranje „oportunih svjedoka“	Odabir izvora i sugovornika koji komentiraju događaje u skladu s poželjnim diskurzom redakcije.	Za komentar o spornom događaju odabran je stručnjak koji zastupa politički poželjan stav.
Selekcija događaja koji naginju određenoj strani ili perspektivi	Izbor vijesti koji favorizira jednu interpretaciju stvarnosti, što može rezultirati pristranim prikazom.	Od deset mogućih vijesti, objavljuju se one koje odgovaraju interesima određene političke opcije.

Izvor: autorica, prema Kuncziku i Zipfel (2006.).

5.4.1. Oblikovanje političke moći pristranošću i naginjanjem vijesti: news bias, news slant i vrijednosni okviri

Jednu od važnijih distinkcija unutar teorije medijske pristranosti uvodi Entman (2007.), razlikujući pojmove *news bias* i *news slant*. Dok *news bias* obuhvaća šire obrasce sustavne pristranosti, *news slant* se odnosi na pojedinačne vijesti, reportaže i uredničke komentare o aktualnim sukobima, u kojima se – putem uokvirivanja (*framing*) – favorizira jedna strana na štetu druge (Entman, 2007: 165). Na temelju rezultata istraživanja *news slanta* može se pretpostaviti da određeni medij pridonosi stjecanju političke moći pojedinaca, grupa ili političkih aktera, osobito ako obrasci takvog naginjanja ustraju kroz dulje vremensko razdoblje. Drugim riječima, medij može posredno omogućiti pojedincima ili grupama da oblikuju ponašanje i stavove publike u skladu sa svojim interesima (Entman, 2007: 166). Entman (2007: 166) povezuje *news slant* s *content biasom*, koji definira kao konzistentne obrasce uokvirivanja (*framinga*) u medijski posredovanoj komunikaciji, a koji promoviraju utjecaj jedne strane u sukobu oko upotrebe državne moći. Prema toj definiciji, kako bi se identificirao *content bias*, istraživači trebaju prepoznati obrasce *news slanta* koji redovito, svjesno ili nesvjesno, putem *priminga* usmjeravaju publiku prema podršci određenim interesima i političkoj moći. Ova distinkcija pridonosi razumijevanju načina na koji specifični obrasci izvještavanja mogu oblikovati političke procese i utjecati na percepciju javnosti. Analiza *news slanta* omogućuje dublji uvid u to kako mediji mogu favorizirati određene aktere i time utjecati na političku dinamiku.

Treće značenje *biasa*, koje se primjenjuje i u ovom istraživanju, odnosi se na neizbježan utjecaj vrijednosnog sustava novinara na sadržaj vijesti koje proizvode. Entman (2007: 166) tvrdi da je besmisleno osporavati ili negirati postojanje takvih oblika pristranosti pri donošenju odluka o selekciji vijesti. Na novinare, odnosno proizvođače vijesti, utječu njihovi osobni

vrijednosni sustavi, političke preferencije, ideološke orijentacije, prethodna iskustva, obrazovanje i društveni kontekst. Pri odabiru tema i obradi informacija koje oblikuju u vijesti, novinari se često oslanjaju na heuristiku, odnosno mentalne prečace, koji omogućuju brže i učinkovitije donošenje odluka u uvjetima informacijskog preopterećenja (Entman, 2007: 166).

Thomas E. Patterson i Wolfgang Donsbach (1996) u radu *News Decisions: Journalists as Political Actors* ističu da novinari, unatoč profesionalnoj predanosti objektivnosti, u procesima selekcije i interpretacije vijesti često nesvjesno unose vlastite ideološke sklonosti. Patterson i Donsbach (1996: 466) smatraju da novinari, pri prelasku s izvještavanja o činjenicama na analitičko interpretiranje događaja, mogu nesvjesno podlijegati kognitivnim pogreškama i selektivnoj percepciji. U takvim okolnostima postoji povećan rizik da se stranačke ili ideološke pristranosti odraze u izboru i oblikovanju vijesti, čak i kada su novinari profesionalno predani načelima nepristranosti. Ova tvrdnja dodatno potvrđuje Entmanovu (2007.) tezu o *decision-making biasu* – trećem obliku pristranosti u novinarstvu – koji proizlazi iz kognitivnih, ideoloških i profesionalnih predispozicija novinara.

Entman (2007: 170 – 171) zaključuje da je najveća prednost onih u čiju korist vijesti „naginju"(*slant*) veća moć i sloboda korištenja javnog prostora bez rizika od političke kazne od strane birača. Nasuprot tome, oni koji gube u procesu uokvirivanja (*framing*) postaju slabiji akteri s ograničenom slobodom izražavanja i pristupa medijima. Nadalje, Entman (2007: 170) ističe da neki znanstvenici smatraju kako mediji oblikuju vijesti u skladu s duboko ukorijenjenim vrijednostima američkog društva koje doprinose reprodukciji postojeće raspodjele moći, uključujući kapitalizam, patrijarhat, heteroseksualnost, individualizam, konzumerizam i bijele privilegije, kao i druge norme koje sustavno oblikuju društvene i političke odnose u korist dominantnih skupina.

Takav makrostrukturni pristup nadopunjuje Marijana Grbeša (2012: 91), koja upozorava da uokvirivanje vijesti (*framing*) nije nužno isto što i medijska pristranost (*bias*), jer okviri mogu biti rezultat nesvjesnih kognitivnih obrazaca i profesionalnih rutina novinara. Također ističe kako dominantne ideološke paradigme djeluju posredno – putem novinara – i na taj način utječu na proces proizvodnje vijesti, paralelno s profesionalnim normama i očekivanjima.

Ovo potpoglavlje pokazuje da pristranost u medijima nije jednostavan ni jednoznačan pojam. Kroz razlike koje uvodi Entman (2007.) — poput *news biasa*, *news slanta* i *content biasa* — vidimo da mediji mogu oblikovati vijesti tako da podrže određene interese i političku moć. Na sadržaj vijesti utječu i osobni stavovi novinara, profesionalne rutine te uredničke politika, kao što pokazuju i Schönbach (1977.), Kunczik i Zipfel (2006.). Istraživanja Pattersona i

Donsbacha (1996.) te Grbeše (2012.) dodatno naglašavaju kako ideologije i svakodnevna praksa novinara oblikuju način na koji se informacije biraju i predstavljaju. Zaključno, pristranost nije uvijek namjerna, ali je važno razumjeti njezine uzroke i oblike kako bismo bolje analizirali ulogu medija u društvu.

5.5. Teorije postavljanja političkih i medijskih agenda: Kingdonov model i komunikacijska perspektiva

U ovom se radu oslanjamo i na politološki pristup Johna W. Kingdona (2014: 3), koji postavljanje agende (*agenda-setting*) definira kao „popis tema ili problema kojima vladini službenici i ljudi izvan vlade, koji su s njima blisko povezani, u određenom trenutku posvećuju ozbiljnu pozornost". U svojoj analizi Kingdon (2014: 15) razlikuje dvije glavne kategorije čimbenika koji mogu utjecati na postavljanje agende i izbor instrumenata djelovanja: aktivne sudionike (ili aktere) i procese kroz koje točke agende dolaze u središte političke pozornosti. Akteri koji mogu biti izvori točaka agende i utjecati na izbor instrumenata djelovanja uključuju izabrane predstavnike državne vlasti (predsjednika, parlament, državne službenike), ali i različite aktere izvan institucija vlasti, poput medija, interesnih skupina, političkih stranaka i šire javnosti (Kingdon, 2014.). U tom kontekstu, Kingdon (2014: 15–17) razlikuje tri skupine procesa koji utječu na definiranje agende i mogućnosti djelovanja:

1. Problemi (*Problems*) – situacije koje stvaraju pritisak na politički sustav. Oni mogu biti nužni, hitni ili neodgodivi. Primjerice, globalna pandemija bolesti COVID-19 izazvala je izravan pritisak na zdravstvene i političke sustave da se hitno pozabave krizom.
2. Politike (*Policies*) – ovaj proces uključuje razvoj i akumulaciju znanja među stručnjacima, kao i predlaganje konkretnih rješenja ili javnih politika. Obuhvaća istraživanje, analizu i formulaciju prijedloga na temelju stručnog uvida.
3. Politika (*Politics*) – odnosi se na političke okolnosti i promjene, poput pomaka u javnom mišljenju, smjena vlasti, promjena u zakonodavnim tijelima ili političkih prioriteta. Te promjene utječu na to koji će se problemi prepoznati kao važni i koje će politike dobiti prednost u provedbi.

U Tablici 4 prikazane su tri skupine procesa koje, prema Kingdonu (2014.), utječu na definiranje političke agende i mogućnosti djelovanja. Svaki proces povezan je s različitim izvorima pritiska i dinamike u političkom sustavu.

Tablica 4. *Tri procesa koji utječu na postavljanje agende prema Kingdonu*

Proces	Opis	Primjer
Problemi (*Problems*)	Situacije koje stvaraju pritisak na politički sustav. Mogu biti hitne, nužne ili neodgodive.	Pandemija bolesti COVID-19 izaziva hitnu reakciju vlasti.
Politike (*Policies*)	Razvoj znanja među stručnjacima i formulacija prijedloga politika. Uključuje analizu i istraživanje.	Stručna radna skupina predlaže reformu zdravstvenog sustava.
Politika (*Politics*)	Političke okolnosti i promjene, poput javnog mnijenja, promjena vlasti ili zakonodavnih prioriteta.	Promjena vlade dovodi do preusmjeravanja fokusa s klimatskih na ekonomske teme.

Izvor: autorica, prema Kingdonu (2014.).

Prema Entmanu (2007: 164—165), *agenda-setting* se može promatrati na dvije ključne razine, obje usko povezane s teorijom uokvirivanja (*framing*). Prva razina podudara se s osnovnom funkcijom *framing*a – definiranjem problema koji zaslužuju pozornost javnosti i donositelja odluka. Isticanjem određenih pitanja iz šireg spektra tema, mediji mogu oblikovati interes publike za specifične događaje, pojave ili osobe.

Druga razina *agenda-settinga* uključuje dodatne dimenzije koje obuhvaća *framing*:

a) naglašavanje uzroka problema

b) moralno vrednovanje i s time povezane emocionalne reakcije

c) promoviranje određenih politika ili rješenja (Entman, 2007: 164 – 165).

Na taj način, Entman (2007.) povezuje klasičnu funkciju isticanja tema s dubljim kognitivnim i interpretativnim učincima medijskog uokvirivanja, čime proširuje dosege teorije *agenda-settinga.*

Sličnu perspektivu nude i drugi teoretičari *agenda-settinga*, koji polaze od pretpostavke da masovni mediji ne oblikuju mišljenja izravno, nego utječu na to koje se teme percipiraju kao važne (Kunczik i Zipfel, 2006: 197). Fokus se pritom premješta s pitanja *što ljudi misle* na *o čemu razmišljaju*.

Unutar tog okvira razvijen je i koncept *agenda-buildinga*, koji se bavi procesom nastanka agende, uključujući novinarski odabir vijesti, izbor sugovornika i njihov utjecaj na formiranje medijskog sadržaja (Kunczik i Zipfel, 2006: 204—205). Koncept *agenda-buildinga* nadopunjuje klasičnu teoriju *agenda-settinga* fokusom na proces stvaranja same agende. Dok se *agenda-setting* bavi utjecajem medija na percepciju važnosti tema u javnosti, *agenda-building* istražuje

kako te teme uopće dospijevaju na medijski dnevni red. U središtu interesa nalaze se interakcije između novinara, izvora informacija, političkih aktera i interesnih skupina koje aktivno sudjeluju u oblikovanju sadržaja (Cobb i Elder, 1971.; McCombs, Shaw i Weaver, 1997.; Kunczik i Zipfel, 2006.). Time se pozornost preusmjerava s učinaka na publiku prema dinamičnim procesima proizvodnje vijesti i formiranja javnog diskursa.

5.6. Konstrukcija značenja putem interpretativnih okvira

U suvremenim teorijama masovne komunikacije sve se više naglašava da mediji ne prenose informacije neutralno, nego aktivno sudjeluju u konstruiranju značenja. Jedan od ključnih mehanizama kroz koji se to ostvaruje jest primjena interpretativnih okvira (*framing*), koji omogućuju novinarima da strukturiraju vijesti na način koji pojednostavljuje kompleksne događaje, ističe određene aspekte stvarnosti i usmjerava pozornost publike. Interpretativni okviri ne samo da oblikuju način na koji se informacije predstavljaju nego utječu i na način na koji ih publika razumijeva, interpretira i vrednuje. Okviri djeluju dvosmjerno – formiraju se u profesionalnom i organizacijskom kontekstu novinarskog rada, ali istodobno aktiviraju prethodno usvojene kognitivne strukture u svijesti primatelja poruka.

U ovom potpoglavlju razmatra se kako interpretativni okviri funkcioniraju u procesu oblikovanja vijesti, koje razine njihovog djelovanja istražuju različiti autori, te na koji način utječu na političku percepciju publike. Posebna pozornost posvećena je modelima Valkenburg, Semetko i De Vreese (1999.), kao i teorijskim doprinosima Kunczika i Zipfel (2006.), Iyengara i Simona (1993.) te Brosiusa i Epsa (1995.), koji nude empirijske i konceptualne uvide u dinamiku uokvirivanja i interpretacije medijskih poruka.

Valkenburg, Semetko i De Vreese (1999: 550 – 551) pretpostavljaju da novinari i reporteri, zbog ograničenih vremenskih i prostornih uvjeta, pri izvještavanju koriste određene okvire ili strukture kako bi pojednostavili događaje, dali im značenje, privukli što širu publiku i zadržali njezinu pozornost. Međutim, koncept *framinga* ne odnosi se isključivo na novinarske okvire i izbor vijesti, nego i na utjecaj na publiku – odnosno na okvire koje recipijenti aktiviraju tijekom primanja informacija, što se povezuje s pojmom *priminga*. Pri primanju informacija automatski se aktiviraju prethodno usvojeni interpretativni okviri kojih su recipijenti često nesvjesni. Ti okviri temelje se na ranijim znanjima, iskustvima, emocijama i sjećanjima, te oblikuju način na koji pojedinci reagiraju na određeni sadržaj.

Na tragu takvog razumijevanja odnosa između medijskog sadržaja i percepcije publike, Kunczik i Zipfel (2006: 205) navode primjer političkih prosudbi koje recipijenti

formiraju na temelju informacija dostupnih putem masovnih medija, što je eksperimentalno potvrđeno u radu *News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming and Framing* koji su proveli Shanto Iyengar i Adam Simon (1993.). Njihovo istraživanje pokazalo je da način na koji televizijske vijesti uokviruju određena pitanja – primjerice pitanje nacionalne sigurnosti tijekom Zaljevskog rata – utječe na kriterije prema kojima publika procjenjuje političke lidere, osobito predsjednika. Efekt *priminga* očituje se u tome što se isticanjem pojedinih tema povećava njihova dostupnost u svijesti građana, čime se oblikuju političke prosudbe i stavovi.

Prema Kuncziku i Zipfel (2006: 147 – 148), interpretativni okviri predstavljaju prijašnja memorirana iskustva unutar kojih se tumače nova iskustva. Riječ je o kognitivnim strukturama koje postoje u svijesti novinara i urednika (*gatekeepera*) te oblikuju način na koji se informacije selektiraju i obrađuju. Ti se okviri formiraju u dinamici između organizacijskog ustroja medijskih institucija, psiholoških obilježja pojedinaca i društvenog konteksta u kojem ti medijski djelatnici profesionalno djeluju**.**

Nadovezujući se na takvo razumijevanje uloge interpretativnih okvira u novinarskoj praksi, Hans-Bernd Brosius i Peter Eps (1995.) razlikuju četiri razine na kojima se interpretativni okviri povezuju s novinarskim procesom selekcije vijesti. Okviri pritom utječu na to:

a) što će novinar uopće prepoznati kao događaj

b) koje će aspekte događaja izdvojiti za izvještavanje

c) u koji će tematski kontekst smjestiti događaj

d) kako će procijeniti njegovu vrijednost kao vijesti.

Dodatno, Kunczik i Zipfel (2006: 103) naglašavaju da interpretativni okvir može postojati i na razini samog događaja, ako njegove karakteristike omogućuju specifična tumačenja. U tom slučaju, događaj sam po sebi funkcionira kao okvir koji usmjerava percepciju publike.

Interpretativni okviri važan su dio novinarskog i medijskog rada jer pomažu u odabiru i oblikovanju vijesti. Novinari koriste ove okvire kako bi odabrali što je važno, kako će to predstaviti i u kojem kontekstu. Istodobno, publika ne prima informacije pasivno – ona ih tumači kroz svoje postojeće stavove, znanja, iskustva i osjećaje. Upravo zbog toga okviri imaju važnu ulogu i u načinu na koji publika razumije i vrednuje ono što vidi i čuje u medijima. Osim što pomažu u pojednostavljivanju složenih događaja, interpretativni okviri utječu na to kako se o nekim temama javno razgovara, te koje se vrijednosti i ideje kroz medije ističu.

Jedan od modela koji sustavno pristupa razumijevanju interpretativnih okvira u novinarskoj praksi razvili su Patti M. Valkenburg, Holli A. Semetko i Claes H. de Vreese (1999.). U nastavku se prikazuje kako su autori definirali i operacionalizirali ove okvire unutar svojeg istraživačkog modela.

5.6.1. Tipologija interpretativnih okvira prema Valkenburg, Semetko i De Vreeseu

U svojim istraživanjima, Valkenburg, Semetko i De Vreese identificirali su pet interpretativnih okvira koji se najčešće pojavljuju u medijskom izvještavanju (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.). Interpretativni okviri oblikuju način na koji se vijesti strukturiraju i interpretiraju, čime značajno utječu na javnu percepciju i razumijevanje društvenih i političkih događaja. Valkenburg, Semetko i De Vreese (1999.) ističu ove interpretativne okvire:

1. Okvir sukoba (*Conflict Frame*)

Ovaj okvir naglašava sukob ili neslaganje između stranaka, pojedinaca ili grupa. Fokusira se na borbu, natjecanje i rivalstvo među ključnim akterima. Povećava dramatičnost i emocionalnu privlačnost vijesti, čime može pojačati angažman publike. Sukob se često koristi za privlačenje pozornosti jer dramatične priče lakše izazivaju interes čitatelja ili gledatelja. Primjeri uključuju izvještavanje o političkim kampanjama usmjerenima na suprotstavljanje kandidata, ili o međunarodnim krizama koje prikazuju sukobe među državama.

2. Okvir ljudskog interesa (*Human Interest Frame*)

Ovaj okvir stavlja naglasak na ljudske priče, osobna iskustva i emocionalne aspekte događaja. Usmjeren je na pojedince i njihove sudbine, često s ciljem izazivanja empatije i emocionalne reakcije kod publike. Povećava emocionalni učinak vijesti i olakšava povezivanje publike s temom ili osobama o kojima se izvještava. Često se koristi pri izvještavanju o životima ljudi pogođenih prirodnim katastrofama, ili pri prikazivanju heroizma i osobnih tragedija.

3. Okvir odgovornosti (*Responsibility Frame*)

Ovaj okvir usmjerava pozornost na pitanje odgovornosti za određene događaje ili probleme. Uključuje pripisivanje zasluga ili krivnje političkim institucijama, pojedincima ili skupinama. Oblikuje javnu percepciju o tome tko je odgovoran za uspjehe, neuspjehe, probleme ili krize. Također može utjecati na javnu potporu predloženim rješenjima. Uobičajen je u izvještavanju o skandalima, korupciji ili političkim odlukama koje su dovele do konkretnih posljedica.

4. Okvir ekonomskih posljedica (*Economic Consequences Frame*)

Ovaj okvir usredotočuje se na ekonomske posljedice događaja ili politika, posebice one koje izravno pogađaju publiku. Naglašava kako će promjene ili odluke utjecati na gospodarstvo i svakodnevni život građana. Povezuje vijesti s osobnim interesima i iskustvima publike, čime povećava njihovu relevantnost. Često se koristi pri izvještavanju o promjenama poreznih zakona, ekonomskim krizama ili utjecaju inflacije na životni standard i zaposlenost.

Svaki od ovih okvira pruža različite načine predstavljanja vijesti i može značajno utjecati na način na koji publika interpretira događaje. Razumijevanje njihove uloge omogućuje dublji uvid u to kako mediji oblikuju percepciju i javno mišljenje te kako različiti načini uokvirivanja utječu na političke i društvene procese (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999: 551).

U kasnijem radu, Semetko i Valkenburg (2000.) proširuju raniju klasifikaciju dodajući moralni okvir (*morality frame*) kao peti važan tip. Uvođenjem ovog okvira omogućeno je dublje razumijevanje načina na koji mediji interpretiraju događaje i teme kroz prizmu moralnih i religioznih vrijednosti. Moralni okvir postavlja događaje, probleme ili društvene teme u kontekst moralnih načela i religijskih uvjerenja. Takvo uokvirivanje potiče recepciju vijesti kroz etičke ili vrijednosne kategorije, čime se oblikuje javno mišljenje o tome što je društveno prihvatljivo, ispravno ili pogrešno (Semetko i Valkenburg, 2000: 95 – 96).

Primjena ovih interpretativnih okvira u izvještavanju posebno je došla do izražaja tijekom kriznih situacija poput pandemije bolesti COVID-19. U nastavku je prikazan pregled osnovnih karakteristika svakog okvira u Tablici 5 te primjeri njihove konkretne uporabe u medijskom izvještavanju o pandemiji.

Tablica 5. *Pet interpretativnih okvira prema Semetko, Valkenburg i De Vreesu (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.) s primjerima iz pandemije COVID-19*

Okvir	Opis	Primjer iz prakse (pandemija COVID-19)
Okvir sukoba (*Conflict Frame*)	Naglašava sukobe, suprotstavljanja i neslaganja među akterima s ciljem privlačenja pozornosti publike.	Medijsko izvještavanje o sukobu između znanstvenika i političara oko mjera zatvaranja i nošenja maski.
Okvir ljudskog interesa (*Human Interest Frame*)	Fokusira se na osobne priče i emocije kako bi se	Priče o liječnicima koji danima ne viđaju obitelj ili o pacijentima koji su

	pobudila empatija i angažman publike.	izgubili voljene osobe zbog virusa.
Okvir odgovornosti (*Responsibility Frame*)	Pripisuje odgovornost za problem ili rješenje institucijama, pojedincima ili grupama.	Vijesti koje upućuju na odgovornost vlade zbog loše organizacije cijepljenja ili kašnjenja u nabavi zaštitne opreme.
Okvir ekonomskih posljedica (*Economic Consequences Frame*)	Ističe ekonomske učinke događaja ili politika na pojedince i društvo.	Izvještaji o zatvaranju poduzeća, porastu nezaposlenosti ili poskupljenjima osnovnih potrepština tijekom *lockdowna*.
Moralni okvir (*Morality Frame*)	Postavlja događaje u moralni ili religijski kontekst, oblikujući percepciju kroz vrijednosne norme.	Prikazi vijesti koji osuđuju neodgovorno ponašanje građana s moralnog stajališta, poput kršenja mjera ili nepoštivanja karantene.

Izvor: autorica, prema Valkenburg, Semetko i De Vreeseu (1999.) i Semetko i Valkenburg (2000.).

Primjeri prikazani u tablici dodatno pojašnjavaju kako se identificirani okviri mogu prepoznati u stvarnim vijestima, čime se olakšava njihovo razumijevanje i primjena u analizi medijskog sadržaja.

Valkenburg i Semetko (2000.) u radu *Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News* ispitale su prisutnost pet interpretativnih okvira vijesti u 2601 novinskom članku i 1522 televizijske objave. Analizirana je upotreba okvira u izvještavanju o sastanku europskih čelnika u Amsterdamu 1997. godine, kao i razlike u uporabi okvira između različitih vrsta medija (novine i televizija) te između ozbiljnih i senzacionalističkih medija. Također su ispitane razlike u primjeni interpretativnih okvira ovisno o temama izvještavanja, poput političkih tema ili kriminala. Najčešće korišten interpretativni okvir bio je okvir odgovornosti, potom okvir sukoba, okvir ekonomskih posljedica, okvir ljudskog interesa te okvir morala. Rezultati su pokazali da odabir interpretativnog okvira ovisi o vrsti medija i temi izvještavanja. Najvažnija razlika u korištenju okvira nije zabilježena između vrsta medija, nego između ozbiljnih i senzacionalističkih medija. Ozbiljne novine i televizijske postaje češće su rabile okvir odgovornosti i okvir sukoba, dok su senzacionalistički mediji preferirali okvir ljudskog interesa.

Marija Slijepčević i Sanja Fligić (2017.) u radu *Analiza medijskog praćenja izbjegličke krize u Hrvatskoj i interpretacijski okviri (framing)* analizirale su 702 članka iz četiriju hrvatskih medija

(Index.hr, Tportal, Jutarnji list i Večernji list) o izvještavanju o izbjegličkoj krizi u Hrvatskoj tijekom 2015. godine. Rezultati analize pokazali su da su u prvom tjednu izvještavanja medijske objave bile pozitivno intonirane, s dominantnim okvirom ljudskog interesa. Izbjeglice su prikazane kao žrtve, dok je Hrvatska predstavljena kao humana i prijateljska zemlja, za razliku od Mađarske i Slovenije koje su prikazane u negativnom svjetlu zbog neprijateljskog tretmana izbjeglica. U izvještajima su se spominjali Domovinski rat i sudbine hrvatskih prognanika, naglašavajući empatiju Hrvata prema osobama koje bježe od ratnih sukoba. U drugom promatranom tjednu, dva mjeseca nakon ulaska izbjeglica u Hrvatsku, zabilježena je promjena u načinu izvještavanja. Nakon terorističkih napada u Parizu, medijsko uokvirivanje migranata i izbjeglica postalo je negativnije. Udio članaka koji su izbjeglice prikazivali kao prijetnju porastao je na 58 %, u usporedbi s 9 % u prvom tjednu. Ova promjena interpretativnog okvira može se povezati s Entmanovom (2007.) definicijom *framinga* kao procesa odabira određenih elemenata percipirane stvarnosti i njihove upotrebe za oblikovanje narativa u cilju promoviranja određene interpretacije. Interpretativni okviri koje mediji koriste ističu određene aspekte stvarnosti, aktivirajući kognitivne sheme koje usmjeravaju percepciju, emocije i stavove publike.

Primjer istraživanja uokvirivanja medijskih objava može se pronaći i u radu Marijane Grbeše (2012.) *Framing of the President: Newspaper Coverage of Milan Bandić and Ivo Josipović in the Presidential Elections in Croatia in 2010*. U istraživanju je analizirana prisutnost valentnih okvira u izvještavanju o predsjedničkim kandidatima u 202 članka iz četiri dnevna lista: Jutarnji list, Večernji list, Slobodna Dalmacija i Novi list. Vremensko razdoblje istraživanja obuhvatilo je drugi krug predsjedničkih izbora, od 28. prosinca 2009. do 8. siječnja 2010. godine. Studija je pokazala da su u analiziranim člancima prevladavali okvir uspjeha, okvir prikladnosti i okvir integriteta. Svakom okviru pridruženi su suprotni pojmovi: pobjednik–gubitnik, prikladan–neprikladan i pošten–nepošten. Rezultati su pokazali da je dominantan bio okvir prikladnosti, s naglaskom na negativne aspekte neprikladnosti (75,2 %), te negativna varijanta okvira integriteta u smislu nepoštenja (76,7 %). Zaključeno je da su predsjednički izbori 2010. godine u novinskom izvještavanju sustavno uokvirivani kao borba između „dobrog" i „lošeg" kandidata, pri čemu je Ivo Josipović prikazivan kao pošten, prikladan i pobjednik, dok je Milan Bandić prikazivan kao nepošten, neprikladan i gubitnik. Intenzivna medijska kampanja, uokvirena na takav način, prema autorici, imala je utjecaj na odluku birača da izaberu Ivu Josipovića za predsjednika Republike Hrvatske.

Nakon prikaza teorijskog okvira o medijskom uokvirivanju, u nastavku se uvodi koncept rizika koji omogućuje dublje razumijevanje načina na koje mediji oblikuju narative u

kriznim situacijama. U ovom poglavlju analiziraju se različiti teorijski pristupi riziku, s posebnim naglaskom na relevantnost tog pojma u suvremenim globaliziranim društvima i njegovu povezanost s medijskim diskursom o pandemiji bolesti COVID-19.

6. MEDIJSKA KONSTRUKCIJA RIZIKA U KONTEKSTU GLOBALNIH KRIZA

U ovom poglavlju razmatra se teorijski okvir društva rizika i način na koji mediji sudjeluju u njegovoj konstrukciji kroz selekciju i interpretaciju vijesti u vremenima globalnih kriza. Posebna se pozornost posvećuje pojmu rizika u društveno-teorijskom kontekstu, s naglaskom na doprinos Ulricha Becka i njegovu tezu o rizičnom društvu.

U prvom dijelu poglavlja analiziraju se procesi globalizacije i deglobalizacije koji oblikuju suvremene rizike, kao i specifične vrste rizika koje su aktualizirane tijekom pandemije bolesti COVID-19. Kroz prikaz različitih teorijskih pristupa razmatra se kako se rizik prezentira u javnom prostoru i koje uloge mediji imaju u oblikovanju percepcije nesigurnosti, prijetnji i kontrole.

Teorija rizika pritom se koristi kao konceptualni okvir za analizu načina na koji su mediji izvještavali o pandemiji bolesti COVID-19. Ova teorija omogućuje dublje razumijevanje kako društva percipiraju, interpretiraju i komuniciraju prijetnje koje nisu uvijek neposredno vidljive, ali imaju potencijalno velike posljedice. Beck osobito ističe da su suvremena društva obilježena globalnim, nepredvidivim i medijski posredovanim rizicima.
Pandemija bolesti COVID-19 predstavlja primjer takvog rizika – ne samo zdravstvenog nego i ekonomskog, političkog i društvenog.

U tom kontekstu, uloga medija postaje ključna jer ne prenose samo informacije, nego aktivno oblikuju narative kroz selekciju vijesti, interpretativne okvire i diskurzivne strategije. Mediji definiraju izvore prijetnje, razinu opasnosti, odgovorne aktere i potencijalna rješenja.
Korištenjem teorije rizika moguće je istražiti kako mediji doprinose stvaranju osjećaja nesigurnosti, kontrole ili panike, te kako sudjeluju u procesu društvenog pregovaranja o tome što se smatra opasnim, hitnim i važnim. Na taj način uspostavlja se temelj za kritičku analizu medijskog sadržaja u izvanrednim situacijama i dublje razumijevanje šireg društvenog konteksta u kojem takvi sadržaji nastaju.

6.1. Globalizacija i pandemija: povezanosti i rizici

Pojava i širenje pandemije bolesti COVID-19 pokazali su da globalizirani svijet nije samo međusobno povezan u ekonomskom i komunikacijskom smislu, nego i međuovisan u pogledu proizvodnje, mobilnosti i ranjivosti. U tom kontekstu, globalizaciju je potrebno sagledati i kao potencijalni izvor rizika.

Pandemija COVID-19, koja je započela krajem 2019. godine u Wuhanu u Kini, jasno ilustrira utjecaj globalizacije na širenje zaraznih bolesti. Brza i intenzivna globalna povezanost – osobito u prometu, a posebno zračnom – značajno je doprinijela brzini i razmjerima širenja pandemije. Stoga je možemo promatrati kao posljedicu globaliziranih društvenih i gospodarskih procesa.

Ovakvo razumijevanje uzroka širenja pandemije reflektira se i u medijskom izvještavanju. U tekstu *Zašto se bolest COVID-19 puno više širi na sjeveru zemlje* (Jarić Dauenhauer, 2020.) ističe se da je brzo kretanje ljudi svijet pretvorilo u globalno selo, navodeći kako je intenzitet zračnog prometa imao ključnu ulogu u globalnom širenju virusa. U članku se posebno ističe da su mnoge zemlje brzo nakon početka pandemije uvele restrikcije za letove iz Wuhana i Kine, te se vizualnim prikazom zračnih linija ukazuje na snažniju povezanost sjeverne hemisfere s Kinom – što je omogućilo brže „izvoženje" virusa i pojavnost prvih žarišta upravo u tim regijama.

Globalizacija je proces intenzivnog povezivanja svijeta u različitim aspektima, ali je ekonomska globalizacija, posebno nakon kraja Hladnog rata, postala ključni čimbenik u oblikovanju modernog globalnog poretka. Raspad SSSR-a 1991. godine označio je kraj bipolarne geopolitičke podjele koja je definirala Hladni rat i otvorio put za intenzivniji proces globalizacije, osobito u ekonomskom smislu (Giddens, 1999.; Scholte, 2005.; Held i dr., 1999.). Povezivanje svijeta u jedinstveno tržište za razmjenu roba i usluga, predvođeno američkim liberalnim kapitalizmom, rezultiralo je porastom moći privatnog kapitala, gospodarskim napretkom, tehnološkim inovacijama te, prema autorima poput Thomasa L. Friedmana (1999.) i Davida Helda sa suradnicima (1999.), promicanjem ljudskih prava i razvojem civilnog društva.

Pojam globalizacije počinje se češće upotrebljavati već 60-ih godina 20. stoljeća, a jedan od njegovih ranih preteča nalazi se u radu Marshalla McLuhana (1962.), koji je u knjizi *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* opisao svijet kao „globalno selo", ističući kako elektronički mediji brišu prostorne i vremenske granice te povezuju čovječanstvo u novu vrstu zajednice. Proces globalizacije povezao je svijet prometno, gospodarski i komunikacijski, ali je istodobno pridonio i produbljivanju globalnih nejednakosti. David Street (2003: 149) upozorava da globalizacija ne utječe samo na odnose među državama, nego je povezana i s rastućom informacijskom nejednakošću te neravnomjernom raspodjelom medijskih resursa, što rezultira marginalizacijom pojedinih zemalja i regija. Prema Mehi Karavdiću (2022.), globalizacija se može razumjeti kao proces usmjeren na ostvarivanje profita, koji omogućuje brz i nesmetan protok kapitala i usluga izvan granica pojedinih država. Time se potiče rast

transnacionalnih korporacija koje sve više djeluju neovisno o nacionalnim okvirima. Istodobno, globalizacija povezuje i približava različite društvene, ekonomske i kulturne fenomene (Karavdić, 2022.).

6.1.1. Globalizacija i deglobalizacija u sjeni bolesti COVID-19

U suvremenim raspravama o globalizaciji sve se češće ističe njezina dvojaka priroda – s jedne strane donosi tehnološki napredak i međusobnu povezanost, dok s druge strane pridonosi produbljivanju globalnih nejednakosti. Anthony Giddens (2005: 14) u knjizi *Odbjegli svijet* upozorava na to da globalizacija izravno utječe na rast socijalnih i ekonomskih razlika, tvrdeći da je odgovorna za produbljivanje jaza između bogatih i siromašnih. Osim toga, ističe kako globalizacija dubinski mijenja svakodnevni život, znanost i tehnologiju, te stvara nove oblike rizika koji su nepredvidivi i dosad neiskusni, poput globalnog zatopljenja ili pandemije (Giddens, 2005: 26—28). Za potrebe ovog rada posebno su relevantna njegova zapažanja o povezanosti globalizacije i znanosti. Naime, s obzirom na to da prema nekim znanstvenim istraživanjima postoji mogućnost da je virus bolesti COVID-19 potekao iz laboratorija u Wuhanu u Kini te se potom proširio svijetom, može se potvrditi Giddensova teza o ambivalentnim učincima znanstvenog i tehnološkog razvoja. Umjesto isključivog doprinosa ljudskom napretku, suvremena znanost može stvoriti nove, globalno distribuirane rizike koji proizlaze iz čovjekova uplitanja u prirodne procese, uključujući i klimatske promjene (Giddens, 2005: 26).

Važnost globalizacije jasno se očitovala u razdoblju neposredno prije pandemije COVID-19, kada je tema godišnjeg sastanka Svjetskog ekonomskog foruma (*World Economic Forum Annual Meeting 2019*) bila „Globalizacija 4.0: Oblikovanje globalne arhitekture u doba četvrte industrijske revolucije“ (World Economic Forum, 2019b). U izvještaju s Foruma napravljena je razlika između pojmova globalizacije i globalizma. Dok se globalizacija definira kao fenomen potaknut tehnološkim razvojem, koji uključuje kretanje ljudi, roba i ideja, globalizam se opisuje kao ideologija koja stavlja neoliberalni globalni poredak iznad nacionalnih interesa (WEF, 2019b).

Najvažnije teme uoči pandemije bolesti COVID-19 bile su trgovinski rat između Kine i Sjedinjenih Američkih Država, Brexit, klimatske promjene te porast globalne nejednakosti. Trgovinski sukob između Kine i SAD-a bio je potaknut ubrzanim gospodarskim rastom Kine, koja se sve više profilira kao vodeća svjetska ekonomska sila.

Kina od 2013. godine provodi dugoročnu vanjskopolitičku strategiju pod nazivom The Belt and Road Initiative (BRI), kroz koju ulaže u infrastrukturne projekte diljem svijeta (McBride, Berman i Chatzky, 2023.). Ova inicijativa uključuje izgradnju cesta, luka, željezničkih pruga, nebodera, mostova, brana, zračnih luka i tunela, a njezin je cilj učvrstiti kinesku poziciju kao globalne sile i proširiti njezin politički i ekonomski utjecaj.

U kontekstu narušenih odnosa među velikim svjetskim silama, glavni tajnik Ujedinjenih naroda António Guterres upozorava da svijet više nije ni bipolaran ni unipolaran, ali još uvijek nije dosegnuo ni stabilnu multipolarnost (WEF, 2019b). Odnosi između Sjedinjenih Američkih Država, Kine i Rusije, prema njegovim riječima, nalaze se u stanju kaosa – kako na ekonomskom planu, tako i u drugim globalnim pitanjima (WEF, 2019b).

Zaključak Svjetskog ekonomskog foruma iz 2019. godine jest da protekcionističke politike i zatvaranje nacionalnih gospodarstava nisu održiva rješenja. Umjesto toga, istaknuta je potreba za novim društvenim dogovorom između građana i političkih lidera, kako bi se osigurao osjećaj sigurnosti – i u vlastitim zajednicama i na globalnoj razini (WEF, 2019a).

Međutim, uz takve pozive na solidarnost i suradnju, realni ekonomski interesi i dalje oblikuju globalne procese. Marin Kovačić (2020: 328) ističe da je glavni pokretač globalizacije ponajprije profit, pri čemu se dodana vrijednost ostvaruje kroz inovacije, suvremenu tehnologiju i izmještanje proizvodnih pogona u manje razvijene zemlje zbog jeftinije radne snage. Posebno naglašava da je glavni ekonomski pobjednik globalizacije Narodna Republika Kina, koja – zajedno s Indijom – ne samo da kopira strane tehnološke procese nego i značajno ulaže u istraživanje, razvoj, znanost i obrazovanje. S druge strane, Sjedinjene Američke Države i Europska unija, prema njegovu mišljenju, prolaze kroz procese deindustrijalizacije kao posljedicu izmještanja proizvodnje i šireg utjecaja globalizacije (Kovačić, 2020: 328).

Zaključno, procesi globalizacije i deglobalizacije važni su za razumijevanje suvremenog svijeta koji se sve više opisuje kao „rizično društvo“. Globalizacija je omogućila ubrzano povezivanje svijeta – ne samo ekonomijom nego i informacijama, ljudima i tehnologijom – ali je istodobno doprinijela širenju globalnih rizika. Pandemija bolesti COVID-19 najbolji je primjer takvog rizika: virus se proširio iz jednog dijela svijeta u sve krajeve upravo zahvaljujući globalnim prometnim i gospodarskim tokovima. Žana Mrkonjić, Marina Jerinić i Anđelko Braić (2021.) ističu kako je pandemija bolesti COVID-19 imala iznimno snažan učinak na međunarodnu trgovinu, izazvavši poremećaje u lancima opskrbe, smanjenje globalnog izvoza te potaknuvši redefiniranje trgovinskih politika i makroekonomskih odgovora. Posebno naglašavaju da je kriza naglo otkrila ovisnost nacionalnih ekonomija o međunarodnoj razmjeni i ranjivost koju takva međuovisnost može prouzročiti u slučaju

globalnog šoka (Mrkonjić, Jerinić i Barić, 2021: 93 – 95). U tom kontekstu, procesi deglobalizacije, poput zatvaranja granica, prekida lanaca opskrbe i sve većeg oslanjanja na nacionalne politike i lokalnu proizvodnju, postali su dio odgovora mnogih država.

U kontekstu našeg istraživanja, koje se bavi analizom medijskih narativa o pandemiji, globalizacija i deglobalizacija važne su jer oblikuju kako se sama kriza predstavlja u javnosti. Mediji ne izvještavaju o pandemiji samo kao o zdravstvenoj prijetnji, već je uokviruju kroz teme koje se odnose na globalne odnose, ovisnosti, prijepore i društvene vrijednosti. Promjene u načinu na koji mediji govore o pandemiji odražavaju šire promjene u društvu – od početne zabrinutosti za globalnu povezanost, do kasnijeg naglaska na nacionalnu sigurnost, odgovornost i otpornost. Upravo je zato važno sagledati širi kontekst u kojem su ti narativi nastajali jer oni ne oblikuju samo javno mišljenje, nego i način na koji razumijemo samu prirodu suvremenih kriza.

Sljedeće potpoglavlje bavi se pojmom rizika, koji je ključan za razumijevanje suvremenih globalnih prijetnji poput pandemije bolesti COVID-19. Teorijski pristupi riziku pomoći će u daljnjoj analizi načina na koje mediji i društvo interpretiraju i komuniciraju nesigurnost.

6.2. Teorijski pristupi riziku i njegovo značenje u medijskom prikazu kriza

Pojam rizika u ovom se dijelu rada razmatra kao teorijski okvir koji omogućuje dublje razumijevanje načina na koji mediji konstruiraju percepciju prijetnji, nesigurnosti i kriznih situacija. Nije riječ samo o stvarnim opasnostima, nego i o tome kako se rizici predstavljaju i doživljavaju u društvu. Poseban naglasak stavlja se na razliku između stvarnih rizika i onih koje društvo, mediji ili institucije stvaraju kroz interpretaciju i komunikaciju. Pritom se razmatraju ideje autora kao što su Giddens (2005.) i Beck (2011.), koji rizik promatraju ne samo kao nešto što se događa nego i kao pojam koji se oblikuje kroz odluke, znanja i način na koji se o njemu govori. Ovaj pristup važan je kako bi se razumjelo zašto se neki rizici prikazuju kao hitni i ozbiljni, dok se drugi zanemaruju, te kako mediji sudjeluju u tom procesu.

Teorijski uvidi u pojam rizika postaju posebno relevantni u kontekstu pandemije bolesti COVID-19, gdje je jasno vidljivo kako su mediji aktivno sudjelovali u oblikovanju narativa o opasnosti, nesigurnosti i odgovornosti. Mediji nisu samo izvještavali o pandemiji kao zdravstvenom problemu, nego su selekcijom informacija, odabirom izvora i interpretativnih okvira oblikovali društveno značenje pandemije. Analiza rizika u ovom kontekstu omogućuje razumijevanje kako su određene prijetnje postajale dominantne teme,

kako su se smjenjivale faze uzbune i smirivanja, te kako su se mijenjali ton i fokus medijskog izvještavanja. Koncept rizika pruža alate za prepoznavanje dinamike tih promjena i otkriva kako su mediji, svjesno ili nesvjesno, sudjelovali u oblikovanju javne percepcije krize. Upravo zato je rizik ključan teorijski okvir za analizu medijskih sadržaja u ovom radu.

Prema Giddensu (2005.), pojam rizika nije bio prisutan u tradicionalnim društvima ni u srednjem vijeku, nego se javlja u 16. i 17. stoljeću u kontekstu ranih pomorskih ekspedicija. U tom razdoblju španjolski i portugalski istraživači koristili su riječ „rizik" kako bi označili plovidbu nepoznatim vodama i suočavanje s neizvjesnošću. Rizik se povezuje s modernim društvima koja su okrenuta budućnosti, planiranju i upravljanju nesigurnostima, dok su prijašnje civilizacije nesigurnost objašnjavale kroz pojmove sudbine, božanske volje ili sreće (Giddens, 2005: 42 – 44).

Prema *Rječniku stranih riječi* Bratoljuba Klaića (2001.), riječ „rizik" potječe od talijanske riječi *risico* i označava smion pothvat, stavljanje na kocku, opasnost (posebno u kontekstu gubitaka u novčanim poslovima), pogibelj, izloženost nezgodi, nesreći, propasti ili gubitku (Klaić, 2001: 1171). U svom izvornom značenju, riječ „rizik" odnosila se na prostor – nepoznato ili nesigurno područje – dok se kasnije počela vezivati uz pojam vremena, ponajprije u kontekstu financijskog poslovanja, kao sredstvo za izračun mogućih gubitaka i dobitaka, osobito u bankarstvu i investiranju (Giddens, 2005: 42). Taj se pojam potom širi i na druga područja nesigurnosti i upravljanja neizvjesnošću.

Beck (2011.), s druge strane, ističe da pojam rizika postaje ključna tema u razdoblju industrijalizacije, kada međukontinentalna trgovačka plovidba simbolizira i šansu i prijetnju. U tom kontekstu, rizik se sve više povezuje s potencijalnim posljedicama industrijskog i tehnološkog razvoja (Beck, 2011: 18).

Giddens (2005: 42) razlikuje rizik od opasnosti ili prijetnje, ističući da se rizik odnosi na procijenjene opasnosti koje se razmatraju kroz sve moguće ishode i temelje se na racionalnom promišljanju i znanju. Sličnu diferencijaciju uvodi i Beck (2011.), koji rizik definira kao predviđanje katastrofe – kao stanje u kojem se anticipira potencijalna šteta, iako se ona još nije materijalizirala. Dok je rizik vezan uz mogućnost budućih događaja bez konkretne prostorno-vremenske dimenzije, katastrofa označava njihovu realizaciju u stvarnom vremenu i prostoru. Beck (2011: 25 – 26) dodatno razvija koncept „insceniranja svjetskih rizika", koji podrazumijeva način na koji društvo i institucije opisuju, predstavljaju i planiraju odgovore na moguće globalne prijetnje s ciljem njihova sprječavanja.

Koncept rizika, od svojih početaka, bio je povezan s osiguranjem i pomorskom plovidbom. Prve pomorske police osiguranja pojavile su se u 16. stoljeću, a 1782. godine

londonska je kompanija prvi put sklopila policu koja pokriva prekomorske rizike (Giddens, 2005: 44). Izračunavanje rizika postalo je moguće u 15. stoljeću s uvođenjem dvojnog knjigovodstva, koje je omogućilo praćenje novca i procjenu budućih zarada. Ovaj sustav procjene rizika, profita i gubitaka postavio je temelje modernom kapitalizmu.

Giddens (2005.) dalje tvrdi da je država blagostanja, u svojoj osnovi, sustav upravljanja rizikom. Ovaj sustav stvoren je kako bi zaštitio pojedince od opasnosti koje su se u prošlosti smatrale neizbježnima i povezivale s voljom bogova, poput bolesti, radne nesposobnosti, gubitka posla i starosti (Giddens, 2005: 44).

Iz svega navedenog proizlazi da je rizik u suvremenim društvima višedimenzionalan fenomen koji nadilazi objektivne prijetnje te obuhvaća složene procese kroz koje se rizici tumače, predviđaju i prenose u društvenoj komunikaciji. Uloga medija u tim procesima ključna je za razumijevanje načina na koji se društvo nosi s krizama poput pandemije, jer oblikovanje percepcije rizika izravno utječe na ponašanje građana, povjerenje u institucije i prihvaćanje javnih politika.

6.2.1. Vrste rizika u kontekstu medijskog izvještavanja

Nakon što smo razmotrili teorijske pristupe riziku i njegovu važnost u kontekstu medijskog izvještavanja, važno je razjasniti i razlikovati vrste rizika, jer različiti oblici rizika imaju specifičan utjecaj na način na koji ih mediji prikazuju i interpretiraju. Rizik, prema autorima poput Giddensa (2005.) i Becka (2011.), može se podijeliti na različite kategorije koje odražavaju različite izvore prijetnji i nesigurnosti. Ovdje ćemo se usmjeriti na razliku između vanjskih rizika, koji proizlaze iz prirodnih čimbenika, i proizvedenih rizika, koji nastaju uslijed ljudskih aktivnosti i tehnološkog razvoja, a posebno ćemo razmotriti kako ti rizici postaju relevantni u kontekstu globalnih kriza poput pandemije bolesti COVID-19.

Razlikovanje između ovih vrsta rizika bitno je za analizu načina na koji mediji oblikuju narative o prijetnjama i nesigurnostima, jer medijsko izvještavanje o različitim vrstama rizika može imati različite društvene i političke posljedice. S obzirom na to da pandemija COVID-19 uključuje elemente oba tipa rizika – kako prirodnog (virus kao biološka prijetnja), tako i proizvedenog (globalne političke i ekonomske povezanosti koje omogućuju širenje bolesti) – istraživanje medijskog prikaza ovih rizika omogućuje bolje razumijevanje kako se izgradnja i predstavljanje rizika oblikuje kroz medije.

Koncept rizika razvio je Ulrich Beck (1986.) u knjizi *Risikogesellschaft*, u kojoj uvodi termin „društvo rizika“ kao oznaku za suvremeno društvo koje se suočava s globalnim

rizicima i opasnostima od kojih se ne može u potpunosti zaštititi. Riječ je o rizicima proizvedenima u okviru industrijskog društva, čije se posljedice šire preko nacionalnih granica i utječu na svakog pojedinca. Beckovo (2011: 23) „rizično društvo" ne obuhvaća samo moderno industrijsko društvo iz 19. i početka 20. stoljeća, nego se odnosi na razvoj novih rizika u drugoj polovini 20. stoljeća, s posebnim naglaskom na ekološke krize. Beckova svijest o važnosti i konceptu društva rizika, nastalog kao posljedica ubrzanog ekonomskog razvoja, pojavljuje se u kontekstu ekoloških pokreta sedamdesetih i osamdesetih godina prošloga stoljeća, kada je počelo biti jasno i pitanje nuklearnih prijetnji (Tooze, 2020.).

Beck (1992.) razlikuje dvije vrste rizika koje karakteriziraju različita povijesna razdoblja:

1. Vanjski rizici (*external risks*) odnose se na prijetnje koje proizlaze iz prirodnih sila i koje su bile tipične za tradicionalna društva – poput prirodnih nepogoda, loših žetvi, pošasti i gladi.
2. Proizvedeni rizici (*manufactured risks*) karakteristični su za modernost i rezultat su ljudskog djelovanja, osobito tehnološkog i znanstvenog napretka. Ovi rizici uključuju fenomene poput klimatskih promjena, nuklearnih nesreća, pandemija (poput bolesti COVID-19) i drugih sustavnih prijetnji koje su globalnog dosega.

Upravo ti proizvedeni rizici postaju sve češće predmetom javne zabrinutosti i medijske dramatizacije. Prema Becku (2011.), proces tzv. „javne dramatizacije rizika" osobito zahvaća područja prirodnih znanosti poput humane genetike, nanotehnologije i reproduktivne medicine. Brzina razvoja u tim područjima izaziva strah i nesigurnost zbog mogućih rizičnih ishoda u budućnosti, što može dovesti do ograničavanja slobode istraživanja (Beck, 2011: 21). Kako bi se razumjela specifična priroda tih suvremenih rizika, Beck (2011: 23—34) sažima njihove ključne karakteristike koje ih razlikuju od ranijih oblika ugroza:

- Jezik opasnosti mijenja oblik društvene nejednakosti.
- Socijalna bijeda postaje hijerarhijska i pogađa i bogate i moćne.
- Potresi izazvani rizicima osjećaju se na svim poljima društva.
- Tržišta kolabiraju.
- Pravni sustavi ne registriraju činjenična stanja.
- Vlade postaju predmet optužbi, ali stječu nove prostore za djelovanje.
- Postajemo članovi „svjetskog društva opasnosti".
- Dolazi do podrivanja uloge stručnjaka.
- Strah oblikuje stav prema životu.
- Sigurnost postavlja slobodu i jednakost u najvišu poziciju na skali vrijednosti.

- „Gospodarstvo straha“ profitira na općem gubitku živaca.
- Sigurnost postaje unosno ekonomsko dobro u javnom i privatnom sektoru.
- Rizične osobe ili grupe smatraju se „neosobama“, a njihova ljudska prava su ugrožena.
- Rizik stigmatizira, dijeli i isključuje.
- Cijeli svijet postaje laboratorij.

Navedene karakteristike ukazuju na to da se suvremeni rizici ne mogu uvijek kvantificirati ili jednoznačno procijeniti. Umjesto toga, njihovo značenje i ozbiljnost ovise o načinu na koji ih društvo interpretira i komunicira. S obzirom na to da rizik nije mjerljiva veličina, nego društveni konstrukt i apstraktan pojam, stvarnost rizika može se sagledati kroz dvije kategorije koje se temelje na njegovoj spornosti:

1. Rizik je hitan, opasan i stvaran
2. Rizik je zanemariv i nestvaran (Beck, 2011: 30).

Dvosmislenost i spornost rizika dodatno se pojašnjava kroz Beckovu tipologiju, u kojoj autor razlikuje stare i nove rizike, odnosno globalne rizike. Dok su stari rizici bili lokalizirani, vidljivi i vremenski ograničeni, novi rizici predviđaju globalne katastrofe koje potresaju same temelje suvremenih društava. Oni su obilježeni delokalizacijom, neproračunljivošću i nenadoknadivošću, što ih čini posebno izazovnima za društvenu obradu i političko upravljanje.

Beck (2011: 31–79) nove rizike klasificira u tri temeljne skupine:

1. ekološke krize,
2. financijski rizici
3. opasnosti od terorizma.

Ključna razlika između ovih skupina rizika jest u tome što su ekološke krize **i** financijski rizici pretežno posljedica slučajnih i nenamjernih procesa, dok su opasnosti od terorizma rezultat namjernog ljudskog djelovanja**.** U tom smislu, terorizam uključuje svjesnu strategiju izazivanja štete, čime se kvalitativno razlikuje od ostalih kategorija globalnih rizika.

Beckovu klasifikaciju globalnih rizika nadopunjuje koncept kozmopolitskog događaja, koji označava trenutak kada globalne prijetnje, zahvaljujući masmedijskoj globalizaciji, postaju neposredna i dijeljena stvarnost za cijelo čovječanstvo. Putem medijskog insceniranja ti se događaji ne doživljavaju samo kao vijesti o tuđoj nesreći, nego postaju *naše* katastrofe koje kolektivno proživljavamo u realnom vremenu.

U prikazu takvih događaja, Beck (2011: 102 – 103) rabi nekoliko karakterističnih kategorija:

• masmedijski nastanak katastrofe: masovna smrt u realnom vremenu na globalnoj razini, uz aktivno sudjelovanje čitavog čovječanstva

• planetarni osjećaj boli

• katastrofe za nas: nacionalni događaji postaju kozmopolitski događaji i globalne katastrofe

• iskustvo antropološkog šoka o ranjivosti temelja građanskog svijeta: smrt duboko ukorijenjenih kulturnih normi i samorazumljivosti građanskog života u zajednici koja se pretvara u globalni događaj uživo.

Uvođenjem novih tipova rizika, poput globalnih ekoloških prijetnji, pandemija i terorizma, Beck redefinira način na koji razumijemo suvremeno društvo – ne kao stabilnu cjelinu, nego kao globalni sustav koji živi u stalnoj neizvjesnosti, oblikovanoj medijskim prikazima opasnosti.

U tom kontekstu, Giddens (2005: 50) nadopunjuje raspravu ističući da neki autori smatraju kako je ograničenje odgovornosti kroz tzv. „princip opreza" jedan od rijetkih načina suočavanja s porastom proizvedenog rizika. Prema ovom pristupu, potrebno je djelovati preventivno čak i u uvjetima znanstvene nesigurnosti. Ovaj je princip razvijen u sklopu njemačkih ekoloških rasprava početkom 80-ih godina prošloga stoljeća i danas se primjenjuje na sve oblike suvremenih rizika.

Javni diskurs o riziku – bez obzira na to shvaća li se on ozbiljno ili se dovodi u pitanje – često se odvija između dviju krajnosti: optužbi za zastrašivanje i optužbi za prikrivanje. Giddens (2005: 48 – 49) upozorava da je u nekim slučajevima zastrašivanje nužno kako bi se potaknulo preventivno djelovanje i smanjio rizik. Ipak, kod većine proizvedenih rizika dominantna je tendencija njihova osporavanja ili umanjivanja. Kao ilustraciju navodi situaciju u kojoj znanstvenik, političar ili istraživač koji otvoreno upozorava na mogući rizik može biti optužen za stvaranje panike. Suprotno tome, primjer britanske vlade u slučaju zaraze goveđim encefalitisom pokazuje kako ignoriranje rizika u ranoj fazi može dovesti do optužbi za prikrivanje, kada se prijetnja naknadno potvrdi (Giddens, 2005: 48).

Ovi primjeri jasno pokazuju da percepcija rizika i javna komunikacija nisu neutralni procesi, nego dio šire društvene dinamike u kojoj mediji, znanost i politika zajednički oblikuju načine na koje društvo reagira na nesigurnost.

6.3. Pandemija bolesti COVID-19 u kontekstu teorije društva rizika

Razlikovanje vrsta rizika, kao i razumijevanje njihovih karakteristika i načina na koji ih mediji prikazuju, ključno je za analizu uloga koje mediji imaju u oblikovanju društvenih narativa o prijetnjama i nesigurnostima. Različite vrste rizika, poput vanjskih (koji proizlaze iz prirodnih čimbenika) i proizvedenih (koji nastaju ljudskim djelovanjem), imaju različite društvene i političke posljedice, a razumijevanje tih razlika pomaže u razjašnjavanju kako se javnost informira o rizicima i prijetnjama. Posebno u kontekstu globalnih kriza, poput pandemije bolesti COVID-19, analize rizika omogućuju bolje razumijevanje dinamičnosti medijskog izvještavanja, koje odražava kako prirodni i proizvedeni rizici postaju relevantni za javnost i oblikuju javnu percepciju.

Upravo pandemija bolesti COVID-19 služi kao primjer kako globalni rizici – poput bioloških prijetnji, ali i političkih i ekonomskih čimbenika koji omogućuju širenje bolesti – postaju ključne teme u medijskom izvještavanju. Mediji su prikazivali pandemiju ne samo kao zdravstvenu prijetnju nego i kao društveni izazov – raspravljalo se o odgovornosti vlasti, ponašanju pojedinaca, mjerama zaštite i slično. Proučavanje medijskog prikaza tih rizika omogućuje dublje razumijevanje toga kako se prijetnje konstruiraju i kako mediji oblikuju narative o opasnostima, odgovornosti i kontrolama. Kroz analizu kako su se različiti rizici prikazivali u medijima, ovaj doktorski rad može pomoći u razumijevanju promjena u narativima i tonovima medijskog izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19, te uvidu u ulogu koju mediji igraju u oblikovanju percepcije rizika u hrvatskom društvu.

Za kraj ovog poglavlja o riziku, potrebno je istaknuti da su različiti teoretičari rizika komentirali i razmatrali pandemiju bolesti COVID-19 u kontekstu svojih teorijskih okvira. Nicholas A. Christakis u knjizi *Apollo's Arrow* (2020.) analizira kako je pandemija utjecala na društvo, promatrajući promjene u društvenim normama i institucijama kroz sociološku perspektivu globalnih zdravstvenih rizika. Christakis u ovom kontekstu razmatra kako društvo percipira i upravlja rizicima u doba pandemije, što je relevantno za analizu medijskog izvještavanja koje oblikuje javnu percepciju krize.

Marko Kovačić (2020.) naglašava kako je rizik postao ključni element u globaliziranim društvima, gdje tehnološki napredak i globalne povezanosti stvaraju nove prijetnje i nesigurnosti, poput pandemije COVID-19. Kovačićev rad može poslužiti kao temelj za razumijevanje kako su globalne povezanosti omogućile širenje rizika i kako je medijsko izvještavanje na tom polju oblikovalo percepciju rizika u društvu.

Meho Karavdić (2022.) nadovezuje se na Beckovu teoriju društva rizika i tvrdi da pandemija bolesti COVID-19 nije tek slučajna ili izolirana pojava, nego rezultat strukturnih karakteristika suvremenog društva. Prema njegovoj analizi, pandemija je proizvod globalizirane ekonomije utemeljene na logici profita, nekontrolirane znanstvene proizvodnje i nedostatka odgovornog upravljanja prirodnim resursima. U tom kontekstu, COVID-19 otkriva duboke slabosti suvremenih društava, posebno njihovu nesposobnost da se suoče s rizicima koje su sami proizveli. Karavdić (2022.) smatra da je upravo odnos prema znanosti simptomatičan – ona se sve više koristi kao sredstvo za održavanje moći, umjesto da služi društvenoj dobrobiti. Takvo stanje potvrđuje Beckovu tezu o refleksivnoj modernosti: sustavi modernizacije proizvode vlastite prijetnje koje se šire globalno i koje nadilaze institucionalne kapacitete za učinkovito upravljanje.

Stipe Tadić, Erik Brezovec i Iva Tadić (2022: 49) u empirijskom istraživanju u kojemu je sudjelovalo 185 sudionika ispitivali su razne stavove sudionika prema pandemiji bolesti COVID–19 i cijepljenju te njihovu povezanost s dimenzijom religioznosti, posljedice pandemije na psihički život sudionika i zaštitne čimbenike koji pomažu u nošenju s tim posljedicama. Autori ističu da društvo tijekom pandemije nije donosilo odluke samo na temelju znanstvenih spoznaja. Naprotiv, mnoge su se odluke temeljile na vrijednostima, osjećajima, uvjerenjima – što oni nazivaju „aksiološkom racionalnošću“ (Tadić, Brezovac i Tadić, 2022: 53). Pandemija nas je tako podsjetila da, osim brojki i podataka, postoje i pitanja solidarnosti, povjerenja i društvene odgovornosti koja oblikuju način na koji se ponašamo u krizama. U suvremenom društvu rizika, osobito tijekom pandemije COVID-19, sve je izraženija napetost između dva načina suočavanja s nesigurnostima: instrumentalne racionalnosti, koja se temelji na znanstvenim i tehničkim rješenjima, i aksiološke racionalnosti, koja polazi od vrijednosti, uvjerenja i smisla. Ove dvije perspektive često se suprotstavljaju, što može dovesti do polarizacije društva i pojačavanja konflikata, osobito u situacijama kada nema prostora za dijalog i međusobno razumijevanje (Tadić, Brezovac i Tadić, 2022: 62). Tadić, Brezovac i Tadić (2022: 62) upozoravaju da dominacija jedne racionalnosti nad drugom, bez uvažavanja njihove međuovisnosti, produbljuje podjele u društvu. Pandemija se u tom smislu pokazala kao test za modernost, jer je pokazala ograničenja isključivo znanstvenog pristupa u upravljanju krizom, ali i važnost uključivanja etičkih, duhovnih i kulturnih dimenzija u razumijevanje rizika. Umjesto jednoumnog odgovora, potreban je dijalog između znanosti i vrijednosti, koji bi omogućio stvaranje društva otpornijeg na rizike i manje sklonom isključivanju drukčijih pogleda na svijet.

Kada sve to uzmemo u obzir, postaje jasno da razumijevanje rizika – posebice kroz prizmu medijskog izvještavanja – može puno reći o tome kako društvo doživljava prijetnje i kako ih komunicira. Mediji ne prenose samo činjenice, nego pomažu stvoriti okvir unutar kojeg javnost tumači što je opasno, tko je odgovoran i što bi trebalo učiniti. Zato su teorijska razmišljanja o riziku korisna za analizu medijskih narativa – jer nam pomažu razumjeti ne samo sadržaj vijesti nego i njihove šire društvene posljedice.

Upravo u tom kontekstu važno je sagledati pojavu tzv. „infodemije" – prekomjernog širenja informacija, uključujući netočne i obmanjujuće sadržaje, koji su u pandemijskom okruženju dodatno zamaglili granicu između vjerodostojnih podataka i dezinformacija (Lesinger, 2021.; Bulatović i Bulatović, 2021.; Rutović, 2021.; Šušnjara i Vejić, 2021.).

Pandemija bolesti COVID-19 nije predstavljala samo zdravstvenu, nego i informacijsku krizu. Mediji i digitalne platforme, uz društvene mreže i aplikacije za razmjenu poruka, postali su glavni prostori u kojima su se oblikovali, prenosili i međusobno sukobljavali različiti narativi o virusu, mjerama zaštite i cjepivu. U nastavku se analizira kako je infodemija oblikovala javni diskurs i kakav je bio utjecaj medijskih poruka na povjerenje građana, prihvaćanje mjera i društvenu koheziju.

6.4. „Infodemija" i medijski narativi o pandemiji COVID-19

Čovječanstvo se kroz povijest, osim s epidemijama i pandemijama, suočavalo i s dezinformacijama koje, prema Blanuši i suradnicima (2023: 19) „prijete pojedincima, političkim sustavima te čitavim ekonomijama i društvima". Danas smo, kako navode autori, vjerojatno izloženi najvećem obujmu dezinformacija u povijesti (Watson, 2022., prema Blanuša i dr., 2023.).

Pandemija bolesti COVID-19 dodatno je potaknula širenje netočnih informacija, stvarajući okruženje pogodno za oblikovanje i širenje dezinformacijskih narativa. U takvom kontekstu, društvene mreže i digitalne platforme postale su ključni komunikacijski kanali kroz koje su se ti sadržaji širili i dosezali široku publiku (Blanuša i dr., 2023.; Kosho, 2021.).

Pandemija bolesti COVID-19 bila je prva globalna zdravstvena kriza u kojoj su digitalne tehnologije i društvene mreže imale ključnu ulogu u informiranju, povezivanju i mobilizaciji građana (World Health Organization, 2020.; Islam i dr., 2020.; Caulfield, 2020.). Međutim, iste su tehnologije omogućile i širenje tzv. „infodemije" – prekomjerne količine informacija, uključujući netočne i obmanjujuće sadržaje, koji su otežavali javnozdravstveni

odgovor i podrivali povjerenje u institucije (Islam i dr., 2020; Scales, Gorman i Jamieson, 2021.; GONG, 2023.).

Prema zajedničkoj izjavi Ujedinjenih naroda (UN), Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) i partnerskih agencija iz rujna 2020. godine, „infodemija" uključuje i namjerne pokušaje dezinformiranja javnosti u svrhu destabilizacije zdravstvenih mjera ili promicanja alternativnih političkih i ideoloških ciljeva (WHO, 2020.). Takvi sadržaji mogu imati ozbiljne posljedice – od ugrožavanja mentalnog i fizičkog zdravlja, preko smanjene učinkovitosti javnozdravstvenih mjera, do poticanja stigmatizacije i polarizacije javnog prostora. U toj je izjavi naglašena potreba za koordiniranim djelovanjem u borbi protiv dezinformacija (WHO, 2020.). Posebno se ističe važnost razvoja nacionalnih strategija za upravljanje infodemijom, osiguravanja pravodobnog i točnog informiranja temeljenog na znanosti, uključivanja lokalnih zajednica te suradnje s medijima i digitalnim platformama.

Uloga medija tijekom pandemije bolesti COVID-19 bila je višestruka. Osim prenošenja informacija, mediji su se nastojali suprotstaviti i širenju dezinformacija, odnosno „infodemiji" (Lesinger, 2021.). Građani su informacije o virusu, mjerama i preporukama primarno dobivali putem televizije, elektroničkih publikacija i društvenih mreža, što je stvorilo okruženje u kojem su se istodobno širile i točne i netočne informacije. Mediji su u početku omogućili bržu reakciju i informiranost, ali istodobno su otvorili prostor za paniku, javno nepovjerenje i razvoj teorija zavjere. Termin „infodemija" sve se češće koristio za opis preobilja informacija, odnosno „prevelike količine informacija" koje nije uvijek bilo lako provjeriti (Lesinger, 2021: 18).

Prema Gordani Lesinger (2021: 19), „epidemija koronavirusa, koja je potekla iz kineskog grada Wuhana, može se smatrati prvom 'infodemijom'". Nakon zdravstvene pandemije uslijedila je pandemija dezinformacija, a mediji su pritom postali ključan čimbenik u oblikovanju načina na koji su ljudi doživljavali krizu. U hrvatskom i regionalnom kontekstu, tradicionalni mediji pokušavali su se boriti s infodemijom nastojeći provjeravati informacije i balansirati između službenih izvora i objava s društvenih mreža, ali često su bili preplavljeni količinom netočnih, senzacionalističkih i kontradiktornih informacija (Lesinger, 2021.).

U takvom informacijskom okruženju postalo je iznimno teško razlikovati točne i vjerodostojne informacije od netočnih i manipulativnih sadržaja. S tim izazovima suočavali su se i profesionalni mediji i novinari, kao i sama publika. Istraživanja pokazuju da su novinari u kriznim situacijama često odstupali od osnovnih načela novinarstva, a medijski prostor ispunjen je bio interpretacijama i emocijama, što je dodatno pojačalo fenomen „informacijskog poremećaja" (Wardle, 2019., prema Bulatović i Bulatović, 2021.).

Ono što dodatno komplicira fenomen infodemije jest njezin emocionalni i psihološki učinak. Željko Rutović (2021.) upozorava na „medijsku prodaju straha“ kao oblik instrumentalizacije informacija, u kojoj se strah koristi kao sredstvo privlačenja pozornosti i održavanja kontrole nad publikom. Prema njegovoj analizi, strah postaje visoko profitabilna roba u suvremenim medijskim uvjetima, što dovodi do pojačanog širenja teorija zavjere, manipulacija i društvenih podjela.

Ljiljana Lj. Bulatović i Goran Bulatović (2021.) analiziraju infodemiju kroz prizmu „epidemijske psihologije“, ističući kako je širenje moralne panike, stigmatizacije i teorija zavjere djelovalo kao društveni mehanizam kontrole, ali i frustracije. Posebnu ulogu imala je emocionalna dimenzija izvještavanja – gdje su dominirale emocije straha i ljutnje, uz slabljenje objektivnih novinarskih standarda.

Ivana Marasović Šušnjara i Maja Vejić (2021.) također ističu da su mediji često podlegli pritiscima tržišnog poslovanja te senzacionalističkog izvještavanja, čime su dodatno narušili javno povjerenje u znanstvene autoritete, legitimnost zdravstvenih preporuka te učinkovitost javnozdravstvenih mjera. „Infodemija“ je, prema Marasović Šušnjara i Vejić (2021.), imala i dugoročne posljedice na povjerenje u institucije i znanost.

Infodemija nije predstavljala samo komunikacijski, nego i pravni i sigurnosni izazov. Širenje dezinformacija tijekom pandemije moglo je dovesti do ugrožavanja zdravlja građana, poticanja kršenja epidemioloških mjera te potkopavanja institucionalnog povjerenja (Pilić i Pilić, 2021.). S obzirom na to, borba protiv infodemije zahtijeva više od medijske pismenosti – ona traži integriran pristup koji uključuje političke aktere, znanstvenu zajednicu i medije.

Tijekom pandemije bolesti COVID-19, hrvatski medijski prostor bio je preplavljen dezinformacijama i teorijama zavjere koje su se širile putem elektroničkih publikacija, društvenih mreža i aplikacija za razmjenu poruka (Feldvari, Mićunović i Blagović, 2022.). Istraživanje Kristine Feldvari, Milijane Mićunović i Marije Blagović (2022.) analiziralo je 4576 komentara na temu cijepljenja i cjepiva protiv bolesti COVID-19, objavljenih u elektroničkim publikacijama i društvenoj mreži *Facebook*. Unutar negativnih komentara, 35,84 % odnosilo se na teorije zavjere, dok je 20,90 % sadržavalo dezinformacije. Najčešće su se pojavljivale tvrdnje o navodnom čipiranju putem cjepiva, sumnje u učinkovitost i sigurnost cjepiva te osporavanje samog postojanja virusa.

Istodobno su se pojavile i druge teorije zavjere, uključujući one koje su tvrdile da 5G mreža uzrokuje ili širi COVID-19. Takve su se tvrdnje širile i u Hrvatskoj, ponajprije putem društvenih mreža i komentara ispod članaka na elektroničkim publikacijama poput Index.hr i 24sata.hr. Sličan primjer čine preporuke za liječenje virusa vitaminom C ili češnjakom, koje

su se često dijelile na društvenoj mreži *Facebook*, a potom prenosile i putem manjih elektroničkih publikacija. Mogu se navesti i teorije zavjere koje povezuju Billa Gatesa s pandemijom i kampanjama cijepljenja, a koje su također bile prisutne u Hrvatskoj. Primjerice, jedan članak na Index.hr raspravlja o nepovjerenju dijela javnosti prema medijima i širenju različitih teorija zavjere, uključujući i one koje tvrde da je pandemija izmišljena te da iza nje stoje figure poput Billa Gatesa i Georgea Sorosa (Duhaček, 2020.). Ove su se tvrdnje širile putem društvenih mreža i komentara na članke, najčešće bez ikakve znanstvene osnove.

Ovi primjeri ilustriraju kako su dezinformacije i teorije zavjere oblikovale javni diskurs o pandemiji u Hrvatskoj, potkopavajući povjerenje u znanstvene i zdravstvene autoritete te otežavajući provedbu javnozdravstvenih mjera. U konačnici, infodemija se tijekom pandemije bolesti COVID-19 pokazala kao paralelna kriza koja je dodatno otežala učinkovitu zdravstvenu, društvenu i političku reakciju.

6.4.1. Uloga Vlade RH u oblikovanju medijskog izvještavanja tijekom pandemije bolesti COVID-19

U razdoblju izbijanja pandemije, mediji nisu služili samo kao prenosioci informacija, nbego su aktivno oblikovali percepciju ozbiljnosti situacije. U nekim su državama informacije korištene za mobilizaciju društva, dok su u drugima izazivale zbunjenost i otpor. Pokazalo se da činjenice same po sebi nisu dovoljne – ključno je na koji način se one prezentiraju i kako ih javnost interpretira.

U tom kontekstu, tijekom početnih faza odgovora na pandemiju, predsjednik Vlade Republike Hrvatske Andrej Plenković sazvao je 17. ožujka 2020. sastanak s predstavnicima vodećih medija, na kojem su urednicima dane upute o načinu izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19. Na sastanak su bili pozvani glavni urednici tiskanih izdanja, nacionalnih televizijskih i radijskih kuća. Međutim, urednici relevantnih digitalnih medija, poput Index.hr i Telegram.hr, kao i predstavnici Sindikata novinara Hrvatske i Hrvatskog novinarskog društva, nisu bili pozvani (Ćimić, 2020.).

Prema službenom odgovoru Vlade Republike Hrvatske novinaru Index.hr od 12. lipnja 2020., sastanak je sazvan s ciljem rasprave o mjerama u borbi protiv epidemije, zajedničkoj odgovornosti u suzbijanju širenja lažnih vijesti te osiguravanju pravodobnog i točnog informiranja javnosti o svim aspektima krize (Ćimić, 2020.).

Na sastanku održanom u prostorijama Vlade Republike Hrvatske 17. ožujka 2020. sudjelovali su glavni urednici i glavne urednice najvažnijih nacionalnih tiskanih i elektroničkih medija, uključujući Jutarnji list, Večernji list, Novi list, Slobodnu Dalmaciju, Glas

Slavonije, 24sata, Nacional, Globus, Lider, Hrvatski radio, Media servis, N1, Al Jazeera Balkans, HTV, RTL i NOVA TV.

Uz predsjednika Vlade, na sastanku su sudjelovali i visoki dužnosnici Vlade Republike Hrvatske: potpredsjednici zaduženi za unutarnje poslove, obranu i financije, ministrica kulture, ministrica znanosti i obrazovanja, ministar zdravstva te ministar hrvatskih branitelja.

Tijekom sastanka, predstavnici Vlade RH izrazili su zabrinutost zbog naglog pada prihoda medijskih kuća, koji je bio posljedica smanjenog interesa oglašivača uslijed izvanredne situacije. Posebno je istaknuta mogućnost pružanja financijske pomoći medijskom sektoru radi ublažavanja negativnih posljedica na plaće novinara i stabilnost medijskog tržišta.

Ovakvi sastanci, iako opravdani kriznim okolnostima, izazivaju pitanja o granici između institucionalne koordinacije i potencijalnog utjecaja na medijsku autonomiju, što otvara prostor za daljnju analizu odnosa između političke moći i medija u uvjetima izvanrednih stanja (Grbeša, 2020.).

7. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA O IZVJEŠTAVANJU O PANDEMIJI BOLESTI COVID-19

U ovom poglavlju pruža se pregled dostupnih hrvatskih i međunarodnih istraživanja koja su analizirala obrasce medijskog izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19, s naglaskom na interpretativne okvire (*framing*), oblikovanje medijske agende (*agenda-setting*), pristranost vijesti (*news bias)* te ulogu medija u oblikovanju javne percepcije pandemije.

7.1. Istraživanja medijskog izvještavanja o pandemiji COVID-19 u međunarodnom kontekstu

Pandemija bolesti COVID-19 pokrenula je opsežan val međunarodnih istraživanja o ulozi medija u oblikovanju javnog razumijevanja krize. Analizom dosadašnjih studija moguće je izdvojiti nekoliko ključnih obilježja:

1. Uokvirivanje (*framing*) pandemije najčešće je obuhvaćalo interpretativne okvire straha, odgovornosti i ljudskog interesa, uz istodobno naglašavanje elemenata krize i katastrofe (Rooke, 2021.; Hossain, Wahab i Khan, 2022.; Poirer i dr., 2020., Phillips i dr., 2021.; Okorie, 2022.; Ogbodo i dr., 2020.; Ittefaq i dr., 2025.).
2. Uloga političkih i institucionalnih aktera bila je značajno naglašena, pri čemu su brojna istraživanja analizirala izvještavanje o vladinim odgovorima, mjerama i institucionalnim propustima (Hayek, 2024.; Hart, Chinn i Soroka, 2020.).
3. Fenomen „infodemije" (širenje dezinformacija) istaknut je kao globalni izazov koji su mediji istodobno pokušavali suzbijati, ali ga i nesvjesno širili (Pennycook i dr., 2020.; Mourad i dr., 2020.; LaPoe i dr., 2021.).
4. Polarizacija izvještavanja, osobito izražena u Sjedinjenim Američkim Državama, dodatno je produbila političke podjele i nepovjerenje u znanstvene i zdravstvene institucije (Motta, Stecula i Farhart, 2020.; Calvillo i dr., 2020.).
5. Strategije izvještavanja u različitim zemljama i kontekstima — način prenošenja informacija o krizi uvelike se razlikovao ovisno o političkom, kulturnom i medijskom kontekstu (Milutinović, 2021.; Nerlich i Jaspal, 2021.).

Kako bi se bolje razumjela uloga medija u oblikovanju diskursa o pandemiji bolesti COVID-19, u nastavku će biti analizirana međunarodna istraživanja koja su obuhvatila različite aspekte izvještavanja, uključujući interpretativne okvire, ulogu političkih i

institucionalnih aktera, fenomen „infodemije", polarizaciju medijskog prostora i strategije izvještavanja u različitim zemljama i kontekstima.

7.1.1. Okviri straha, odgovornosti i ljudskog interesa u prikazu pandemije

U članku *A Computer-Based Text Analysis of Al Jazeera, BBC, and CNN News Shares on Facebook: Framing Analysis on Covid-19 Issues* (Hossain, Wahab i Khan, 2022.) analizirani su narativi o pandemiji koje su tri globalna medija – Al Jazeera English, BBC News i CNN – oblikovala putem svojih objava na društvenoj mreži *Facebook* u razdoblju od 13. do 20. travnja 2020. Korištenjem teorije uokvirivanja (*framing*) i računalne analize teksta putem softvera *MAXQDA*, autori su analizirali 105 tekstualnih objava, ukupno 89 465 riječi, kako bi identificirali obrasce uokvirivanja. Identificirano je šest različitih okvira, od kojih su četiri zajednička svim medijima, a dva specifična za pojedine izvore. Utvrđeno je da su mediji upotrebljavali okvir odgovornosti, usmjeravajući pozornost na ulogu vlada u upravljanju krizom; okvir ljudskog interesa kroz naglašavanje utjecaja pandemije na svakodnevni život; okvir sukoba u kontekstu političkih neslaganja i kritika; te okvir ekonomskih posljedica kroz isticanje gospodarskih izazova proizašlih iz pandemije.

Za razliku od globalnog konteksta, istraživanje provedeno u okviru ovog doktorskog rada fokusira se na način uokvirivanja pandemije u nacionalnim medijima. Istraživanje medijskih narativa o pandemiji COVID-19 u hrvatskim elektroničkim publikacijama također se temelji na teoriji uokvirivanja kao analitičkom pristupu. Dok se Hossain i suradnici usredotočuju na međunarodne medije i njihove objave na društvenim mrežama, ovo istraživanje pruža uvid u nacionalni kontekst i načine na koje hrvatski mediji oblikuju percepciju pandemije. Može se zaključiti da oba istraživanja primjenjuju teoriju uokvirivanja u analizi medijskih sadržaja te identificiraju slične okvire – poput odgovornosti, ljudskog interesa i ekonomskih posljedica – pri čemu kontekst i specifičnosti nacionalnih medija uvjetuju razlike u načinu uokvirivanja vijesti.

Analiza *Alternative media framing of COVID-19 risks* Martina Rookea (2021.) dodatno ilustrira razlike između alternativnih i glavnostrujaških izvora u uokvirivanju pandemije. Rooke koristi okvir teorije društvenog pojačavanja rizika (*Social Amplification of Risk Framework* – SARF) kako bi prikazao strategije komunikacije rizika koje se pojavljuju izvan institucionaliziranih medija. U središtu njegove analize nalaze se narativi koji umanjuju ozbiljnost pandemije, delegitimiziraju znanstveni i institucionalni autoritet te potiču osjećaj straha, nepovjerenja i polarizacije. Za razliku od britanskih alternativnih izvora, hrvatske

elektroničke publikacije pokazale su visoku razinu oslanjanja na službene izvore i znanstvenu stručnost, uz dominaciju okvira ljudskog interesa i odgovornosti. Prisutnost teorija zavjere i negiranja pandemijskih mjera bila je marginalna. Također, dok su alternativni mediji, prema Rookeu, često koristili emocionalno zasićene poruke u svrhu političke mobilizacije ili ideološkog pozicioniranja, hrvatski su mediji – iako su u pojedinim fazama oblikovali poruke koje su sadržavale vrijednosne sudove glavnih aktera – općenito zadržavali informativan i racionalan ton. Ključna razlika očituje se i u vrsti prisutnih interpretativnih i metaokvira. Rooke identificira okvire nepovjerenja, žrtve i represije, dok su u hrvatskom kontekstu najzastupljeniji bili metaokviri straha i brige za zdravlje nacije. Politički i ekonomski okviri u hrvatskim su medijima bili znatno manje zastupljeni nego u analiziranim alternativnim izvorima iz Ujedinjenog Kraljevstva.

Pored britanskog konteksta, korisno je promotriti i pristupe u drugim zemljama kako bi se uočili globalni obrasci i razlike. U australskom istraživanju *The victims, villains and heroes of 'panic buying': News media attribution of responsibility for COVID-19 stockpiling* Tarryn Phillips, Carmen Vargas, Melisse Graham, Danielle Couch i Deborah Gleeson (2021.) analizirani su medijski narativi o tzv. fenomenu *panic buying*. Mediji su često prikazivali potrošače nižeg socioekonomskog statusa i etnički raznolike skupine kao glavne krivce za nestašice, koristeći dehumanizirajući jezik. Supermarketi su, nasuprot tome, prikazivani kao žrtve ili heroji koji nude rješenja. Za razliku od toga, hrvatski su mediji uglavnom zadržavali neutralan ton i oslanjali se na stručne izvore, bez izražene političke polarizacije.

Sličan pristup uočen je i u istraživanju *Global Media Framing, COVID-19 and the Issue of Vaccination* Okorieja (2022.) koje je pokazalo da globalni mediji dominantno koriste okvire sukoba i odgovornosti, osobito u kontekstu sigurnosti cjepiva. Hrvatski mediji slično su naglasili odgovornost institucija i pojedinaca, dok je okvir straha implicitno prisutan kroz naglašavanje ozbiljnosti zdravstvenih rizika. Time se potvrđuju univerzalni obrasci u kriznom izvještavanju, uz zadržavanje lokalnih specifičnosti.

U radu Ogbodoa i suradnika (2020.), *Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19*, utvrđeno je da je okvir straha često prisutan u globalnim medijima. U hrvatskim elektroničkim publikacijama okvir straha nije bio dominantan, ali se pojavljivao kao metaokvir kroz isticanje ozbiljnosti rizika, identificiran u trećini analiziranih članaka. Iako nije bio sustavno promoviran, okvir straha bio je prisutan kroz strategije koje su podupirale percepciju ozbiljnosti prijetnje.

U komparativnom istraživanju Ittefaqa i suradnika (2025.) koje obuhvaća Kinu, Južnu Koreju, SAD i UK, utvrđene su razlike u novinarskim kulturama koje utječu na izbor okvira.

Zapadni mediji češće koriste poruke straha, dok je u azijskim medijima taj pristup rjeđi. U hrvatskom kontekstu okvir straha nije zaseban, ali se pojavljuje implicitno kroz naglašavanje zdravstvenih rizika. Oba istraživanja potvrđuju da politički kontekst i novinarska kultura oblikuju ton i fokus izvještavanja.

Slični su nalazi i u studiji Victorije Sophie Teschendorf (2022.) o medijskom uokvirivanju tijekom omikron vala u Njemačkoj, SAD-u i UK-u. Dok su hrvatski mediji isticali ljudski interes i odgovornost, u britanskim i njemačkim medijima često su korišteni emocionalni elementi i moralni sudovi. New York Times je pristupio informativnije i suzdržanije. U hrvatskim medijima pandemija se prikazivala kao stalna prijetnja, slično kao i u The Guardianu i Süddeutsche Zeitungu, dok je politička polarizacija bila manje izražena. Hrvatske elektroničke publikacije najčešće su citirale službene izvore, dok su britanski mediji češće uključivali glasove građana.

Zaključno**,** iako su analize medijskog izvještavanja o pandemiji COVID-19 u različitim zemljama — uključujući Hrvatsku, Njemačku, Sjedinjene Američke Države i Ujedinjeno Kraljevstvo — ukazale na specifične obrasce uokvirivanja pandemije kroz okvire straha, odgovornosti, ljudskog interesa i političke polarizacije, Zinnov doprinos (2021.) omogućuje dublje razumijevanje tih razlika. Njegov sociološki pogled na pandemije kao krizne situacije koje razotkrivaju i produbljuju postojeće društvene nejednakosti, te ih oblikuju u skladu s povijesnim i političkim kontekstima pojedinih društava, pruža važan teorijski okvir. U tom smislu, različiti medijski narativi nisu tek rezultat medijske logike, nego i odraz dubljih društvenih struktura, vrijednosnih sustava i institucionalnih reakcija koje variraju od zemlje do zemlje.

7.1.2. Uloga političkih i institucionalnih aktera u uokvirivanju pandemije bolesti COVID-19

U međunarodnim istraživanjima o medijskom izvještavanju tijekom pandemije bolesti COVID-19 značajnu ulogu imali su politički i institucionalni akteri. Analize su pokazale da je izvještavanje često bilo usmjereno na reakcije vlada, donošenje epidemioloških mjera, upravljanje krizom, kao i na identifikaciju propusta i preporuka za javnozdravstveno djelovanje. Način na koji su politički i institucionalni subjekti prikazivani u medijima imao je važan utjecaj na oblikovanje javnog mišljenja, povjerenje u institucije i prihvaćanje epidemioloških mjera.

U istraživanju *Media Framing of Government Crisis Communication During Covid-19* (Hayek, 2024) analizirano je kako su dnevne novine u pet europskih zemalja izvještavale o

vladinim konferencijama za medije tijekom prve faze pandemije COVID-19. Studija se fokusirala na dva ključna pitanja:

1. Je li došlo do efekta „okupljanja oko zastave“ među novinarima (*rally-around-the-flag effect*)[17] tijekom pandemije?
2. Kako su vladine konferencije za medije utjecale na važnost i ton u novinskim komentarima?

Rezultati su pokazali da su vladine konferencije za medije bile ključni alat u oblikovanju medijskog izvještavanja, naglašavajući hitnost i ozbiljnost situacije. Međutim, način na koji su novine reagirale na ove konferencije varirao je ovisno o zemlji, tipu novina i fazi pandemije. U nekim slučajevima, novinari su pokazali tendenciju okupljanja oko vladinih poruka, dok su u drugim slučajevima bili kritičniji, posebno kako je pandemija napredovala.

Ova studija ističe važnost razumijevanja kako politički i institucionalni akteri koriste medije za komunikaciju tijekom kriza i kako mediji, zauzvrat, oblikuju te poruke u javnom diskursu.

P. Sol Hart, Sedona Chinn i Stuart Soroka (2020) u radu *Politicization and Polarization in COVID-19 News Coverage* analizirali su razinu politizacije i polarizacije u medijskom izvještavanju tijekom ranih faza pandemije bolesti COVID-19 u Sjedinjenim Američkim Državama.

Metodologija istraživanja obuhvatila je analizu 6985 novinskih članaka i televizijskih priloga objavljenih između ožujka i svibnja 2020. godine. Rezultati su pokazali da je novinsko izvještavanje bilo izrazito politizirano, s učestalim spominjanjem političara češće nego znanstvenika. S druge strane, televizijsko izvještavanje pokazalo je nižu razinu politizacije, s uravnoteženijim prikazom političkih i znanstvenih aktera. Oba medijska formata pokazala su visoku razinu polarizacije, pri čemu su se u jeziku izvještavanja uočavale razlike u odnosu na političku pripadnost stranaka. Autori zaključuju da su politizacija i polarizacija u izvještavanju potencijalno pridonijele podjelama u javnom mišljenju o pandemiji.

U usporedbi s rezultatima ovoga istraživanja, analiza hrvatskih elektroničkih publikacija pokazala je znatno nižu razinu politizacije i polarizacije. Dominantni interpretativni okviri u hrvatskim medijima bili su okvir ljudskog interesa i okvir odgovornosti, uz isticanje zdravstvenih rizika, zaštitnih mjera i stručnih analiza. Iako je

[17] Efekt okupljanja oko zastave (*rally-around-the-flag effect*) odnosi se na tendenciju smanjene kritičnosti medija prema vlastima i jačanja nacionalne kohezije u kriznim situacijama, poput pandemija, ratova ili terorističkih napada. Tijekom takvih događaja medijsko izvještavanje često ističe zajedništvo i podršku vladinim mjerama, a umanjuje političke podjele (Mueller, 1970.).

politička odgovornost povremeno bila tema izvještavanja, nije zabilježena izražena politizacija niti podjela slična onima utvrđenima u američkom kontekstu. Hrvatski mediji u većoj su se mjeri oslanjali na informacije stručnjaka i zdravstvenih institucija, čime su pridonijeli uravnoteženijem i manje polariziranom javnom diskursu.

7.1.3. „Infodemija" kao globalni izazov u međunarodnim istraživanjima

„Infodemija" – širenje prekomjerne količine informacija, uključujući dezinformacije i lažne vijesti – istaknuta je kao jedan od ključnih globalnih izazova s kojima su se mediji suočili tijekom pandemije bolesti COVID-19. U kontekstu pandemije, infodemija je dodatno otežavala napore javnog zdravstva u borbi protiv virusa, jer su se netočne informacije širile jednako brzo, a ponekad i brže, od provjerenih vijesti. Gordon Pennycook, Jonathon McPhetres, Yunhao Zhang, Jackson G. Lu i David G. Rand (2020.) u radu *Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention* analizirali su načine smanjenja širenja dezinformacija o pandemiji bolesti COVID-19 na društvenim mrežama. Metodologija istraživanja temeljila se na eksperimentalnoj studiji s više od 1600 sudionika. Istraživači su ispitali učinkovitost jednostavnih intervencija, odnosno „poticaja na razmišljanje o točnosti informacija", kako bi utvrdili mogu li takvi poticaji smanjiti dijeljenje dezinformacija na društvenim mrežama. Glavni nalazi istraživanja pokazali su da su sudionici koji su potaknuti da razmisle o točnosti informacija bili značajno manje skloni dijeljenju netočnih sadržaja. Studija je zaključila da čak i jednostavne intervencije mogu imati mjerljiv učinak u smanjenju širenja lažnih informacija o pandemiji na društvenim mrežama.

Usporedba s rezultatima istraživanja provedenog u okviru ovoga doktorskog rada pokazuje sličnosti u naglašavanju važnosti točnih i odgovorno prenesenih informacija tijekom pandemije. Iako se Pennycook i suradnici fokusiraju na ponašanje korisnika društvenih mreža, a istraživanje hrvatskih elektroničkih publikacija provedeno u okviru ovog doktorskog rada na analizu sadržaja elektroničkih publikacija, zajedničko je isticanje potrebe za pouzdanim informiranjem kao ključnim elementom u odgovoru na pandemijsku krizu.

Azzam Mourad, Ali Srour, Haidar Harmanani, Cathia Jenainati i Mohamad Arafeh (2020.) u članku *Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions* analiziraju otprilike milijun tweetova vezanih uz pandemiju COVID-19, prikupljenih u ranoj fazi pandemije. Fokus istraživanja je na dinamici širenja dezinformacija i „infodemije" na društvenoj mreži *Twitter*, pri čemu zaključuju da su netočne i zbunjujuće informacije ometale napore u borbi protiv pandemije i

narušavale povjerenje u službene izvore. Studija pokazuje kako su društvene mreže, zbog svoje viralne prirode, djelovale kao pojačivači „infodemije“, stvarajući paralelni informacijski prostor.

Članak *Politics, Power and a Pandemic: Searching for Information and Accountability During a Twitter Infodemic* Benjamina R. LaPoea, Candi S. Carter Olson, Victorije L. LaPoe, Parula Jaina, Allyson Woellert i Aarona Longa (2021.) analizira širenje informacija i dezinformacija na društvenoj mreži *Twitter* tijekom ranih faza pandemije COVID-19. Korištenjem teorije medijatizacije, istraživači su proučavali oko 800 000 tweetova povezanih s pandemijom kako bi razumjeli kako se informacije oblikuju i dijele na društvenim mrežama. Studija otkriva da su tijekom pandemije društvene mreže postale ključni kanali za širenje i točnih informacija i dezinformacija. Analiza pokazuje kako su različiti akteri, uključujući političare, medije i obične korisnike, koristili platformu za oblikovanje narativa o pandemiji, često s ciljem političke mobilizacije ili širenja nepovjerenja prema institucijama.

7.1.4. Polarizacija izvještavanja u nekim državama

Polarizacija izvještavanja u nekim državama, osobito u Sjedinjenim Američkim Državama, dodatno je produbila političke podjele i nepovjerenje u znanstvene i zdravstvene institucije (Motta, Stecula i Farhart, 2020.).

Jedno od značajnih istraživanja koje se bavilo odnosom između političke orijentacije medija i širenja dezinformacija tijekom pandemije bolesti COVID-19 proveli su Matthew Motta, Dominik Stecula i Christina E. Farhart (2020.). U radu *How Right-Leaning Media Coverage of COVID-19 Facilitated the Spread of Misinformation in the Early Stages of the Pandemic in the U.S.* analizirana je uloga konzervativno orijentiranih medija u Sjedinjenim Američkim Državama tijekom ranih faza pandemije. Rezultati su pokazali da su konzervativni mediji, poput *Fox Newsa,* često umanjivali ozbiljnost pandemije, promovirali teorije zavjere te širili netočne informacije o virusu. Posljedično, publika koja je konzumirala sadržaje desno orijentiranih medija bila je sklonija vjerovati dezinformacijama i pokazivala je nižu razinu povjerenja u znanstvene i zdravstvene institucije. Ova polarizacija u medijskom izvještavanju dodatno je produbila političke podjele i otežala učinkovitost javnozdravstvenih mjera u borbi protiv pandemije. Usporedba s rezultatima ovoga doktorskog istraživanja ukazuje na značajne razlike. Analiza hrvatskih elektroničkih publikacija nije pokazala izraženu politizaciju izvještavanja niti sustavno širenje dezinformacija o pandemiji. Najčešće korišteni interpretativni okviri u hrvatskim medijima bili su okvir ljudskog interesa i okvir

odgovornosti, s naglaskom na zdravstvene aspekte pandemije, broj zaraženih i umrlih, mjere zaštite i proces cijepljenja. Time se potvrđuje da su hrvatski mediji pokazali veću usmjerenost na informiranje i edukaciju javnosti, za razliku od izražene političke polarizacije karakteristične za američki kontekst.

Usporedba s istraživanjem Dustina P. Calvilla, Bryana J. Rossa, Ryana J. B. Garcije, Thomasa J. Smeltera i Abrahama M. Rutchicka (2020.) naslovljenim *Political Ideology Predicts Perceptions of the Threat of COVID-19 (and Susceptibility to Fake News About It)* pruža dodatnu perspektivu u razumijevanju kako politička ideologija oblikuje percepciju pandemije. Studija je provedena u Sjedinjenim Američkim Državama tijekom ranih faza pandemije i istražuje povezanost između političke orijentacije pojedinaca, njihove percepcije prijetnje koju predstavlja COVID-19 i sklonosti vjerovanju u lažne vijesti o pandemiji. Rezultati istraživanja pokazuju da su konzervativno orijentirani ispitanici percipirali COVID-19 kao manju prijetnju, osjećali se manje ranjivima i bili skloniji vjerovanju da su mediji pretjerali u prikazivanju ozbiljnosti virusa. Također, pokazalo se da su konzervativci bili manje uspješni u razlikovanju stvarnih vijesti od lažnih informacija o pandemiji. Ova povezanost između političke ideologije i percepcije prijetnje dodatno je posredovana razinom znanja o bolesti COVID-19, odobravanjem tadašnjeg predsjednika i navikama konzumacije medijskih sadržaja. Uspoređujući ove nalaze s analizom hrvatskih elektroničkih publikacija, primjećuje se da su hrvatski mediji uglavnom zadržavali neutralan ton i oslanjali se na službene izvore i stručnjake, bez izražene političke polarizacije u izvještavanju o pandemiji. Općenito nije zabilježena značajna povezanost između političke orijentacije i percepcije prijetnje koju predstavlja COVID-19.

Ova usporedba ističe važnost političkog i medijskog konteksta u oblikovanju javne percepcije zdravstvenih kriza. Dok su u američkom kontekstu politička ideologija i medijska polarizacija imali značajan utjecaj na percepciju pandemije, hrvatski medijski prostor karakterizirao je profesionalni pristup i oslanjanje na stručne izvore.

7.1.5. Medijsko uokvirivanje i strategije izvještavanja

Analiza medijskog izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19 u različitim zemljama pokazala je da se način prenošenja informacija o krizi uvelike razlikovao ovisno o političkom, kulturnom i medijskom kontekstu. U ovom dijelu rada prikazuju se nalazi izabranih studija koje su se bavile diskurzivnim strategijama i interpretativnim okvirima u medijskom izvještavanju. Poseban naglasak stavljen je na upotrebu retorike straha, predstavljanja

društvenih mjera i izvora autoriteta, čime se dodatno produbljuje razumijevanje načina na koje su mediji oblikovali javnu percepciju pandemije.

Irina Milutinović (2021.) u radu *Media Framing of COVID-19 Pandemic in the Transitional Regime of Serbia: Exploring Discourses and Strategies* analizirala je načine medijskog uokvirivanja pandemije bolesti COVID-19 u srpskim medijima. Glavni nalazi istraživanja pokazuju da su srpski mediji često koristili različite retoričke resurse kako bi izazvali strah u javnosti i uspostavili disciplinarnu moć nad građanima. Iako su bili prisutni interpretativni okviri odgovornosti i humanog interesa, uočena je i izražena upotreba strategija koje su potencijalno poticale osjećaj nesigurnosti i panike među stanovništvom. Usporedba s rezultatima istraživanja provedenog u okviru ovoga doktorskog rada pokazuje određene sličnosti i razlike. U analiziranim hrvatskim elektroničkim publikacijama također su najčešće korišteni interpretativni okviri ljudskog interesa i odgovornosti, ali za razliku od srpskog konteksta, u hrvatskim medijima nije zabilježena dominantna upotreba retorike straha niti namjerno discipliniranje.

Usporedba s analizom Brigitte Nerlich i Rusi Jaspala (2021.), *Social representations of 'social distancing' in response to COVID-19 in the UK media*, pruža uvid u načine na koje su britanski mediji tijekom ranih faza pandemije oblikovali i prenosili značenje koncepta „socijalnog distanciranja". Korištenjem teorije socijalnih reprezentacija i tematske analize, istraživanje se fokusira na izvještavanje dvaju najčitanijih britanskih tiskovina, The Times i The Sun, u razdoblju od početka ožujka do početka travnja 2020. godine. Analiza otkriva da je koncept „socijalnog distanciranja" u početku bio predstavljen kao prijetnja normalnom životu, kasnije kao prijetnja društvenom poretku, a na kraju kao teret koji treba ukinuti. Mediji su koristili različite metafore i diskurzivne strategije kako bi prenijeli ove reprezentacije, što je utjecalo na javno razumijevanje i prihvaćanje mjera. Uspoređujući ove nalaze s analizom hrvatskih elektroničkih publikacija, primjećuje se da su hrvatski mediji uglavnom zadržavali neutralan ton i oslanjali se na službene izvore i stručnjake, bez izražene političke polarizacije u izvještavanju o pandemiji. Ova usporedba ističe važnost političkog i medijskog konteksta u oblikovanju javne percepcije zdravstvenih kriza. Dok su u britanskom kontekstu mediji koristili različite diskurzivne strategije koje su utjecale na percepciju i prihvaćanje mjera, hrvatski medijski prostor karakterizirao je profesionalni pristup i oslanjanje na stručne izvore, što je rezultiralo homogenijom percepcijom prijetnje među građanima.

7.2. Istraživanja medijskog izvještavanja o pandemiji COVID-19 u hrvatskom kontekstu

Analiza hrvatskih istraživanja medijskog izvještavanja o pandemiji COVID-19 dodatno potvrđuje važnost interpretativnih okvira, novinarskih pristupa i utjecaja medijskih narativa na javnu percepciju tijekom pandemije. Osim toga, ta istraživanja pružaju relevantan analitički okvir za razumijevanje nalaza dobivenih u sklopu ovog doktorskog rada, osobito pri analizi promjena u interpretativnim okvirima i razlika među različitim elektroničkim publikacijama.

Kao i u istraživanjima medijskog izvještavanja u međunarodnom kontekstu, analizom dosadašnjih studija u hrvatskom kontekstu moguće je izdvojiti nekoliko ključnih obilježja:

1. Uokvirivanje pandemije i interpretativni obrasci (Tkalec i Kocijan, 2021.; Holy, 2021.). Istraživanja su se bavila načinima na koje su hrvatski mediji oblikovali narative o pandemiji kroz interpretativne okvire.
2. Uloga medija između informiranja i senzacionalizma (Marasović Šušnjara i Vejić, 2021.; Bulatović i Bulatović, 2021.; Mijatović, 2023.). Analizirana je ambivalentna uloga medija u pružanju točnih informacija, ali i u širenju straha i nesigurnosti kroz senzacionalističke obrasce izvještavanja.
3. „Infodemija" i dezinformacije (Lesinger, 2021.). Istraživanja su ukazala na prisutnost fenomena „infodemije" i naglasila potrebu za odgovornim izvještavanjem i provjerom informacija u kriznim situacijama.
4. Povjerenje u medije i polarizacija javnosti (Henjak i Vuksan-Ćusa, 2023.). Poseban naglasak stavljen je na analizu povjerenja građana u medije i službene izvore te na povezanost političkih stavova s percepcijom pandemije.
5. Medijske navike i pomak prema digitalnim izvorima (Čatipović, 2023.). Utvrđene su promjene u medijskim navikama građana, s jasnim trendom povećanog oslanjanja na elektroničke publikacije i digitalne komunikacijske kanale.
6. Fragmentacija društvene stvarnosti i ontološka sigurnost (Paska, 2021.). Istraživanja su pokazala da je pandemija narušila ontološku sigurnost pojedinaca, što se očitovalo kroz fragmentirani doživljaj stvarnosti i oslabljeno povjerenje u stabilne društvene okvire.

7.2.1. Uokvirivanje pandemije i interpretativni obrasci

Jedno od važnijih istraživanja medijskog izvještavanja tijekom pandemije bolesti COVID-19 u Hrvatskoj provele su Gordana Tkalec i Samanta Kocijan (2021.) u radu

Intertekstualnost i intermedijalnost internetskih medijskih sadržaja o virusu COVID-19. Njihova analiza fokusirana je na način na koji su elektroničke publikacije koristile intertekstualnost i intermedijalnost — povezujući pandemiju s poznatim narativima poput kuge, biblijskih priča, filma *Zaraza* i romana *Oči tame*. Cilj istraživanja bio je pokazati kako povezivanje novih informacija s prethodno poznatim sadržajima pomaže publici da lakše razumije kriznu situaciju i smanji osjećaj straha. Također je primijećeno da su neki medijski sadržaji imali senzacionalističke elemente, što je moglo utjecati na emocije i percepciju pandemije među građanima. Rezultati provedenog istraživanja hrvatskih elektroničkih publikacija u okviru ovog doktorskog rada pokazuju drugačiji fokus, usmjeren na analizu interpretativnih okvira. Iako u ovom istraživanju nije primarno analizirana intertekstualnost, primijećeno je da određene publikacije koriste emocionalne narative i izraženije interpretativne pristupe, što djelomično korespondira s nalazima Tkalec i Kocijan o utjecaju medijskog prikaza na oblikovanje emocija i percepcije javnosti.

U radu *Media Framing of the Coronavirus in Croatia* Mirela Holy (2021.) istražila je kako su hrvatski tiskani mediji tijekom prvog vala pandemije bolesti COVID-19 koristili interpretativne okvire u izvještavanju. Analiza je pokazala da su mediji pandemiju često prikazivali kroz priče o borbi protiv „nevidljivog neprijatelja" i da su članovi Nacionalnog stožera civilne zaštite prikazivani kao heroji. Holy zaključuje da je ovakav način izvještavanja imao propagandne elemente jer su mediji time pomagali jačanju povjerenja u vlast i poticali poslušnost građana. Usporedba s istraživanjem provedenim u okviru ovog doktorskog rada pokazuje određene sličnosti, ali i razlike. Istraživanje hrvatskih elektroničkih publikacija utvrdilo je da su dominirali okviri ljudskog interesa i odgovornosti, osobito kroz naglašavanje zdravstvenih rizika i važnosti pridržavanja mjera. Kao i u Holynu radu, i ovdje je vidljivo da su tijekom početne faze pandemije mediji uglavnom pozitivno prikazivali službene izvore i državne institucije. Ipak, istraživanje hrvatskih elektroničkih publikacija provedeno u okviru ovog doktorskog rada obuhvaća šire razdoblje i različite medije te pokazuje da propagandni ton nije bio jednako izražen kao u tiskanim medijima koje je analizirala Holy.

Zajednički nalazi potvrđuju da su hrvatski mediji u početku pandemije imali važnu ulogu u stvaranju povjerenja u institucije i usmjeravanju ponašanja građana.

7.2.2. Uloga medija između informiranja i senzacionalizma

Ivana Marasović Šušnjara i Maja Vejić (2021.) u radu *Media and Health – „Angel and Devil"* istražuju paradoksalnu ulogu medija tijekom pandemije, ističući da su s jedne strane

služili kao izvor točnih informacija, dok su s druge, ponegdje senzacionalističkim pristupom, pridonijeli širenju straha među građanima. Nalazi njihova istraživanja ukazuju na ambivalentnu ulogu medija u kriznim vremenima. Usporedba s rezultatima ovog doktorskog rada pokazuje određenu podudarnost, budući da je i u analizi hrvatskih elektroničkih publikacija zabilježena prisutnost okvira zdravstvenog rizika te, u pojedinim slučajevima, i senzacionalističkih elemenata.

Ljiljana Lj. Bulatović i Goran Bulatović (2021.) u radu *Media Frames of COVID-19 Pandemic* analiziraju način na koji su mediji izvještavali o pandemiji bolesti COVID-19, s posebnim naglaskom na probleme dezinformacija i fenomen „infodemije". Autori ističu da je pandemija donijela izazove za profesionalno novinarstvo, pri čemu su mediji nerijetko prenosili pretpostavke, emocionalne reakcije i netočne informacije umjesto provjerenih činjenica. U istraživanju je naglašeno da su društvene mreže i nekritičko oslanjanje na službene izvore dodatno oslabilo kvalitetu izvještavanja, a nedostatak neovisne provjere informacija doveo je do stvaranja atmosfere straha i nepovjerenja u institucije. Bulatović i Bulatović (2021.) upozoravaju da su umjesto objektivnog izvještavanja dominirale interpretacije i emocionalno obojene poruke, čime su mediji nenamjerno pridonijeli širenju dezinformacija. Kao jedno od rješenja, autori predlažu jačanje medijske pismenosti građana i veći naglasak na etičke standarde novinarstva, posebno u kriznim situacijama poput pandemije. Rezultati istraživanja provedenog u sklopu ovoga doktorskog rada pokazuju određene podudarnosti, ali i važne razlike u odnosu na zaključke Bulatovićevih. I u hrvatskim elektroničkim publikacijama analiziranim u ovom istraživanju prepoznat je trend oslanjanja na službene izvore, pri čemu su glavni akteri najčešće bili znanstvenici i liječnici. Također je potvrđena prisutnost emocionalnih narativa, osobito kroz okvire ljudskog interesa i zdravstvenog rizika. Međutim, za razliku od pesimističnije slike koju nude Bulatović i Bulatović (2021.) o urušavanju profesionalnih standarda, analiza hrvatskih elektroničkih publikacija pokazala je relativno visok stupanj odgovornog izvještavanja. Nije utvrđena dominantna prisutnost otvorenog senzacionalizma niti sustavno širenje dezinformacija. Strah kao interpretativni element bio je prisutan implicitno, kroz naglašavanje ozbiljnosti zdravstvenih rizika, ali nije bio dominantan okvir izvještavanja. Ova usporedba ukazuje da hrvatski elektronički mediji, iako su dijelili određene globalne izazove pandemijskog izvještavanja, ipak nisu u značajnoj mjeri odstupili od profesionalnih novinarskih standarda.

Jasna Krista Mijatović (2023.) u radu *COVID-19 in Religious Communities in Focus of the Croatian Media* analizira medijsku prezentaciju pandemije bolesti COVID-19 u religijskim zajednicama, s naglaskom na ispitivanje prisutnosti senzacionalističkih elemenata u

izvještavanju. Istraživanje je provedeno metodom ankete, poslane u 76 religijskih zajednica, te kvalitativnom i kvantitativnom analizom članaka objavljenih od 15. ožujka do 15. studenog 2020. godine na pet elektroničkih publikacija: Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, glas-slavonije.hr i Index.hr. Mijatović u istraživanju ispituje prisutnost senzacionalističkih elemenata, pri čemu rezultati pokazuju da su religijske zajednice često bile prikazivane kroz prizmu odgovornosti ili kršenja epidemioloških mjera. Na temelju tih nalaza autorica potvrđuje inicijalnu hipotezu o senzacionalističkom karakteru izvještavanja, ističući pritom pristrano izvještavanje, kršenje Zakona o medijima, prisutnost negativnih konotacija te nejednakost u izvještavanju o muškim i ženskim religijskim zajednicama. Takvim izvještavanjem, prema Mijatović (2023.), elektroničke publikacije neizravno su poticale govor mržnje, diskriminaciju i stigmatizaciju, osobito ženskih redovničkih zajednica u odnosu na muške.

Ovi nalazi korespondiraju s prisutnošću okvira odgovornosti kao jednog od dominantnih okvira u člancima analiziranim u okviru ovog doktorskog istraživanja, ali ne u kontekstu senzacionalističkih elemenata, koji nisu bili u fokusu predmetne analize.

7.2.3. „Infodemija" i dezinformacije u Hrvatskoj

Gordana Lesinger (2021.) u radu *Infodemija ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji COVID-19* analizira fenomen „infodemije" i izazove koje ona predstavlja za očuvanje vjerodostojnosti medija. Deskriptivnom analizom 62 članka objavljena od ožujka do listopada 2020. godine na različitim elektroničkim publikacijama u Hrvatskoj i susjednim zemljama, Lesinger (2021.) ispituje ulogu znanstvenika kao aktera u medijskim objavama.

Rezultati njezina istraživanja pokazuju da je većina članaka citirala znanstvenike, da znanstvenici nisu sami autori tih tekstova, te da u analiziranim objavama nije bilo izraženog nepovjerenja prema znanstvenicima. Glavne teme u člancima odnosile su se na opasnosti širenja virusa i razvoj cjepiva. Lesinger (2021.) zaključuje da su i sami znanstvenici, kroz svoje izjave na društvenim mrežama koje su mediji prenosili, pridonijeli širenju „infodemije", odnosno šarolikih i ponekad kontradiktornih informacija. Posebno ističe važnost odgovornog izvještavanja i provjere točnosti informacija, upozoravajući da dezinformacije mogu ugroziti provedbu javnozdravstvenih mjera. Usporedba s rezultatima istraživanja provedenog u okviru ovog doktorskog rada pokazuje određene sličnosti i razlike. U istraživanju u okviru ovog doktorskog rada, analizom hrvatskih elektroničkih publikacija utvrđeno je da su znanstvenici i liječnici bili među najčešće citiranim akterima, a zdravstveni aspekt pandemije

dominirao je kao glavni interpretativni diskurs. Kao i u Lesingerinom radu, prevladavalo je oslanjanje na stručne izvore i službene informacije, što je doprinijelo održavanju povjerenja u znanstvenu zajednicu. Međutim, u okviru istraživanja za ovaj doktorski rad nisu pronađene sustavne dezinformacije u analiziranim vijestima iako su u nekim elektroničkim publikacijama (primjerice, Narod.hr) identificirani sumnjičavi tonovi prema epidemiološkim mjerama. Ova pojava može se interpretirati kao oblik posrednog doprinosa „infodemiji", u smislu stvaranja prostora za sumnju i nepovjerenje, iako nije riječ o otvorenom širenju dezinformacija.

Zaključno, i Lesingerino istraživanje i rezultati ovog rada ukazuju na važnost odgovornog i provjerenog izvještavanja tijekom zdravstvenih kriza, ali i na izazove koje donosi prenošenje znanstvenih informacija u medijski prostor.

7.2.4. Povjerenje u medije i polarizacija javnosti

Andrija Henjak i Bartul Vuksan-Ćusa (2023.) u radu *Opasnost, izmišljena prijetnja ili zavjera? Mediji, politika i odnos prema pandemiji bolesti COVID-19 i odgovoru na nju u Hrvatskoj* analiziraju čimbenike koji su mogli oblikovati stavove javnosti prema bolesti COVID-19, mjerama za suzbijanje pandemije te institucijama koje su ih provodile, u kontekstu tvrdnje da su odnos prema bolesti i pridržavanje epidemioloških mjera povezani sa stranačkom identifikacijom. Navedeno istraživanje provedeno je metodom ankete na uzorku od 1009 ispitanika, u razdoblju kada su protupandemijske mjere u Hrvatskoj bile ublažene. Rezultati istraživanja pokazuju da su politički stavovi građana povezani s njihovim odnosom prema službenim mjerama za zaštitu i suzbijanje pandemije bolesti COVID-19. Na temelju rezultata anketnog ispitivanja, Henjak i Vuksan-Ćusa (2023.) argumentiraju da postoji povezanost između negativnog odnosa prema elitama i razine povjerenja u javni sustav, zdravstvene i službene autoritete. Također, ističu da je korištenje društvenih mreža povezano s razvojem kritičkog stava prema mjerama i institucijama. Rezultati istraživanja pokazuju da su politički stavovi građana povezani s njihovim odnosom prema službenim mjerama za zaštitu i suzbijanje pandemije bolesti COVID-19. Njihovi rezultati pokazuju i da građani koji imaju povjerenje u medije u većoj mjeri prihvaćaju službene mjere, vjeruju u ozbiljnost i stvarnost rizika od pandemije te u poruke službenih izvora. Nasuprot tome, građani koji nemaju povjerenje u medije češće ne vjeruju da je COVID-19 ozbiljna prijetnja te odbacuju opravdanost epidemioloških mjera. Takve razlike pridonose stvaranju polarizacije javnosti, osobito u percepciji rizika i povjerenju u institucije.

Rezultati provedenog istraživanja elektroničkih publikacija u Hrvatskoj, u okviru ovog doktorskog rada, pokazuju da su otvorene dezinformacije i teorije zavjere bile rijetko prisutne, pojavljujući se u manje od 1 % analiziranih članaka. Analiza pokazuje da su neke elektroničke publikacije, poput Narod.hr, češće izražavali skeptičan ton prema epidemiološkim mjerama i službenim izvorima. Osim toga, zabilježeni su vrijednosni sudovi i komentari koji su u pojedinim slučajevima mogli poticati nepovjerenje u zdravstvene autoritete i političke odluke. Ovi nalazi upućuju na to da su i hrvatski elektronički mediji djelomično odražavali društvenu polarizaciju koju su Henjak i Vuksan-Ćusa (2023.) identificirali na razini javnog mišljenja.

7.2.5. Medijske navike i pomak prema digitalnim izvorima

Paula Čatipović (2023.) u anketnom istraživanju *Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19* primijenila je teoriju koristi i zadovoljstva kako bi ispitala učestalost i svrhu korištenja različitih medija među 741 ispitanikom u razdoblju od 7. do 24. travnja 2020. godine. Istraživanje je provedeno u vrijeme kada su zbog epidemioloških mjera građanima Hrvatske bile ograničene mogućnosti kretanja. Rezultati pokazuju da su ispitanici najčešće koristili elektroničke publikacije za dobivanje aktualnih informacija, dok su tiskani mediji i radio bilježili najmanju učestalost korištenja. Također, zabilježena je intenzivna upotreba aplikacija za razmjenu poruka i društvenih mreža, često na satnoj razini. Ovi nalazi ukazuju na znatne promjene u medijskim navikama građana Hrvatske tijekom pandemije, s jasnim pomakom prema digitalnim medijima i *online* kanalima komunikacije. Usporedba s rezultatima istraživanja provedenog u okviru ovog doktorskog rada potvrđuje značaj *online* medija u kriznim situacijama. Fokus na šest najčitanijih hrvatskih elektroničkih publikacija kao predmet analize temelji se upravo na ovim trendovima povećanog oslanjanja na digitalne izvore informacija. Oba istraživanja ukazuju na ključnu ulogu elektroničkih publikacija u oblikovanju javne percepcije pandemije i naglašavaju potrebu za odgovornim i vjerodostojnim izvještavanjem u kriznim vremenima.

7.2.6. Fragmentacija društvene stvarnosti i ontološka sigurnost

Iva Paska (2021.) u radu *Bits and Pieces: Experiences of Social Reality in the Midst of the Covid-19 Pandemic* opisuje kako su informacije u medijima tijekom pandemije često djelovale fragmentirano i neskladno, što je kod građana izazivalo osjećaj nesigurnosti, nepovjerenja i gubitka jasne društvene orijentacije. Paska (2021.) ističe da je pandemija COVID-19 snažno

utjecala na ontološku sigurnost (*ontological security*) pojedinaca, odnosno na njihov osjećaj stabilnosti i kontinuiteta svakodnevnog života, i to prekidom uobičajenih rutina, smanjenjem fizičkih društvenih kontakata te prijenosom aktivnosti u digitalno okruženje. Prema njezinoj analizi, narušavanje svakodnevne predvidljivosti povezano je s pojačanim egzistencijalnim tjeskobama. Rezultati provedenog istraživanja hrvatskih elektroničkih publikacija u ovom doktorskom radu potvrđuju slične obrasce. Iako su dominantni interpretativni okviri bili vezani uz zdravstveni rizik i odgovornost, primijećena je i fragmentiranost tema te prisutnost skeptičnih tonova prema epidemiološkim mjerama u određenim medijima. Takvo raznoliko i ponekad kontradiktorno izvještavanje moglo je dodatno pridonijeti osjećaju nesigurnosti i gubitku jasnog društvenog okvira među građanima. Kako primjećuje i Paska (2021: 2791), u pandemijskim okolnostima „…kao da društveni akteri dobivaju samo djeliće svoje uobičajene društvene rutine i zajedničkog društvenog okvira“[18].

7.3. Doprinos istraživanja razumijevanju medijskih obrazaca izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19

Analiza međunarodnih i hrvatskih istraživanja o medijskom izvještavanju tijekom pandemije bolesti COVID-19 pokazala je da su najčešće korišteni interpretativni okviri uključivali zdravstveni rizik, odgovornost, ljudski interes te, u nekim slučajevima, sukobe i političke kontroverze. Dosadašnja istraživanja ističu važne globalne i lokalne obrasce u načinu na koji su mediji interpretirali i prenosili informacije u kontekstu globalne zdravstvene krize.

U odnosu na ta saznanja, istraživanje provedeno u okviru ovog doktorskog rada nadopunjuje postojeće nalaze kroz detaljnu analizu hrvatskih elektroničkih publikacija i omogućuje bolje razumijevanje specifičnih obrazaca izvještavanja u hrvatskom medijskom prostoru tijekom pandemije.

S obzirom na dosadašnje spoznaje, provedeno istraživanje hrvatskih elektroničkih publikacija tijekom pandemije bolesti COVID-19 u okviru ovog doktorskog rada nadopunjuje postojeće nalaze na nekoliko razina:

1. Utvrđeno je da su dominantni interpretativni okviri u analiziranim člancima na hrvatskim elektroničkim publikacijama bili okvir ljudskog interesa i okvir odgovornosti, što je u skladu s rezultatima brojnih stranih istraživanja o pandemiji.

[18] Autoričin prijevod.

2. Potvrđena je teorija vrijednosti vijesti, osobito u aspektima naglašavanja blizine, važnosti, kontinuiteta i povezanosti s prethodnim događajima, kao ključnih čimbenika u odabiru tema i oblikovanju sadržaja.

3. *Framing* rizika prepoznat je u skladu s teorijom društva rizika Ulricha Becka, kroz izraženu neproračunljivost pandemijskog rizika, što potvrđuje globalne obrasce izvještavanja o bolesti COVID-19.

4. *Agenda-setting* procesi uočeni su prvenstveno kroz stalnu prisutnost problema (*problems*) koji stvaraju pritisak na društveni i zdravstveni sustav, dok su *policies* i *politics* procesi imali manji, ali primjetan utjecaj, što odražava specifične strukturne uvjete pandemijske krize u Hrvatskoj.

5. U kontekstu teorije pristranosti vijesti (*news bias*), rezultati pokazuju nisku razinu otvorene pristranosti u analiziranim člancima na hrvatskim elektroničkim publikacijama, što sugerira relativnu neutralnost i odgovornost hrvatskih medija u izvještavanju tijekom pandemije, posebice u ranim fazama krize.

Rezultati istraživanja upućuju na to da hrvatski mediji, iako su slijedili neke globalne obrasce poput isticanja zdravstvenog rizika i korištenja emocionalnih priča, istodobno pokazuju određene specifičnosti, uključujući umjerenu razinu politizacije i snažno oslanjanje na službene izvore informacija.

Provedeno istraživanje pridonosi širem razumijevanju načina na koji su hrvatski elektronički mediji oblikovali javni diskurs o pandemiji bolesti COVID-19. Pritom potvrđuje ključne teorijske postavke teorije okvira (*framing*), teorije dnevnog reda (*agenda-setting*), teorije vrijednosti vijesti, teorije pristranosti vijesti i teorije društva rizika, ali istodobno nudi dodatni uvid u nacionalne specifičnosti izvještavanja. Time ovaj rad obogaćuje hrvatsku i međunarodnu znanstvenu raspravu o ulozi medija u kriznim situacijama, posebice u kontekstu globalnih zdravstvenih prijetnji.

Zaključno, analiza postojećih međunarodnih i hrvatskih istraživanja te rezultati provedenog istraživanja unutar ovog doktorskog rada pružaju čvrst teorijski i analitički temelj za prikaz i interpretaciju nalaza, koji će biti detaljno predstavljeni u drugom dijelu rada.

8. CILJEVI I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Ovo poglavlje prikazuje ciljeve istraživanja i metodološki okvir korišten u kvantitativnoj analizi sadržaja medijskog izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19, uključujući odabir uzorka, instrumente analize i statističku obradu podataka.

8.1. Ciljevi istraživanja

Glavni je cilj ovog istraživanja utvrditi koji su najčešće upotrijebljeni okviri medijskih djelatnika, odnosno medijski obrasci izvještavanja, što uključuje:

1. analizu interpretativnih okvira
2. analizu tema, aktera i izvora
3. analizu razlika u okvirima s obzirom na valove pandemije i elektroničke publikacije
4. analizu povezanosti između određenih procesa (poput turističke sezone, političke kampanje i izbora, promjene javnog mišljenja, akumuliranog znanja stručnjaka) i mogućih promjena u okvirima.

U istraživanju se utvrđuje prisutnost interpretativnih okvira prema kategorizaciji koju su koristili Valkenburg, Semetko i De Vreese, a to su: okvir odgovornosti, ekonomskih posljedica, morala, sukoba i ljudskog interesa (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.).

Specifični ciljevi istraživanja:

1. Analiza tema koje prevladavaju u prilozima o pandemiji bolesti COVID-19.
2. Analiza vrijednosnih sudova autora članaka prema pojedinim temama, događajima, pojavama i akterima.
3. Istraživanje razlika u interpretativnim okvirima među elektroničkim publikacijama.
4. Analiza razlika u interpretativnim okvirima u različitim vremenskim razdobljima, odnosno u pandemijskim valovima.
5. Utvrđivanje sudionika (aktera i izvora) koji su korišteni u oblikovanju ovih okvira te postoje li razlike među akterima s obzirom na elektroničke publikacije i na referentne točke (valove pandemije).
6. Analiza procesa ili događaja koji su povezani s mogućim promjenama okvira (izbori, turistička sezona, generiranje stručnog znanja, ekonomska situacija i dr.).

8.2. Metodološki okvir

Za potrebe ovog istraživanja korištena je kvantitativna metoda analize sadržaja. Kao instrument analize poslužila je analitička matrica od 36 kategorija, izrađena na temelju teorijskih modela interpretativnih okvira, strukture vijesti (*news schemata*) prema Teunu A. van Dijku (1988), kao i prethodnih istraživanja srodne tematike. Populaciju istraživanja činili su svi članci s tekstualnim sadržajem o jednoj ili više tema vezanih uz pandemiju bolesti COVID-19, objavljeni između 25. veljače 2020. i 25. veljače 2022. godine u navedenim elektroničkim publikacijama. Jedinicu analize činio je jedan novinski članak (prilog) objavljen na jednoj od šest analiziranih hrvatskih elektroničkih publikacija (Index.hr, Jutarnji.hr, Net.hr, Večernji.hr, Narod.hr i 24sata.hr). Prilog je definiran kao samostalna, sadržajno i formalno zaokružena cjelina, objavljena s vlastitim naslovom i stranicom članka, koja izvještava o jednoj ili više tema vezanih uz pandemiju bolesti COVID-19, te uključuje naslov, podnaslov i glavni tekst. Iz jedinice analize isključeni su priloženi slikovni i video materijali. Također su izuzeti sadržaji koji ne predstavljaju novinarske tekstove, poput oglasnih poruka, promotivnih i sponzoriranih materijala, interaktivnih i zabavnih rubrika, kao i komentara korisnika. Nisu obuhvaćene ni kratke najave bez razrađenog sadržaja te drugi elementi bez novinarske obrade teme. U slučajevima kada je isti članak bio objavljen više puta na istoj ili različitoj lokaciji unutar elektroničke publikacije, u analizu je uključen samo prvi objavljeni primjerak.

Elektroničke publikacije uključene u analizu odabrane su na temelju rangiranja na platformi *Alexa Internet* (www.alexa.com), koja je u vrijeme izrade istraživačkog nacrta (2020. godine) bila široko korišten i pouzdan izvor podataka o prometu na internetskim stranicama. Alexa je analizirala posjećenost, izvore prometa, trajanje sesije i druge relevantne pokazatelje, a pružala je i javno dostupne rang-liste internetskih stranica prema razini posjećenosti. Iako je usluga ugašena u svibnju 2022. godine, u trenutku planiranja istraživanja predstavljala je relevantan alat za odabir uzorka najčitanijih elektroničkih publikacija u Hrvatskoj. Na temelju kriterija dosega, prosječnog trajanja sesije i ukupnog broja posjeta, izdvojeno je šest najčitanijih hrvatskih elektroničkih publikacija: Index.hr, Jutarnji.hr, 24sata.hr, Net.hr, Večernji.hr i Narod.hr.

8.2.1. Kvantitativna analiza sadržaja

Analiza sadržaja je sustavna i objektivna metoda za kvantifikaciju komunikacijskih poruka, čija je svrha prepoznati obrasce, strukture i značenja unutar većih korpusa teksta

(Berelson, 1952.; Krippendorff, 2013.; Neuendorf, 2017.). Kao istraživačka metoda, omogućuje pretvaranje kvalitativnih podataka u kvantitativne pokazatelje koji se mogu analizirati statistički (Štulhofer i Potočnik, 2001.). U svojoj knjizi *Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi*, Vesna Lamza Posavec (2021.) naglašava da se analiza sadržaja koristi za sustavno proučavanje i raščlanjivanje verbalne i neverbalne građe, s ciljem prepoznavanja njihovih glavnih obilježja i komunikacijskih poruka. Lamza Posavec (2021.) razlikuje dvije osnovne vrste analize sadržaja: kvalitativnu i kvantitativnu. Kvalitativna analiza sadržaja više je interpretativna i nije vođena strogo definiranim metodološkim kriterijima, dok se kvantitativna analiza temelji na objektivnim i jasno utvrđenim pravilima kategorizacije i kodiranja podataka (Lamza Posavec, 2021.).

Kvantitativna analiza sadržaja utemeljena je na načelima sistematičnosti, transparentnosti i ponovljivosti (Neuendorf, 2002.; Krippendorff, 2004.; Lamza Posavec, 2021.). Cilj joj je pretvoriti kvalitativne sadržaje, kao što su tekstovi medijskih članaka, u kvantitativne pokazatelje koji se mogu statistički analizirati. Takav pristup omogućuje prepoznavanje obrazaca, usporedbu frekvencija i identifikaciju odnosa među različitim kategorijama unutar većeg korpusa podataka. Zbog svoje strukture i mogućnosti primjene statističkih metoda, kvantitativna analiza sadržaja često se koristi u društvenim znanostima za proučavanje medijskih poruka, političke komunikacije i javnog diskursa.

8.2.2. Analitička matrica

Metodom kvantitativne analize sadržaja analizirano je ukupno 532 članka. U svrhu strukturirane analize razvijena je analitička matrica koja je poslužila kao instrument za kodiranje i interpretaciju podataka. Matrica je obuhvaćala 36 kategorija, razrađenih prema teorijskim i empirijskim kriterijima, a temeljila se na relevantnoj literaturi iz područja teorije okvira, strukture vijesti te prethodnih istraživanja medijskog izvještavanja u kriznim situacijama. Tematska područja obuhvaćena analitičkom matricom uključuju:

- opće podatke o članku (datum objave, izvor, naslov, autor)
- pripadnost pandemijskom valu
- vrstu vijesti (vijest, reportaža, komentar, intervju)
- metaokvire i dominantne narativne interpretacije pandemije
- analizu interpretativnih okvira (odgovornost, ljudski interes, sukob, moral, ekonomski učinci)
- teme članka i glavna pitanja vezana za pandemiju

- sudionike i izvore informacija u članku
- vrijednosne sudove i ton izvještavanja
- procjene novinara i aktera o rizicima (zdravstvenim, političkim, ekonomskim)
- zadovoljavanje kriterija informacijske vrijednosti vijesti (Galtung i Ruge, Schulz, Beck)
- pitanja vezana za pristranost u izvještavanju (*news bias*)
- vizualne i audiovizualne elemente
- pitanja o ljudskim pravima, globalnim rizicima i teoriji rizičnog društva
- kvalitativne komentare i važne citate.

Analitička matrica osmišljena je kako bi omogućila pretvaranje kvalitativnog sadržaja članaka u brojčane podatke, pri čemu su unaprijed jasno definirane kategorije i pravila za kodiranje. Detaljan prikaz svih 36 kategorija nalazi se u Prilogu 12.3: Analitička matrica (poglavlje 12. Popis priloga).

8.2.3. Uzorak i postupak uzorkovanja

Uzorak čine članci koji sadržavaju ove ključne riječi: *COVID-19, bolest COVID-19, SARS-CoV-2, pandemija, epidemija, prvi val, drugi val, treći val, četvrti val, peti val, stožer, mjere*. Agencija za medijski *monitoring* izdvojila je 50 000 članaka koji zadovoljavaju tematske uvjete na temelju tih ključnih riječi. Iz tog korpusa, korištenjem sustavnog uzorkovanja, nasumično je odabrano 532 članka, pri čemu je uziman svaki deseti članak iz redoslijeda zaprimljenih tekstova. Ako neki od članaka nije ispunjavao minimalne uvjete za analizu (bio je prekratak, nerelevantan ili nije sadržavao dovoljno informacija), preskočen je, a uzet je prvi sljedeći prikladan članak.

Kako bi se osigurala ravnomjerna zastupljenost medijskih izvora, svaki je mjesec iz svakog od šest elektroničkih publikacija odabran podjednak broj članaka. Uzorak je pritom strukturiran i prema valovima pandemije, što je omogućilo usporedbu interpretativnih okvira kroz različite faze krize. Pandemijski valovi definirani su prema službenim informacijama Vlade Republike Hrvatske o tijeku pandemije bolesti COVID-19 (HZJZ, 2022.):

1. val: od veljače 2020. do kraja rujna 2020.
2. val: od listopada 2020. do veljače 2021.
3. val: od ožujka 2021. do srpnja 2021.
4. val: od kolovoza 2021. do prosinca 2021.
5. val: od kraja prosinca 2021. do veljače 2022.

S obzirom na teorijsku osnovu istraživanja, koja se temelji na teoriji okvira (*framing*), teoriji dnevnog reda (*agenda-setting*), teoriji pristranosti vijesti, konstrukciji medijske stvarnosti te konceptu rizičnog društva, analiza je omogućila preciznu identifikaciju i kategorizaciju okvira prisutnih u objavljenim člancima.

8.2.4. Statistička obrada podataka

Prije početka analize provedeno je testiranje pouzdanosti analitičke matrice, pri čemu je na uzorku od 10 % članaka korišten *Cohenov Kappa* koeficijent za provjeru međukoderske pouzdanosti. Kategorije s najnižim Cohenovim Kappa koeficijentom bile su „Ton članka" i „Vrijednosni sudovi" ($\kappa = 0{,}60$), kao i „Interpretativno novinarstvo – prisutnost/odsutnost". Najviši koeficijent ($\kappa = 1{,}00$) zabilježen je u kategorijama koje se odnose na opće informacije o članku: datum objave, val pandemije, naziv medija i autor članka. Medijan koeficijenta podudarnosti iznosio je 0,85, što se u relevantnoj literaturi tumači kao vrlo visoka razina pouzdanosti.

Statistička obrada podataka provedena je korištenjem deskriptivnih i inferencijalnih metoda. Deskriptivna analiza uključivala je prikaz apsolutnih frekvencija, postotaka i mjera središnje tendencije (aritmetička sredina, standardna devijacija, minimalne i maksimalne vrijednosti). Razlike među kategorijskim varijablama testirane su pomoću Hi-kvadrat testa. Sve testirane vrijednosti imale su dvostrane p-vrijednosti, a razina značajnosti postavljena je na 0,05 (odnosno razina pouzdanosti od 95 %).

Za obradu podataka korišten je statistički program *IBM SPSS Statistics for Windows,* verzija 26.0. (IBM Corp., 2019.).

9. REZULTATI I RASPRAVA

Ovo poglavlje prikazuje rezultate istraživanja provedenog s ciljem ispitivanja relevantnih teorijskih pristupa, uključujući teoriju uokvirivanja (*framing*), teoriju medijske konstrukcije stvarnosti, teoriju informacijske vrijednosti vijesti, teoriju pristranosti u vijestima (*news bias*) i Beckovu teoriju svjetskog društva rizika.

Analizirani su interpretativni okviri i vrijednosni sudovi u člancima na hrvatskim elektroničkim publikacijama, s posebnim naglaskom na selekcijske kriterije i narativne strategije u izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19. Primjenom teorije informacijske vrijednosti vijesti istraženi su čimbenici koji utječu na izbor vijesti i njihovu percepciju kao relevantnih. Beckova teorija poslužila je kao konceptualni okvir za analizu obilježja globalnih rizika i fenomena tzv. planetarnog izvanrednog stanja.

U okviru teorije određivanja medijske agende (*agenda setting*), analizirani su obrasci učestalosti tematizacije pandemije, prisutnost institucionalnih i stručnih aktera, te načini na koje mediji oblikuju prioritete u javnoj sferi.

Rezultati su prikazani u tabličnom obliku, uz objašnjenja i interpretacije, s ciljem ilustriranja dinamike promjena u medijskim narativima tijekom različitih faza pandemije, kao i njihove povezanosti s analiziranim teorijskim pristupima.

9.1. Podaci o analiziranim člancima

U okviru istraživanja analizirano je ukupno 532 članaka objavljenih u šest hrvatskih elektroničkih publikacija. Analiza je provedena pomoću unaprijed definirane analitičke matrice koja je sadržavala 36 kategorija odnosno pitanja.

Prema godini objave, 170 članaka (32,0 %) objavljeno je tijekom 2020. godine, 235 članaka (44,2 %) tijekom 2021. godine, dok je 127 članaka (23,9 %) objavljeno 2022. godine.

Prema valovima pandemije bolesti COVID-19, 100 članaka (18,7 %) odnosi se na prvi val, 75 članaka (14,0 %) na drugi val, 124 članka (23,2 %) na treći val, 110 članaka (20,5 %) na četvrti val, dok se 123 članka (23,0 %) odnose na peti val pandemije.

S obzirom na izvor, 95 članaka (17,7 %) objavljeno je na Index.hr, 98 članaka (18,3 %) na Jutarnji.hr, 45 članaka (8,4 %) na Net.hr, 115 članaka (21,5 %) na Večernji.hr, 62 članka (11,6 %) na Narod.hr te 117 članaka (21,9 %) na 24sata.hr.

U kategoriji vrste vijesti, 235 članka (44,1 %) klasificirana su kao vijesti, 252 članka (47,5 %) kao reportaže, 28 članaka (5,3 %) predstavljaju uvodnike, kolumne ili komentare, dok je 17 članaka (3,2 %) intervju.

Što se tiče prisutnih metaokvira u analiziranim tekstovima, najzastupljeniji je metaokvir teorije vrijednosti vijesti – nametnutost rizika od strane dominantnih društvenih skupina i insceniranje atmosfere stalnog straha, koji je identificiran u 517 članaka (33,33 %). Slijede metaokviri brige za zdravlje nacije i ljudskog roda – opstanak, prisutan u 374 članka (24,11 %), te panika i strah od nepoznatog u 279 članaka (17,98 %). Metaokvir medijskog spektakla kroz dramatizaciju rizika u cilju povećanja broja klikova – zarada identificiran je u 95 članaka (6,12 %), dok su metaokviri brige za gospodarsku situaciju i politizacije pandemije zabilježeni u 79 članaka (5,09 %) odnosno 51 članku (3,2 %).

U pogledu opremljenosti članaka audiovizualnim sadržajima, 87 članaka (16,3 %) sadržava takve elemente.

Analizom geografskog konteksta radnje glavne teme, pri čemu su članci mogli sadržavati više lokacija, utvrđeno je da se najveći broj članaka odnosi na Hrvatsku (273 članka, 62,8 %). Slijede teme povezane s EU-om (69 članaka, 15,9 %), potom s više zemalja svijeta (44 članka, 10,1 %) te sa Sjedinjenim Američkim Državama (31 članak, 7,1 %).

U Tablici 6. prikazani su osnovne kategorije podataka o analiziranim medijskim objavama.

Tablica 6. *Osnovni podaci o analiziranim člancima*

		N	%
Datum objave	2020.	170	32,0
	2021.	235	44,2
	2022.	127	23,9
	Ukupno	532	100,0
Val pandemije	1	100	18,7
	2	75	14,0
	3	124	23,4
	4	110	20,8
	5	123	23,2
	Ukupno	532	100,0

Naziv medija	Index.hr	95	17,9
	Jutarnji.hr	98	18,4
	Net.hr	45	8,5
	Večernji.hr	115	21,6
	Narod.hr	62	11,7
	24sata.hr	117	22,0
	Ukupno	532	100,0
Vrsta vijesti	Vijest	235	44,1
	reportaža	252	47,5
	uvodnik / kolumna / komentar	28	5,3
	Intervju	17	3,2
	Ukupno	532	100,0
Metaokvir	teorija vrijednosti vijesti	517	33,33
	medijski spektakl dramatiziranjem rizika u cilju povećanja broja klikova – zarada	95	6,12
	panika i strah od nepoznatog	279	17,98
	briga za zdravlje nacije, ljudskog roda – opstanak	374	24,11
	briga za gospodarsku situaciju	79	5,09
	teorija zavjere	39	2,5
	politizacija u društvu	51	3,2
	polarizacija u društvu	21	1,35
	ostalo	45	2,87
	Ukupno	1551	100,0

Izvor: autorica

9.2. Rezultati analize interpretativnih okvira

Ovo potpoglavlje prikazuje rezultate analize temeljene na teoriji okvira (*framing*) i teoriji medijske konstrukcije stvarnosti. Korištene su kategorije interpretativnih okvira prema Semetko, Valkenburg i de Vreese. Analizirani su dominantni interpretativni okviri, glavne tematske orijentacije članaka, vrijednosni sudovi autora te ključni akteri povezani s glavnom temom. Također, rezultati su uspoređeni prema pojedinim valovima pandemije bolesti COVID-19 te s obzirom na različite elektroničke publikacije obuhvaćene istraživanjem.

Najčešće korišteni interpretativni okviri bili su okvir ljudskog interesa (164 članka, odnosno 31,1 %) i okvir odgovornosti (128 članaka, odnosno 24,2 %).

U člancima s dominantnim okvirom ljudskog interesa, najveći broj slučajeva (118 članaka ili 72 % unutar te kategorije) odnosi se na sadržaje koji naglašavaju utjecaj problema ili teme na pojedince ili društvene skupine.

U okviru odgovornosti, najzastupljeniji su članci u kojima se sugerira da neka razina državne vlasti ima mogućnost ili sposobnost ublažiti problem (28,1 %), kao i oni koji upućuju na potencijalna rješenja problema ili teme (27,3 %).

Za navedene rezultate moguće je izdvojiti i kvalitativne primjere iz analiziranog korpusa. Jedan od njih je članak objavljen na 24sata.hr pod naslovom *Ekskluzivno sa Sljemena: Od siječnja se pripremamo za virus, ni potres nas nije omeo*, koji jasno ističe okvir ljudskog interesa (Badovinac i Mahmutović, 2020.). U tekstu se, u intervjuu s glavnom medicinskom sestrom Nastavnog zavoda za javno zdravstvo „Dr. Andrija Štampar“, afirmativno prikazuje angažman zdravstvenih djelatnika u karanteni na Sljemenu te odgovorna i organizirana reakcija javnozdravstvenog sustava Grada Zagreba na pandemiju. Sugovornica ističe ponos na požrtvovnost i prilagodljivost medicinskog osoblja, kao i učinkovitost kriznih stožera i pravovremene reakcije nadležnih institucija. Poseban naglasak stavlja se na reorganizaciju unutar zdravstvenog sustava kojom su zaposlenici iz različitih službi preusmjereni u ključne epidemiološke i mikrobiološke odjele.

Ovaj članak ilustrira sadržaj u kojem je naglašena emocionalna dimenzija krize i humanost aktera, što predstavlja ključnu odliku interpretativnog okvira ljudskog interesa.

Također, primjer interpretativnog okvira ljudskog interesa, ali s izraženom tragičnom dimenzijom, nalazimo u članku objavljenom na elektroničkoj publikaciji Net.hr pod naslovom

KAKVA TRAGEDIJA: Žena umrla od korone nakon što je primila zaražena pluća (Danas.hr, 2021.)[19]. U članku se izvještava o slučaju iz Sjedinjenih Američkih Država, u kojem je žena preminula nakon transplantacije pluća zaraženih virusom SARS-CoV-2, što je, prema izvoru, prvi potvrđeni slučaj prijenosa bolesti COVID-19 putem transplantiranog organa. Ovakav tip izvještavanja emocionalno angažira čitatelja naglašavanjem pojedinačne tragedije i iznimnosti slučaja, čime se dodatno pojačava osjećaj ranjivosti i opasnosti vezanih uz pandemiju. Okvir ljudskog interesa u ovom slučaju koristi se kako bi se medijski sadržaj učinio relevantnijim, potresnijim i bližim čitatelju, što je česta praksa u izvještavanju o zdravstvenim krizama.

Primjer interpretativnog okvira odgovornosti možemo pronaći u tekstu objavljenom na elektroničkoj publikaciji Jutarnji.hr pod naslovom *KORONA PAKAO: Razgovarali smo sa svjedocima katastrofe u Indiji: „Sve se otelo kontroli! Vapimo za kisikom!" Indijci proživljavaju pravi pakao. Pandemija je čvrsto ščepala zemlju i ne pušta* (Gotal, 2021.). U tekstu se, u izjavama indijske liječnice, svećenika, američkog epidemiologa, časne sestre i drugih svjedoka, prikazuje iznimno teška epidemiološka situacija u Indiji tijekom proljeća 2021. godine. Naglasak je stavljen na dramatične prizore preopterećenog zdravstvenog sustava, nedostatka kisika i velikog broja umrlih. Posebno je izražen okvir odgovornosti jer se za pogoršanje situacije implicira odgovornost političkih struktura – konkretno, indijske vlade koja je, prema navodima, mjere zatvaranja (*lockdown*) uvodila selektivno i u skladu s izbornim interesima. Time se prenosi implicitna poruka da je određena razina vlasti (vlada) imala mogućnost ublažiti posljedice pandemije, ali to nije učinila na vrijeme, čime se dodatno pojačava osjećaj političke odgovornosti za eskalaciju krize. Ovakav sadržaj jasno ilustrira primjenu interpretativnog okvira odgovornosti, gdje se čitatelju sugerira da je katastrofalna situacija rezultat pogrešnih političkih odluka ili neadekvatnog upravljanja krizom. Okvir sukoba zabilježen je u 115 članaka, odnosno 21,82 %, pri čemu se najveći broj odgovora odnosi na članke u kojima je tema prikazana kroz suprotstavljene strane – u 76 slučajeva (66,1 %) tekstovi uključuju dvije ili više strana sukoba ili neslaganja oko određene teme. Kao kvalitativni primjer okvira sukoba može se navesti tekst objavljen na elektroničkoj publikaciji Jutarnji.hr pod naslovom *O PISMU LIJEČNICE: Ravnatelj KB Dubrava: Ne provodimo nikakav progon osoba koje ukazuju na nepravilnosti* (HINA, 2020.). U tekstu se iznose izjave ravnatelja bolnice, ministra zdravstva i Hrvatske liječničke komore u vezi s javnim pismom liječnice koja je upozorila na nepravilnosti u radu bolnice, uključujući nedostatak lijekova, obroka i primjerene skrbi za

[19] Vidi: Danas.hr. (2021, veljača 21). *Kakva tragedija: Žena umrla od korone nakon što je primila zaražena pluća*. Net.hr. Preuzeto 28. lipnja 2024., s https://net.hr/danas/znanost/kakva-tragedija-zena-umrla-od-korone-nakon-sto-je-primila-zarazena-pluca-309877cc-b1c7-11eb-8c25-0242ac130043

pacijente. Sadržaj članka strukturiran je tako da prikazuje sukob između liječnice kao zviždačice i institucija koje negiraju nepravilnosti i navode da ne provode nikakav progon. Takav pristup izvještavanju ilustrira medijski okvir sukoba u kojem se naglašava suprotstavljenost interesa i stavova između različitih aktera. Okvir morala identificiran je u 111 članaka (21,06 %), od čega se u 75 članaka (67,6 %) nude normativne upute o poželjnom društvenom ponašanju. Primjer takvog okvira nalazimo u tekstu objavljenom pod naslovom *S odjela za COVID, don Šimun Doljanin*: *Bolesnici trebaju potporu svećenika i utjehu sakramenata* (Krajina, 2020.). U članku se ističe važnost duhovne skrbi za pacijente te se artikulira moralni imperativ da umirući imaju pravo na svećenika i duhovnu okrjepu.

Ekonomski okvir identificiran je u 9 članaka (1,70 %), najčešće u kontekstu spominjanja financijskih gubitaka ili troškova liječenja. U članku *CIJENA PANDEMIJE: Korona je doista skupa bolest* (Jureško, 2020.) navodi se da je liječenje pacijenata na respiratoru višestruko skuplje od prosječnog bolničkog liječenja, što dodatno opterećuje zdravstveni sustav. Sličan primjer nalazi se na 24sata.hr u članku pod naslovom *STRUČNA ANALIZA: Korona godina izbrisala čak 40 posto dobiti hrvatskih tvrtki* (Pandžić, 2021.) koji donosi analizu poslovanja hrvatskih tvrtki u pandemijskoj godini i ističe gubitke u sektorima poput turizma, ugostiteljstva i trgovine.

U Tablici 7. prikazan je ilustrirani pregled prisutnosti interpretativnih okvira u analiziranim člancima hrvatskih elektroničkih publikacija.

Tablica 7. Prikaz interpretativnih okvira ukupno (svi mediji i svi valovi pandemije)

		N	%
Okvir odgovornosti	Sugerira li se u članku da neka razina državne vlasti može (ima mogućnosti ili sposobnosti) ublažiti problem?	36	28,1
	Sugerira li se u članku da je neka razina državne vlasti odgovorna za neku temu/problem?	20	15,6
	Sugerira li članak rješenje(a) za problem/temu?	35	27,3
	Sugerira li se u članku da je neki osoba (ili grupa ljudi u društvu) odgovorna za temu/problem?	32	25,0
	Sugerira li članak da problem traži hitnu akciju?	5	3,9
	Ukupno	128	100,0
Okvir ljudskog interesa	Koriste li se u članku ljudski primjer/ljudska priča ili „ljudsko lice“ o temi?	18	11,0

	Upotrebljavaju li se u članku pridjevi ili kratke priče koje izazivaju osjećaje bijesa, empatije, simpatije?	24	14,6
	Naglašava li se u članku kako na pojedince ili grupe utječe tema/problem?	118	72,0
	Ulazi li tema članka u privatne i osobne živote glavnih aktera?	4	2,4
	Sadržava li članak vizualne podatke/informacije koji mogu izazvati osjećaje bijesa, empatije, simpatije?	0	0,0
	Ukupno	164	100,0
Okvir sukoba	Odražava li se u članku neslaganje između stranaka/pojedinaca/grupa/država?	13	11,3
	Izražava li stranka/pojedinac/grupa/država zamjeranje prema drugoj?	20	17,4
	Odnosi li se članak na dvije strane ili više od dvije strane nekog problema ili teme?	76	66,1
	Odnosi li se članak na pobjednike i gubitnike?	6	5,2
	Ukupno	115	100,0
Okvir morala	Sadržava li članak neku moralnu poruku?	35	31,5
	Odnosi li se članak na čednost, Boga ili druga religiozna načela?	1	0,9
	Nude li se u članku neke druge društvene upute/preporuke o tome kako se treba ponašati	75	67,6
	Ukupno	111	100,0
Ekonomski okvir	Spominju li se financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti?	5	55,6
	Spominju li se uključeni troškovi/stupnjevi izdataka?	2	22,2
	Spominju li se ekonomske posljedice slijeđenja ili neslijeđenja smjera djelovanja?	2	22,2
	Ukupno	9	100,0

Izvor: autorica

Dobiveni rezultati potvrđuju korisnost teorije uokvirivanja u analizi medijskih sadržaja, pri čemu se jasno uočavaju obrasci preusmjeravanja fokusa s odgovornosti institucija prema personaliziranim prikazima ljudske patnje. Dominantna prisutnost okvira ljudskog interesa u trećem i petom valu ukazuje na povećanu potrebu za empatijskim pristupom, dok se istodobno okvir sukoba češće pojavljuje u razdobljima političke napetosti. Ovakve promjene u dominantnim okvirima ilustriraju fleksibilnost medijskog uokvirivanja u skladu s društvenim kontekstom i fazama krize.

9.2.1. Glavna tema u članku

U analizi prisutnosti glavnih tema u člancima (pri čemu su mogle biti označene i više tema po članku), najveći udio odgovora odnosi se na temu državnih mjera (117 članaka ili 22,0 %), potom na broj zaraženih i preminulih (103 članka ili 19,3 %) te na cijepljenje (77 članaka ili 14,4 %). Slijede komentari i analize stručnjaka (70 članaka ili 13,1 %) te teme povezane sa simptomima bolesti COVID-19 i mjerama poput *lockdowna*, izolacije i karantene (60 članaka ili 11,3 % za svaku kategoriju). Manje zastupljene teme uključuju teorije zavjere (28 članaka ili 5,3 %), političku situaciju (27 članaka ili 5,1 %) i gospodarsku situaciju (25 članaka ili 4,7 %), dok su ostale teme bile prisutne u manjem broju članaka.

Na elektroničkoj publikaciji Večernji.hr, objavljen je članak pod naslovom *Globalna pandemija: Tko se othrvao korona-krizi? Ovi su sektori dobro poslovali* (Beti, 2021), u kojem novinar donosi pozitivan osvrt na učinke *lockdowna*, osobito u kontekstu domaće proizvodnje i određenih gospodarskih sektora. U članku se navodi i porast zaposlenosti u pojedinim sektorima tijekom pandemijske godine: građevinarstvo bilježi rast zaposlenih od 6,8 %, sektor informacija i komunikacija 5 %, dok su poljoprivreda, šumarstvo i ribarstvo zabilježili porast od 4,5 %. Također, istaknuti su pozitivni financijski rezultati domaćih poduzeća iz ICT sektora – primjerice, Photomath je udeseterostručio prihode, Microblink ih je povećao za 30 %, a uspjesi poduzeća poput Infobipa i Nanobita dodatno su naglašeni.

U Tablici 8 prikazan je pregled 27 potkategorija, odnosno tema, koje se pojavljuju u analiziranim medijskim objavama, uključujući one koje tematiziraju gospodarske učinke pandemije i mjera poput *lockdowna*.

Tablica 8. *Prikaz glavnih tema u članku*

Glavna tema u članku (kojih može biti i više):	N	%
Državne mjere	117	22,0
Broj zaraženih i mrtvih	103	19,3
Cijepljenje	77	14,4
Komentar/analiza stručnjaka	70	13,1
Lockdown, izolacija, karantena	60	11,3
Simptomi bolest COVID-19	60	11,3
Neka teorija zavjere	28	5,3
Politička situacija	27	5,1
Gospodarska situacija	25	4,7
Zabava	23	4,3
Ponašanje građana u pandemiji vezano za mjere	22	4,1
„Infodemija“	22	4,1
Pandemija i druge bolesti	22	4,1
Nošenje maski	20	3,8
PCR testovi	18	3,4
COVID potvrde	18	3,4
Lijekovi za bolest COVID-19	17	3,2
Mentalno zdravlje i posljedice pandemije na ljude	16	3
Globalni zdravstveni rizik pandemije bolest COVID-19	16	3
Kršenje ljudskih prava/pitanje ljudskih prava	14	2,6
Držanje socijalne distance	12	2,3
Teorija nastanka virusa u laboratoriju u Wuhanu, Kina	11	2,1
Dnevni izvještaj Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske	11	2,1
Sport i pandemija bolesti COVID-19	11	2,1
Javna okupljanja građana u vrijeme *lockdowna*	10	1,9
Kućni testovi	10	1,9
Dezinfekcija javnih prostora	9	1,7

Ostalo	91	16,7
Ukupno	940	100

Izvor: autorica

9.2.2. Prikaz glavnih aktera ili izvora u članku

U kategoriji glavnih aktera ili izvora navedenih u člancima (moguće je navođenje više aktera po članku), najveći udio bilježi se za liječnike (69 članaka ili 18,9 %), potom za strane znanstvenike (68 članaka ili 18,6 %), strane medije (66 članaka ili 18 %), službene izvore poput Stožera civilne zaštite (64 članka ili 17,5 %) te osobe iz javnog i društvenog života (56 članaka ili 15,3 %).

Kao ilustrativan primjer navodi se članak objavljen pod naslovom *Koronavirus u Hrvatskoj: Danas 2399 novih slučajeva i 35 umrlih. Pogledajte stanje po županijama* (Index Vijesti, 2020.)[20], u kojemu se kao glavni izvor informacija navodi Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske.

Ovaj primjer pokazuje dominantnu prisutnost službenih institucija kao izvora informacija tijekom pandemije, što je u skladu s kriznim kontekstom i potrebom za pravodobnim i pouzdanim podacima. U sljedećem dijelu analize razmotrit će se i drugi aspekti izvještavanja poput vrijednosnih sudova i tematske selekcije.

U članku objavljenom pod naslovom *Bitka s koronavirusom: Cijepljenje protiv COVID-19 od sredine 2021., a proizvodnja cjepiva dok traje pandemija bez profita* (Vitas, 2020.), o temama razvoja i dostupnosti cjepiva govore dva znanstvenika – jedan iz Hrvatske, a drugi iz Švicarske.

Profesor dr. sc. Stipan Jonjić, virusni imunolog s Medicinskog fakulteta Sveučilišta u Rijeci i koordinator Centra izvrsnosti za virusnu imunologiju i cjepiva, ističe da su zahvaljujući brzoj reakciji CEPI-ja (Koalicije za inovativnu spremnost na epidemije), kao i angažmanu različitih vlada, organizacija i farmaceutskih kompanija, brojni kandidati za cjepivo već ušli ili se uskoro očekuje njihov ulazak u treću fazu kliničkih ispitivanja, što povećava izglede za dostupnost cjepiva u bliskoj budućnosti.

[20] Vidi: Index Vijesti. (2020, studeni 7). *Danas 2399 novih slučajeva i 35 umrlih: Pogledajte stanje po županijama.* Index.hr. Preuzeto 2. srpnja 2024. s https://www.index.hr/vijesti/clanak/danas-2399-novih-slucajeva-i-35-umrlih-pogledajte-stanje-po-zupanijama/2228354.aspx

Njegov kolega, profesor dr. sc. Nenad Ban sa Saveznog instituta za tehnologiju u Zürichu, naglašava kako nakon završetka kliničkih ispitivanja cjepivo mora proći proces licenciranja, proizvodnje i distribucije u dovoljnim količinama, te ističe da se te faze ne mogu značajno ubrzati.

Ovaj primjer pokazuje kako znanstveni stručnjaci igraju ključnu ulogu kao izvori informacija u medijskim izvještajima o cjepivima, što potvrđuje njihovu važnu ulogu u oblikovanju javne percepcije i razumijevanja pandemije.

U Tablici 9 prikazani su ilustrativni podaci o zastupljenosti glavnih aktera i izvora u analiziranim medijskim objavama.

Tablica 9. *Prikaz glavnih aktera ili izvora u članku*

Glavni akter ili izvor u članku (kojih može biti i više):	N	%
Liječnik	69	18,9
Strani znanstvenik	68	18,6
Drugi medij-strani	66	18
Službeni izvor	64	17,5
Osoba iz društvenog javnog života	56	15,3
Hrvatski znanstvenik	42	11,5
Građanin	40	10,9
Neslužbeni/neimenovani izvor	35	9,5
Stožer civilne zaštite RH	33	9
Ostalo	61	16,7
Ukupno	365	100

Izvor: autorica

9.2.3. Vrijednosni sudovi

U kategoriji interpretativnog novinarstva, kojom se utvrđuje prisutnost novinarskog tumačenja i tonaliteta u člancima, najveći broj članaka karakterizira neutralan ton (377 članaka ili 80,6 %), dok negativan ton bilježi 91 članak (19,4 %).

Jedan od primjera članka s naglašenim negativnim tonom može se pronaći u objavi pod naslovom *Kaos i utjerivanje straha: Kako je skup protiv Covid mjera postao politički prosvjed protiv znanosti na kojem se love poeni* (Krnetić i dr., 2021.). Tema članka su prosvjedi usmjereni protiv epidemioloških mjera, pri čemu autori iznose niz oštrih kritika na račun ponašanja sudionika prosvjeda, reakcije Stožera civilne zaštite te širenja dezinformacija u javnosti.

U tekstu se ističe da su novinarske ekipe tijekom prosvjeda bile izložene verbalnim i fizičkim napadima, a navodi se i konkretan slučaj fizičkog napada na novinara RTL-a, što se opisuje kao kukavički čin. Usto, članak problematizira i rad Stožera, navodeći da je u više navrata donosio nejasne i neusklađene odluke, čime je potaknuo zbunjenost među građanima i oslabio povjerenje u institucije. Posebno se upozorava na štetnost dezinformacija koje su preplavile medijski prostor, a koje su, prema autorima, pridonijele nepovjerenju u mjere i odbijanju cijepljenja.

Ovaj primjer jasno pokazuje kako interpretativno novinarstvo i izraženi vrijednosni sudovi oblikuju narativ u kojemu su prosvjednici prikazani u negativnom svjetlu, znanstvena zajednica kao racionalna i pozitivna, dok je Stožer prikazan kao neorganiziran i neuvjerljiv. Time se dodatno naglašava negativan ton članka i utječe na čitateljevu interpretaciju događaja.

Kod kategorije vrijednosnih sudova novinara prema glavnom akteru ili akterima, najveći broj odgovora odnosi se na deskriptivni pristup (391 članak ili 92 %). Slično tome, u kategoriji vrijednosnih sudova novinara prema glavnoj temi ili temama, najčešći je također deskriptivan ton (325 članaka ili 72,1 %). Nasuprot tome, kod kategorije vrijednosnih sudova glavnog aktera prema glavnoj temi, najveći udio odgovora upućuje na negativan stav (202 odgovora ili 52,2 %).

Primjer izraženog negativnog stava glavnog sugovornika prema prevladavajućim javnim narativima može se pronaći u intervjuu objavljenom pod naslovom *Akademik Krešimir Pavelić: Treba zaustaviti ovu „ludost" oko covida* (Narod.hr, 2021.)[21]. U središtu teksta nalazi se hrvatski znanstvenik koji otvoreno kritizira državne mjere i strategije u borbi protiv pandemije

[21] Vidi: Narod.hr. (2021, lipanj 9). *Akademik Krešimir Pavić: Treba zaustaviti ovu ludost oko COVID-a*. Narod.hr. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/akademik-kresimir-pavelic-treba-zaustaviti-ovu-ludost-oko-covida

COVID-19. Sugovornik iznosi stav da se tijekom pandemije nije ostavljalo prostora za propitivanje službenih pristupa te da su alternativna mišljenja, posebice u vezi s cijepljenjem i epidemiološkim politikama, redovito bila predmetom ismijavanja, omalovažavanja ili isključivanja iz javne rasprave. Naglašava da takva atmosfera isključivanja nije u skladu sa znanošću, demokracijom, pa ni sa zdravim razumom, te iznosi niz kritika na račun nepreciznih i neispunjenih obećanja institucija tijekom pandemije.

Ovaj primjer jasno pokazuje kako se kroz izjave glavnog aktera oblikuje sadržaj prožet snažno negativnim vrijednosnim sudom prema službenim javnozdravstvenim politikama. Time se dovodi u pitanje povjerenje u znanstvene i političke autoritete, a medijski se okvir usmjerava na delegitimizaciju dominantnih narativa o pandemiji. Takav pristup potencijalno utječe na čitatelje, oblikujući sumnju i kritički odnos prema institucionalnim mjerama.

Primjer korištenja strane znanstvenice kao izvora informacija može se pronaći u članku objavljenom na Index.hr pod naslovom *Covid – prosvjedi dali su ekstremnoj desnici priliku života* (Stošić, 2021.). U tekstu se analiziraju prosvjedi protiv epidemioloških mjera u Hrvatskoj i drugim europskim zemljama, s posebnim naglaskom na povezanost tih prosvjeda s retorikom krajnje desnice i antivakserskim narativima.

Glavni stručni izvor u članku je Katharina T. Paul, znanstvenica sa Sveučilišta u Beču, čija je izjava za NBC News prenesena i u ovoj objavi. Ona upozorava na političku mobilizaciju protiv cijepljenja i širenje dezinformacija, ističući ulogu austrijske Slobodarske stranke u politizaciji pitanja cjepiva. Dodaje da je veza između populizma i oklijevanja prema cijepljenju posebno izražena u Austriji, ali da slične obrasce vidimo i u Italiji i Francuskoj.

U nastavku se članak osvrće na upotrebu radikalnih simbola tijekom prosvjeda, uključujući nošenje Davidove zvijezde kao usporedbu epidemioloških mjera s progonom Židova u vrijeme holokausta. Navodi se i primjer njemačkog neonacista Svena Liebicha, koji se fotografirao s kopijom *Dnevnika Anne Frank* uz spomenik holokaustu u Berlinu, pokušavajući prikazati sebe kao žrtvu epidemioloških mjera.

Ovaj članak jasno prikazuje kako se međunarodni znanstveni izvori koriste za podupiranje interpretativnog okvira koji prosvjede protiv mjera ne prikazuje isključivo kao čin građanskog otpora, nego i kao izraz političke radikalizacije. Time se gradi narativ u kojem su antivakserski stavovi i osporavanje mjera smješteni u širi kontekst političkog ekstremizma i opasnih društvenih tendencija.

Među istaknutijim nalazima, najviši postoci zabilježeni su pri naglašavanju ozbiljnosti situacije s pandemijom – u vrijednosnim sudovima novinara (18%) i glavnih aktera (21%).

Nadalje, kod glavnih aktera zabilježen je visoki udio pozitivnih vrijednosnih sudova o zdravstvenom aspektu pandemije (41%) te o cijepljenju (36%).

Među izjavama glavnih aktera u analiziranim medijskim sadržajima zabilježen je značajan udio pozitivnih vrijednosnih sudova koji se odnose na zdravstveni aspekt pandemije (41 %) te na cijepljenje (36 %). Jedan od primjera koji ilustrira takvo pozitivno vrednovanje može se pronaći u članku objavljenom na Jutarnji.hr pod naslovom *RASPAD SISTEMA: Bili su prvaci u borbi protiv korone, a kad je cijepljenje došlo na red – zakazalo je sve!* (Raknić, 2021.). U tekstu se ističe ozbiljnost pandemijske situacije te se kroz međunarodne usporedbe naglašava važnost učinkovitog provođenja procesa cijepljenja.

Autor navodi podatke o niskoj stopi procijepljenosti u Japanu, Južnoj Koreji i Novom Zelandu, ističući da su te zemlje, unatoč ranijem uspjehu u suzbijanju pandemije, u znatnom zaostatku u odnosu na države poput SAD-a i Ujedinjenog Kraljevstva, gdje je značajan udio populacije već primio barem jednu dozu cjepiva. Usporedba sa zemljama u razvoju dodatno pojačava implicitnu kritiku sporosti imunizacijskih kampanja u inače uspješnim zdravstvenim sustavima.

Ovaj članak upućuje na prisutnost okvira ozbiljnosti te ističe cijepljenje kao ključnu javnozdravstvenu strategiju. Usporedbama s drugim državama oblikuje se narativ koji upozorava na negativne posljedice zakašnjele imunizacije, čime se dodatno naglašava važnost pravovremenog odgovora na pandemiju.

U Tablici 10 prikazani su vrijednosni sudovi novinara i glavnih aktera koji se najčešće pojavljuju u analiziranim medijskim objavama.

Tablica 10. *Prikaz pozitivnih vrijednosnih sudova*

		N	%
Naglašavanje ozbiljnost situacije s pandemijom bolest COVID-19	Autor članka (novinar)	18	46,2
	Glavni akter	21	53,8
	Ukupno	39	100,0
Pozitivan sud o zdravstvenom aspektu pandemije bolest COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku	Autor članka (novinar)	8	16,3
	Glavni akter u članku	41	83,7
	Ukupno	49	100,0

Pozitivan sud o cijepljenju	Autor članka (novinar)	2	5,3
	Glavni akter u članku	36	94,7
	Ukupno	38	100,0

Izvor: autorica

Najveći broj zabilježen je u kategoriji negativnih sudova glavnih aktera o zdravstvenom aspektu pandemije ili o zdravstvenim stručnjacima (115 članaka). Slijede negativni sudovi o ekonomskom aspektu pandemije ili ekonomskim stručnjacima (17 članaka), te o političkom aspektu ili političarima (16 članaka).

U kategoriji percepcije stvarnosti rizika, zabilježeno je da u 116 članaka glavni akter iznosi stav kako je zdravstveni rizik stvaran, hitan i opasan. U 20 članaka izraženo je stajalište da je zdravstveni rizik stvaran, ali zanemariv.

U medijskoj objavi u obliku intervjua, pod naslovom *Prof. dr. sc. Vržek o koroni, Stožeru: „Živimo u divljem braku politike i struke"* (G.S., 2020.), prepoznaje se niz negativnih vrijednosnih sudova koje glavni akter – hrvatski znanstvenik – izražava prema zdravstvenom aspektu pandemije bolesti COVID-19, političkoj situaciji, kao i prema mjerama koje provodi Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske. Glavni akter umanjuje značaj stručnjaka i znanstvenika u kontekstu procjene zdravstvenog rizika, koji opisuje kao zanemariv.

U tekstu je jasno izražen okvir odgovornosti, budući da se određene razine vlasti izravno kritiziraju zbog načina upravljanja krizom. Istodobno, prepoznaje se i metaokvir teorije vrijednosti vijesti – osobito u aspektu osjećaja nametnutosti rizika od strane dominantnih društvenih skupina te stvaranja atmosfere trajne prijetnje i straha.

Ovakav tip sadržaja doprinosi oblikovanju specifičnih interpretativnih narativa u elektroničkim publikacijama, gdje novinarska selekcija izvora i isticanje pojedinih vrijednosnih stavova pridonosi konstrukciji stvarnosti u skladu s određenim društvenim i političkim pozicijama. Time se potvrđuje i važnost analize medijskih sadržaja u okviru teorija *framinga* i medijske konstrukcije stvarnosti, koje su središnje u ovom istraživanju.

Nadalje, u Tablici 11 prikazani su podaci koji se odnose na negativne vrijednosne sudove.

Tablica 11. *Prikaz negativnih vrijednosnih sudova*

		N	%
Ismijavanje/umanjivanje ozbiljnost situacije s pandemijom bolest COVID-19a	Autor članka (novinar)	3	27,3
	Glavni akter	8	72,7
	Ukupno	11	100,0
Negativan sud o političkom aspektu ili nekom političaru	Autor članka (novinar)	7	30,4
	Glavni akter	16	69,6
	Ukupno	23	100,0
Negativan sud o zdravstvenom aspektu pandemije ili nekom zdravstvenom stručnjaku	Autor članka (novinar)	15	11,5
	Glavni akter	115	88,5
	Ukupno	130	100,0
Negativan sud o ekonomskom aspekt pandemije bolest COVID-19a ili nekom ekonomskom stručnjaku	Autor članka (novinar)	5	22,7
	Glavni akter	17	77,3
	Ukupno	22	100,0
Negativan sud o cijepljenju	Autor članka (novinar)	3	16,7
	Glavni akter	15	83,3
	Ukupno	18	100,0

Izvor: autorica

Na sljedećim stranicama bit će prikazani rezultati testiranja povezanosti promatranih varijabli s obzirom na valove pandemije i nazive medija, provedenog pomoću Hi-kvadrat testa (χ^2). Podaci će biti prikazani u obliku apsolutnih frekvencija i pripadajućih postotaka.

9.3. Promjene u novinskim žanrovima, metaokvirima i tematskom fokusu kroz valove pandemije bolesti COVID-19

Analizom vrste vijesti u odnosu na pojedine valove pandemije bolesti COVID-19, zabilježeni su ovi rezultati:

- Tijekom prvog vala pandemije najzastupljeniji oblik medijskog sadržaja bile su vijesti (52,5 %).
- U drugom valu pandemije dominirale su reportaže (55,4 %).
- Tijekom trećeg vala također je zabilježen najveći udio reportaža (57,7 %).
- U četvrtom valu reportaže su bile najčešći oblik objava (53,6 %).
- U petom valu ponovno su vijesti bile najzastupljeniji oblik sadržaja (48 %).

Najveći broj članaka opremljenih audiovizualnim sadržajem zabilježen je tijekom prvog vala pandemije (39 članaka ili 39,4 %). U trećem i četvrtom valu pandemije zabilježeno je podjednako članaka s audiovizualnim sadržajem (po 18 članaka, odnosno 14,5 %).

Što se tiče mjesta odvijanja radnje glavne teme, u svim valovima pandemije najčešće se tematizira Hrvatska. U prvom valu drugo najčešće mjesto radnje bio je globalni kontekst (više zemalja), dok se u preostalim valovima na drugom mjestu najčešće navodi Europska unija.

Kada je riječ o dominantnim metaokvirima, njihov poredak prema zastupljenosti ostaje konzistentan kroz sve valove pandemije. Najzastupljeniji metaokvir u svim valovima bio je:

- Teorija vrijednosti vijesti – osjećaj nametnutosti rizika od strane dominantnih društvenih skupina te insceniranje atmosfere stalnog straha.

Slijede:

- Briga za zdravlje nacije i opstanak ljudskog roda.
- Panika i strah od nepoznatog.

Pojedine promjene bilježe se u specifičnim valovima:

- U drugom valu pandemije dolazi do porasta metaokvira medijskog spektakla, u kojem se rizik dramatizira radi povećanja čitanosti i klikova.
- U četvrtom valu zabilježeno je povećanje prisutnosti politizacije teme pandemije, uključujući politizaciju rada Stožera civilne zaštite.
- U petom valu dolazi do pojačanog naglaska na gospodarsku situaciju, što ukazuje na promjenu fokusa javnog i medijskog interesa u kasnijoj fazi pandemije.

9.3.1. Usporedba interpretativnih okvira prema valovima pandemije

Usporedba rezultata istraživanja prema promatranim valovima pandemije bolesti COVID-19 pokazuje različitu učestalost pojedinih interpretativnih okvira u medijskom izvještavanju.

Okvir odgovornosti bio je najzastupljeniji tijekom drugog (19 članaka) i četvrtog vala (39 članaka). U člancima iz drugog vala, u pet se slučajeva sugeriraju moguća rješenja za aktualni problem ili temu, dok se u člancima iz četvrtog vala u 13 navrata implicira da određena razina državne vlasti ima mogućnost ili sposobnost ublažiti posljedice krize.

Okvir ljudskog interesa dominira u trećem (30 članaka) i petom valu (62 članka), pri čemu se u najvećem broju slučajeva naglašava utjecaj pandemije na pojedince ili društvene skupine.

Okvir sukoba najviše je prisutan u prvom valu pandemije (22 članka), gdje se najčešće ističu različiti stavovi i sukobi interesa između dviju ili više strana oko određene teme.

Okvir morala bilježi najveću učestalost tijekom četvrtog vala (28 članaka). U većini tih tekstova nude se normativne poruke, upute i preporuke o poželjnom društvenom ponašanju.

Ekonomski okvir nije bio dominantan u analiziranim člancima. Ukupno je zabilježen u samo 8 slučajeva, od čega 5 u prvom valu pandemije. U tim se člancima uglavnom spominju financijski gubici ili dobici u kontekstu sadašnjih i budućih gospodarskih posljedica pandemije.

U Tablici 12 ilustrativno su prikazani dominantni interpretativni okviri prepoznati u medijskim objavama prema promatranim valovima pandemije bolesti COVID-19.

Tablica 12. *Prikaz interpretativnih okvira s obzirom na promatrane valove pandemije*

		Val pandemije									
		1		2		3		4		5	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Okvir odgovornosti	Sugerira li se u članku da neka razina državne vlasti može (ima mogućnosti ili sposobnosti) ublažiti problem?	4	25,0	4	21,1	6	27,3	13	33,3	8	25,8

	Sugerira li se u članku da je neka razina državne vlasti odgovorna za neku temu/problem?	2	12,5	4	21,1	3	13,6	6	15,4	5	16,1
	Sugerira li članak rješenje(a) za problem/temu?	6	37,5	5	26,3	6	27,3	11	28,2	7	22,6
	Sugerira li se u članku da je neki osoba (ili grupa ljudi u društvu) odgovorna za temu/problem?	2	12,5	4	21,1	7	31,8	8	20,5	11	35,5
	Sugerira li članak da problem traži hitnu akciju?	2	12,5	2	10,5	0	0,0	1	2,6	0	0,0
	Ukupno	16	100,0	19	100,0	22	100,0	39	100,0	31	100,0
Okvir ljudskog interesa	Upotrebljava li se u članku ljudski primjer/ljudska priča ili „ljudsko lice“ o temi?	4	22,2	5	27,8	4	13,3	3	8,6	2	3,2
	Upotrebljavaju li se u članku pridjevi ili kratke priče koje izazivaju osjećaje bijesa, empatije, simpatije?	0	0,0	5	27,8	9	30,0	4	11,4	6	9,7
	Naglašava li se u članku kako na pojedince ili skupine utječe tema/problem?	11	61,1	7	38,9	17	56,7	28	80,0	54	87,1
	Ulazi li tema članka u privatne i osobne živote glavnih aktera?	3	16,7	1	5,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0

	Sadržava li članak vizualne podatke/informacije koji mogu izazvati osjećaje bijesa, empatije, simpatije?	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	18	100,0	18	100,0	30	100,0	35	100,0	62	100,0
Okvir sukoba	Odražava li se u članku neslaganje između stranaka/pojedinaca /grupa/država?	5	22,7	0	0,0	3	13,6	4	17,4	1	2,6
	Izražava li stranka /pojedinac /grupa/država zamjeranje prema drugoj?	3	13,6	4	44,4	9	40,9	3	13,0	1	2,6
	Odnosi li se članak na dvije strane ili više od dvije strane nekog problema ili teme?	10	45,5	4	44,4	9	40,9	16	69,6	37	94,9
	Odnosi li se članak na pobjednike i gubitnike?	4	18,2	1	11,1	1	4,5	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	22	100,0	9	100,0	22	100,0	23	100,0	39	100,0
Okvir morala	Sadržava li članak neku moralnu poruku?	0	0,0	8	44,4	10	55,6	8	22,2	8	26,7
	Odnosi li se članak na čednost, Boga ili druga religiozna načela?	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,3
	Nude li se u članku neke druge društvene upute/preporuke o tome kako se treba ponašati?	7	100,0	10	55,6	8	44,4	28	77,8	21	70,0
	Ukupno	7	100,0	18	100,0	18	100,0	36	100,0	30	100,0

Ekonomski okvir	Spominju li se financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti?	3	60,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Spominju li se uključeni troškovi/stupnjevi izdataka?	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0
	Spominju li se ekonomske posljedice slijeđenja ili neslijeđenja smjera djelovanja?	2	40,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	5	100,0	2	100,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0

Izvor: autorica

Tablica 13 prikazuje rezultate Hi-kvadrat testa i Cramérova V-testa primijenjenih na analizu povezanosti između interpretativnih okvira i pojedinih valova pandemije.

Hi-kvadrat test pokazuje postoji li statistički značajna razlika u učestalosti pojedinih okvira među valovima, dok Cramérov V-test dodatno procjenjuje jačinu te povezanosti.

Tablica 13. *Hi-kvadrat test i Cramérovi V-interpretativni okviri s obzirom na promatrane valove pandemije*

Interpretativni okvir	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Važnost	Cramérov V
Okvir odgovornosti	12,748	16	,691	0,16
Okvir ljudskog interesa	46,135	12	,000*	0,27
Okvir sukoba	43,232	12	,000*	0,31
Okvir morala	13,843	8	,086	0,21
Ekonomski okvir	9,280	4	,054	0,76[1]

* $p < 0,01$

[1] Visoka vrijednost, ali interpretirati s oprezom zbog malog broja slučajeva (N = 8)

Izvor: autorica

Analiza je pokazala da su, prema rezultatima Hi-kvadrat testa, u pitanjima koja se odnose na okvir ljudskog interesa i okvir sukoba utvrđene statistički značajne razlike s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19 ($p < 0,01$). Dodatno je primijenjen

Cramérov V-test kako bi se procijenila snaga povezanosti između pojedinih interpretativnih okvira i valova pandemije. Dobiveni rezultati pokazuju da je povezanost umjerena za okvir ljudskog interesa (V = 0,27) i okvir sukoba (V = 0,31), što potvrđuje relevantnost utvrđenih statistički značajnih razlika. U slučaju okvira odgovornosti (V = 0,16) i okvira morala (V = 0,21), povezanost je slaba, dok je kod ekonomskog okvira zabilježena visoka vrijednost (V = 0,76), ali zbog izrazito malog broja analiziranih slučajeva (N = 8), ovaj rezultat treba tumačiti s velikim oprezom.

Ovi nalazi upućuju na to da su pojedini interpretativni okviri bili specifično prisutni u određenim fazama pandemije, osobito oni koji tematiziraju ljudsku dimenziju krize ili ističu sukobe između aktera i institucija, čime se dodatno potvrđuje teorijska relevantnost koncepta uokvirivanja u analizi medijskih sadržaja.

Analiza interpretativnih okvira po valovima pandemije pokazuje da su okvir ljudskog interesa i okvir odgovornosti bili podjednako dominantni, pri čemu je svaki prevladavao u po dva pandemijska vala. Ova ravnoteža ukazuje na dvojak način oblikovanja medijskih narativa: s jedne strane, kroz personalizirane priče koje pandemiju približavaju pojedincu (ljudski interes), a s druge strane, kroz identifikaciju krivnje ili rješenja (odgovornost) koje odražavaju institucionalnu dimenziju krize.

Ostali interpretativni okviri – poput okvira sukoba, morala i ekonomskog okvira – bili su manje zastupljeni i pojavljuju se selektivno. Okvir sukoba češće je korišten u početnim fazama pandemije, okvir morala u specifičnim medijima, dok je ekonomski okvir bio izrazito rijedak, što upućuje na to da gospodarske posljedice pandemije nisu bile u središtu interesa elektroničkih publikacija.

Ukupno gledano, rezultati potvrđuju da su okviri služili kao alat za oblikovanje javnog razumijevanja pandemije, a njihova promjenjivost po valovima svjedoči o dinamičnom prilagođavanju medijskog izvještavanja različitim fazama krize.

9.3.2. Prikaz glavnih tema u člancima s obzirom na promatrane valove

Rezultati istraživanja pokazuju da su u prvom valu pandemije najzastupljenije teme u člancima na hrvatskim elektroničkim publikacijama bile *lockdown*, izolacija i karantena (36 članaka ili 36,4 %), državne mjere (33 ili 32,3 %), broj zaraženih i umrlih (32 ili 32,3 %), globalni zdravstveni rizik pandemije koronavirusa (14 ili 14,1 %), ponašanje građana u pandemiji vezano za mjere (13 ili 13,1 %), držanje fizičke distance (12 ili 12,1 %), nošenje maski (12 ili 12,1 %), te teorije zavjere (10 ili 10,1 %).

U drugom valu pandemije najčešće teme bile su broj zaraženih i umrlih (15 ili 20,3 %), državne mjere (13 ili 17,6 %), *lockdown*, izolacija i karantena (11 ili 14,9 %), fenomen „infodemije“ (7 ili 9,5 %), te gospodarska situacija (5 ili 6,8 %).

Tijekom trećeg vala pandemije najčešće teme su: simptomi bolesti COVID-19 (17 članaka ili 13,7 %), državne mjere (17 ili 13,7 %), komentari i analize stručnjaka (16 ili 12,9 %), broj zaraženih i umrlih (15 ili 12,1 %), cijepljenje (15 ili 12,1 %), sadržaji vezani za zabavu (8 ili 6,5 %) te pandemija u kontekstu drugih bolesti (5 ili 4 %).

U četvrtom valu pandemije najzastupljenije teme jesu broj zaraženih i umrlih (26 ili 23,6 %), državne mjere (26 ili 23,6 %), cijepljenje (24 ili 21,8 %), komentari i analize stručnjaka (23 ili 20,9 %), simptomi bolesti COVID-19 (11 ili 10 %), COVID potvrde (10 ili 9,1 %), i kućni testovi (5 ili 4,5 %).

U petom valu pandemije najčešće teme su cijepljenje (30 članaka ili 24,4 %), državne mjere (27 ili 22 %), komentari i analize stručnjaka (19 ili 15,4 %), simptomi bolesti COVID-19 (18 ili 14,6 %), broj zaraženih i umrlih (15 ili 12,2 %), sadržaji vezani za zabavu (6 ili 4,9 %) i teorije zavjere (6 ili 4,9 %).

Analiza tema po valovima pandemije pokazuje kako su se interesi medija, a posredno i javnosti, mijenjali tijekom vremena. Na početku pandemije naglasak je bio na *lockdownu*, izolaciji i broju zaraženih, što odražava početni šok i neizvjesnost. U kasnijim valovima sve se više pozornosti posvećivalo cijepljenju, analizama stručnjaka i državnim mjerama, dok se u trećem i petom valu ističe i porast tema vezanih za simptome bolesti i osobne priče. Vidljivo je i da su teme poput infodemije, teorija zavjere i ekonomskih posljedica povremeno ulazile u fokus, što pokazuje kako su se s razvojem pandemije otvarala nova pitanja i dileme u društvu.

Ove promjene u tematskom fokusu tijekom različitih valova pandemije pokazuju kako su se medijski narativi u hrvatskim elektroničkim publikacijama prilagođavali razvoju pandemijske situacije – od početne neizvjesnosti i institucionalnih odgovora, preko faze stručnih tumačenja i borbe za povjerenje javnosti, do kasnijeg fokusa na individualna iskustva, cijepljenje i političku dimenziju krize.

U Tablici 14. prikazane su dominantne teme prepoznate u medijskim objavama u elektroničkim publikacijama prema promatranim valovima pandemije bolesti COVID-19.

Tablica 14. *Prikaz tema s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19*

Glavna tema u članku (kojih može biti i više):	Val pandemije bolesti COVID-19				
	1	2	3	4	5

	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Broj zaraženih i mrtvih	32	32,3	15	20,3	15	12,1	26	23,6	15	12,2
Cijepljenje	5	5,1	3	4,1	15	12,1	24	21,8	30	24,4
Državne mjere	33	33,3	13	17,6	17	13,7	26	23,6	27	22,0
Lockdown, izolacija, karantena	36	36,4	11	14,9	2	1,6	4	3,6	6	4,9
Globalni zdravstveni rizik pandemije bolest COVID-19a	14	14,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8
Neka teorija zavjere	10	10,1	1	1,4	3	2,4	7	6,4	6	4,9
Komentar/analiza stručnjaka	8	8,1	3	4,1	16	12,9	23	20,9	19	15,4
Ukupno	138		46		68		110		98	

Izvor: autorica

Pogleda li se razina statističke značajnosti u odnosu na pojedine tematske kategorije, uočava se da vrijednosti Hi-kvadrat testa u većini slučajeva iznose $p < 0,01$, što ukazuje na postojanje statistički značajne razlike između promatranih valova. Statistički bitna razlika utvrđena je u okviru tematske kategorije „glavna tema u članku" za ove potkategorije: dnevni izvještaj Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske, broj zaraženih i umrlih, cijepljenje, državne mjere, gospodarska situacija u pandemiji, *lockdown*, izolacija, karantena, nošenje maski, dezinfekcija javnih prostora, javna okupljanja građana, ponašanje građana u pandemiji u vezi s mjerama, držanje socijalne distance, teorija namjernog širenja virusa iz Kine, globalni zdravstveni rizik, „infodemija", neka teorija zavjere, komentar ili analiza stručnjaka, sigurnost građana i kriminalitet, lijekovi za bolest COVID-19, COVID potvrde, kućni testovi.

Tablica 15 prikazuje rezultate Hi-kvadrat testa i Cramérova V-testa provedenih za odabrane glavne teme koje su se pojavile u medijskom izvještavanju tijekom pandemije bolesti COVID-19.

Tablica 15. *Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – glavne teme u članku s obzirom na valove pandemije*

Tema	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost	Cramérov V-test
Broj zaraženih i mrtvih	20,158	4	,000*	0,112
Cijepljenje	28,631	4	,000*	0,285
Državne mjere	13,442	4	,009*	0,041

Lockdown, izolacija, karantena	87,220	4	,000*	0,313
Globalni zdravstveni rizik pandemije koronavirusa	56,849	4	,000*	0,255
Komentar stručnjaka/analiza stručnjaka	14,073	4	,007*	0,259

* $p < 0,01$
Izvor: autorica

Dodatno je izračunata vrijednost Cramérova V-testa kako bi se procijenila snaga povezanosti između tema i valova pandemije. Ovaj test pokazuje da su teme kao što su „*lockdown*, izolacija i karantena" (V = 0,313), „cijepljenje" (V = 0,285), „globalni zdravstveni rizik" (V = 0,255) te „komentar/analiza stručnjaka" (V = 0,259) imale slabu do umjerenu povezanost s valovima pandemije, što znači da su se određene teme češće javljale u specifičnim fazama krize, ali distribucija nije bila izrazito neravnomjerna. Nasuprot tome, teme poput „državne mjere" (V = 0,041) i „broj zaraženih i mrtvih" (V = 0,112) pokazale su vrlo slabu povezanost, što može ukazivati na njihovu konzistentnu prisutnost tijekom cijelog pandemijskog razdoblja. Takav nalaz može se interpretirati kao indikator njihove uloge kao osnovnih i trajnih elemenata pandemijskog diskursa, neovisno o fazi krize.

Ukupno gledano, ovi rezultati potvrđuju da se medijsko izvještavanje tijekom pandemije nije odvijalo ravnomjerno u tematskom smislu, nego da je određene teme – osobito one koje reflektiraju specifične krizne mjere ili nove faze razvoja pandemije – karakterizirala izraženija valna dinamika. Time se potvrđuje pretpostavka da mediji selektivno odgovaraju na razvoj krize, reflektirajući i oblikujući javni diskurs u skladu s aktualnim okolnostima.

9.3.3. Prikaz aktera ili izvora u članku s obzirom na promatrane valove

Analiza prikaza aktera ili izvora u člancima, promatranih po valovima pandemije bolesti COVID-19, daje ove rezultate:

U prvom valu pandemije, najzastupljeniji akteri ili izvori u člancima na hrvatskim elektroničkim publikacijama bili su: osoba iz društvenog javnog života (7 članaka, 15,9%), potom službeni izvor, neslužbeni/neimenovani izvor i liječnik (svaki po 6 članaka, odnosno 13,6%). U manjoj mjeri prisutni su bili Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske i društvene mreže (3 članka, 6,8%) te hrvatski znanstvenik, strani znanstvenik i građanin (2 članka, 4,5%).

U drugom valu najzastupljeniji su bili: službeni izvor (15; 21,1%), neslužbeni izvor (12; 16,9%), liječnik (11; 15,5%), građanin (7; 9,9%), osoba iz društvenog javnog života (6; 8,5%), te hrvatski i strani znanstvenik (po 5 članaka, 7%).

U trećem valu pandemije, dominantnu ulogu imao je strani znanstvenik (17 članaka; 19,1%), a slijede službeni izvor, osoba iz društvenog javnog života i liječnik (svaki po 9 članaka; 10,1%). Prisutni su i građani (8; 9%), hrvatski znanstvenik (7; 7,9%) i neslužbeni izvor (6; 6,7%).

U četvrtom valu, najčešći akteri bili su: strani znanstvenik (12; 14,1%), potom liječnik i službeni izvor (11 članaka; 12,9%), hrvatski znanstvenik (9; 10,6%) i Stožer civilne zaštite RH (7; 8,2%).

U petom valu, najzastupljenija je osoba iz društvenog javnog života (19 članaka; 21,8%), potom strani znanstvenik (11; 12,6%), liječnik (8; 9,2%), strani političar (7; 8%) te građanin, službeni izvor i Hrvatski zavod za javno zdravstvo (svaki po 6 članaka; 6,9%). Stožer civilne zaštite RH zabilježen je u 5 članaka (5,7%).

U Tablici 16 prikazani su kvantitativni rezultati analize najčešće prisutnih aktera i izvora u člancima, kako ih je autorica identificirala u odabranim elektroničkim publikacijama, razvrstanima prema pandemijskim valovima.

Tablica 16. *Prikaz aktera ili izvora u članku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19*

Glavni akter ili izvor u članku (može ih biti i više)	Val pandemije bolesti COVID-19									
	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Službeni izvor	6	13,6	15	21,1	9	10,1	11	12,9	6	6,9
Neslužbeni/neimenovani izvor	6	13,6	12	16,9	6	6,7	4	4,7	3	3,4
Stožer civilne zaštite RH	3	6,8	1	1,4	3	3,4	7	8,2	5	5,7
Liječnik	6	13,6	11	15,5	9	10,1	11	12,9	8	9,2
Građanin	2	4,5	7	9,9	8	9,0	3	3,5	6	6,9
Društvene mreže	3	6,8	0	0,0	5	5,6	1	1,2	0	0,0

Osoba iz društvenog javnog života	7	15,9	6	8,5	9	10,1	4	4,7	19	21,8
Znanstvenik (hrvatski)	2	4,5	5	7,0	7	7,9	9	10,6	4	4,6
Ministar zdravstva RH	0	0,0	1	1,4	2	2,2	0	0,0	0	0,0
Znanstvenik (strani)	2	4,5	5	7,0	17	19,1	12	14,1	11	12,6
Strani političar	1	2,3	1	1,4	2	2,2	5	5,9	7	8,0
Hrvatski zavod za javno zdravstvo (HZJZ)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	6,9
Ostalo	6	13,9	7	9,9	12	13,6	18	21,3	12	14

Izvor: autorica

Ova analiza pokazuje da se u različitim valovima pandemije mijenjala i struktura aktera ili izvora u medijskim člancima, što odražava i promjene u načinu na koji su mediji oblikovali narative o pandemiji. U prvim valovima naglasak je bio na službenim i institucionalnim izvorima poput Stožera, liječnika i državnih dužnosnika, što je bilo očekivano s obzirom na tadašnju fazu kriznog upravljanja.

Kako je pandemija odmicala, sve se više pojavljuju znanstvenici, i to posebno strani, ali i osobe iz javnog života te građani. Takva promjena upućuje na to da su mediji pokušavali prilagoditi način izvještavanja — od pukog prenošenja mjera i preporuka prema davanju prostora za tumačenja, komentare i svakodnevna iskustva ljudi. U kasnijim valovima pandemije vidljiv je i veći pluralizam izvora, što može upućivati na određeni pad povjerenja u službene izvore, ali i na nastojanje redakcija da približe priču čitateljima.

Ovi rezultati potvrđuju da mediji nisu samo neutralni prenositelji informacija, nego aktivno sudjeluju u oblikovanju značenja i interpretacija stvarnosti, a izbor aktera i izvora važan je dio tog procesa.

Tablica 17 prikazuje rezultate Hi-kvadrat testa i Cramérova V-testa za odabrane aktere i izvore koji su se pojavili u medijskim člancima tijekom različitih valova pandemije bolesti COVID-19.

Tablica 17. *Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – akteri ili izvori u članku s obzirom na valove pandemije*

Akteri ili izvori	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost	Cramérov V
Osoba iz javnog života	23,200	4	0,000*	0,12
Znanstvenik (hrvatski)	15,500	4	0,004*	0,10
Znanstvenik (strani)	19,300	4	0,000*	0,11

* $p < 0,01$
Izvor: autorica

Rezultati Hi-kvadrat testa ukazuju na statistički značajne razlike u zastupljenosti pojedinih aktera i izvora u medijskim člancima tijekom različitih valova pandemije. Osobito se ističu tri aktera kod kojih je $p < 0,01$, što znači da se njihova prisutnost u medijskom diskursu značajno mijenjala kroz vrijeme: osoba iz društvenog javnog života**,** hrvatski znanstvenik i strani znanstvenik**.** Dodatno je primijenjen Cramérov V-test kako bi se procijenila snaga povezanosti između glavnih aktera u medijskim člancima i valova pandemije. Za aktera „osoba iz društvenog javnog života“, čija je prisutnost pokazala statistički značajnu razliku među valovima ($\chi^2 = 23,200$; $p < 0,01$), izračunata vrijednost Cramérova V iznosi 0,12, što upućuje na slabu povezanost. Slični rezultati dobiveni su i za znanstvenike: u slučaju „hrvatskog znanstvenika“ vrijednost Cramérova V iznosi 0,10 ($\chi^2 = 15,500$; $p < 0,01$), dok je za „stranog znanstvenika“ izračunata vrijednost 0,11 ($\chi^2 = 19,300$; $p < 0,01$). Ovi nalazi sugeriraju da, iako postoji statistički značajna razlika u pojavnosti pojedinih aktera kroz faze pandemije, ta povezanost nije snažna. Različiti izvori i akteri bili su prisutni u svim fazama pandemije, bez izraženih odstupanja koja bi ukazivala na dominantan obrazac distribucije.

Ove promjene pokazuju kako su se tijekom pandemije mijenjali i sami medijski narativi. U početku se najviše izvještavalo na temelju službenih i institucionalnih izvora, ali kako je vrijeme prolazilo, u medijima su se sve češće pojavljivali različiti akteri – posebno znanstvenici, a potom i osobe iz javnog života. Povećano prisustvo znanstvenika, osobito stranih, govori o tome da su mediji pokušavali ponuditi stručno objašnjenje i širu sliku onoga što se događa u svijetu. S druge strane, sve češće uključivanje poznatih osoba može ukazivati na potrebu da se vijesti predstave na način koji je bliži ljudima, osobniji i emocionalno snažniji.

Sve to pokazuje da se medijski način izvještavanja nije odvijao po unaprijed zadanoj šabloni, nego se prilagođavao promjenama u društvu, razini povjerenja u institucije i

očekivanjima publike. Kroz to tko je davao izjave i kako su izvori birani, možemo vidjeti i kako su se mijenjali načini na koje su mediji oblikovali sliku pandemije u javnosti.

Iako statistika pokazuje da povezanost između pojedinih aktera i valova pandemije nije jaka, iz same analize sadržaja vidi se da su se izvori tijekom pandemije ipak mijenjali. To znači da su se medijski narativi doista mijenjali, ali te promjene nisu bile strogo vezane uz određene valove pandemije, nego su vjerojatno bile rezultat šire društvene situacije, uredničkih odluka i onoga što je publika očekivala od medija.

9.3.4. Interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi novinara i glavnih aktera u članku s obzirom na promatrane valove pandemije

Analizom podataka uočava se da je u prvom valu pandemije bolesti COVID-19 zabilježen najveći udio interpretativnog novinarstva, odnosno tumačenja od strane novinara (33 članka ili 33,7 %). U prvom valu prevladavaju neutralan ton članka (57 članaka ili 74 %) i negativan ton (20 članaka ili 26 %). Također, u 9 članaka (9,2 %) novinar nagađa o budućim posljedicama događaja, a u 32 članka (33 %) iznosi vrijednosni sud prema glavnoj temi ili temama.

U drugom je valu pandemije neutralan ton u 50 članaka (76,9 %) i negativan ton u 15 članaka (23,1 %). Interpretativno novinarstvo je prisutno u 12 članaka (18,5 %), a vrijednosni sud prema glavnoj temi navodi se u 12 članaka (18,5 %).

U trećem valu neutralan je ton u 86 članaka (79,6 %), negativan u 22 članka (20,4 %), tumačenje novinara u 2 članka (1,9 %), a nagađanje o posljedicama u 3 članka (2,4 %). Vrijednosni sud prema glavnoj temi navodi se u 21 članku (16,9 %).

U četvrtom valu tumačenje novinara zabilježeno je u 13 članaka (11,8 %). Novinar daje neutralan ton u 84 članka (81,6 %) i negativan u 19 članaka (18,4 %), dok nagađa o budućim posljedicama događaja u 4 članka (3,6 %). Vrijednosni sud prema glavnoj temi iznosi se u 20 članaka (19,2 %).

U petom valu neutralan ton prevladava u 98 članaka (87,5 %), a negativan u 14 članaka (12,5 %). Tumačenje novinara zabilježeno je u 3 članka (2,7 %), a vrijednosni sud prema glavnoj temi u 5 članaka (4,5 %).

U pogledu vrijednosnih sudova novinara prema glavnom akteru u članku, u prvom valu dominira deskriptivan sud (40 članaka ili 85,1 %) te u manjoj mjeri negativan sud (7 članaka ili 14,9 %). Vrijednosni sudovi novinara prema glavnoj temi bilježe se kao deskripcija u 42 članka (66,7 %) i kao negativan sud u 21 članku (33,3 %). Vrijednosni sudovi glavnog

aktera prema glavnoj temi podjednako su deskriptivni i negativni (24 članka ili 50 % svaka kategorija). Pozitivni sudovi u ovoj kategoriji nisu zabilježeni.

U vezi konkretnih vrijednosnih sudova u člancima, u prvom valu pandemije glavni akter u 11 članaka (73,3 %) ističe ozbiljnost situacije, dok novinar to čini u 4 članka (26,7 %). Pozitivan sud o zdravstvenom aspektu pandemije ili zdravstvenom stručnjaku navodi glavni akter u 9 članaka (56,3 %), a novinar u 7 članaka (43,8 %). Pozitivan sud o nošenju maski i *lockdownu* iznose podjednako i novinar i glavni akter u po 3 članka (50 %).

U drugom valu novinar naglašava ozbiljnost pandemije u 5 članaka (71,4 %), dok u trećem valu to čini u 3 članka (100 %), a glavni akter pozitivno komentira zdravstveni aspekt u također 3 članka (100 %). Rezultati trećeg vala temelje se na malom uzorku, što treba uzeti u obzir.

U petom valu glavni akter u svim analiziranim člancima (20 članaka ili 100 %) iznosi pozitivan sud o cijepljenju, te u 17 članaka (100 %) o zdravstvenom aspektu pandemije ili nekom zdravstvenom stručnjaku.

U Tablici 18 prikazani su podaci o prisutnosti interpretativnog novinarstva te vrijednosnih sudova novinara i glavnog aktera, koje je autorica prepoznala u analiziranim člancima prema valovima pandemije bolesti COVID-19.

Tablica 18. *Interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi novinara i glavnih aktera u članku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19*

Interpretativno novinarstvo		Val pandemije bolesti COVID-19									
		1		2		3		4		5	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tumačenje novinara	Da	33	33,7	0	0,0	2	1,6	13	11,8	3	2,4
Novinar daje određeni ton članku	Neutralan	57	74,0	50	76,9	86	79,6	84	81,6	98	87,5
	Negativan	20	26,0	15	23,1	22	20,4	19	18,4	14	12,5
	Ukupno	77	100,0	65	100,0	108	100,0	103	100,0	112	100,0
Novinar iznosi	Negativan	7	14,9	5	10,6	8	7,4	9	9,0	4	3,3
	Deskripcija	40	85,1	42	89,4	100	92,6	90	90,0	116	96,7

vrijednosni sud prema glavnom akteru	Ukupno	47	100,0	47	100,0	108	100,0	100	100,0	120	100,0
Novinar iznosi vrijednosni sud prema glavnoj temi	Negativan	21	33,3	25	40,3	33	31,4	20	19,2	22	19,3
	Deskripcija	42	66,7	37	59,7	71	67,6	83	79,8	91	79,8
	Ukupno	63	100,0	62	100,0	105	100,0	104	100,0	114	100,0
Glavni akter iznosi vrijednosni sud prema glavnoj temi	Pozitivan	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Negativan	24	50,0	30	56,6	50	57,5	48	50,5	47	46,5
	Deskripcija	24	50,0	23	43,4	30	34,5	28	29,5	35	34,7
	Podjednako pozitivan i negativan sud	0	0,0	0	0,0	7	8,0	19	20,0	19	18,8
	Ukupno	48	100,0	53	100,0	87	100,0	95	100,0	101	100,0
Naglašavanje ozbiljnost situacije s pandemijom bolest COVID-19	Autor članka (novinar)	4	26,7	5	71,4	3	100,0	4	40,0	2	66,7
	Glavni akter u članku	11	73,3	2	28,6	0	0,0	6	60,0	1	33,3
	Ukupno	15	100,0	7	100,0	3	100,0	10	100,0	3	100,0
Pozitivan sud o zdravstvenom aspektu pandemije bolest COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku	Autor članka (novinar)	7	43,8	0	0,0	0	0,0	1	8,3	0	0,0
	Glavni akter u članku	9	56,3	0	0,0	3	100,0	11	91,7	17	100,0
	Ukupno	16	100,0	0	0,0	3	100,0	12	100,0	17	100,0

Izvor: autorica

Tablica 19 prikazuje rezultate Hi-kvadrat testa i Cramérova V-testa za odabrane aspekte interpretativnog novinarstva i vrijednosnih sudova izraženih u medijskim člancima tijekom pet valova pandemije bolesti COVID-19.

Tablica 19. *Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi s obzirom na valove pandemije*

Analizirani element	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost	Cramérov V-test
Tumačenja novinara (interpretativno novinarstvo)	89,707	4	,000*	0,25
Nagađanje o budućim posljedicama	16,281	4	,003*	0,10
Vrijednosni sud novinara prema temi	53,221	4	,000*	0,13
Vrijednosni sud glavnog aktera prema temi	28,678	8	,000*	0,11
Pozitivan sud o zdravstvu/stručnjacima	13,050	3	,005*	0,09

* $p < 0,01$
Izvor: autorica

Pogleda li se razina značajnosti za sljedeća pitanja: interpretativno novinarstvo, odnosno tumačenje novinara; nagađa li novinar o budućim posljedicama događaja; iznosi li novinar u članku vrijednosni sud prema glavnoj temi; iznosi li glavni akter u članku vrijednosni sud prema glavnoj temi; te postoji li pozitivan sud o zdravstvenom aspektu pandemije bolesti COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku – uočava se da vrijednost značajnosti Hi-kvadrat testa iznosi $p < 0,01$, što upućuje na statistički značajnu razliku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19. Cramérov V-test pokazuje da je najveća povezanost s valovima pandemije zabilježena kod prisutnosti tumačenja novinara, s vrijednošću $V = 0,25$, što upućuje na umjerenu povezanost. To znači da su se interpretativni elementi u izvještavanju novinara značajnije mijenjali tijekom različitih faza pandemije. Ostale analizirane varijable, uključujući vrijednosne sudove novinara i glavnih aktera, pokazuju slabu povezanost, što sugerira da su te razlike postojale, ali nisu bile izrazito vezane uz kronološki razvoj pandemijskih valova. Ovi nalazi potvrđuju da su se neki aspekti novinarskog pristupa mijenjali ovisno o razvoju situacije, ali da nisu svi vrijednosni elementi bili podjednako uvjetovani fazom pandemije.

Analiza interpretativnog novinarstva i vrijednosnih sudova pokazuje da su se tijekom različitih valova pandemije mijenjali ne samo akteri i izvori u člancima nego i sam ton, razina tumačenja i prisutnost novinarskog stava. Najizraženije korištenje interpretativnog pristupa, uključujući nagađanje o posljedicama i izražavanje vrijednosnih sudova, zabilježeno je u ranoj fazi pandemije, što upućuje na potrebu za kontekstualizacijom i objašnjavanjem tada nepoznate situacije.

Kako je pandemija odmicala, vidljiv je pomak prema neutralnijem tonu i manjoj razini interpretacije, što se može tumačiti i kao rezultat veće količine dostupnih informacija, ali i moguće profesionalne prilagodbe medijskih redakcija na „novu svakodnevicu" pandemije. Istodobno, prisutnost pozitivnih sudova o zdravstvenim aspektima pandemije, osobito od strane glavnih aktera, povećava se u kasnijim valovima, što ukazuje na stabilizaciju narativa i naglasak na promociju javnozdravstvenih poruka.

Ovi nalazi potvrđuju osnovnu tezu rada: da se medijski narativi neprestano mijenjaju u skladu s društvenim okolnostima, kolektivnim očekivanjima i institucionalnim odgovorima. Uloga novinara u tim procesima nije samo informativna, nego i interpretativna, a način na koji se oblikuju poruke o pandemiji značajno doprinosi javnom doživljaju krize.

9.3.5. Prikaz negativnih sudova novinara i glavnog aktera u članku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19

U prvom i drugom valu pandemije bolesti COVID-19 broj zabilježenih negativnih sudova novinara i glavnih aktera je nizak, a ne bilježimo statistički značajne rezultate.

U trećem valu pandemije izražen je negativan sud glavnog aktera o zdravstvenom aspektu pandemije ili nekom zdravstvenom stručnjaku u 10 članaka (76,9 %), dok novinar izražava isti sud u 3 članka (23,1 %). Također, u trećem valu glavni akter daje negativan sud o državnim mjerama u 1 članku, ali zbog malog uzorka (ukupno 1 slučaj) treba biti oprezan u interpretaciji.

U četvrtom valu pandemije bilježimo najveći broj negativnih sudova: glavni akter daje negativan sud o zdravstvenom aspektu u 47 članaka (92,2 %), o ekonomskom aspektu u 9 članaka (100 %), te o političkom aspektu u 6 članaka (54,5 %). Novinar također izražava negativan sud o političkom aspektu u 5 članaka (45,5 %), a u manjoj mjeri i o zdravstvenom aspektu (4 članka ili 7,8 %).

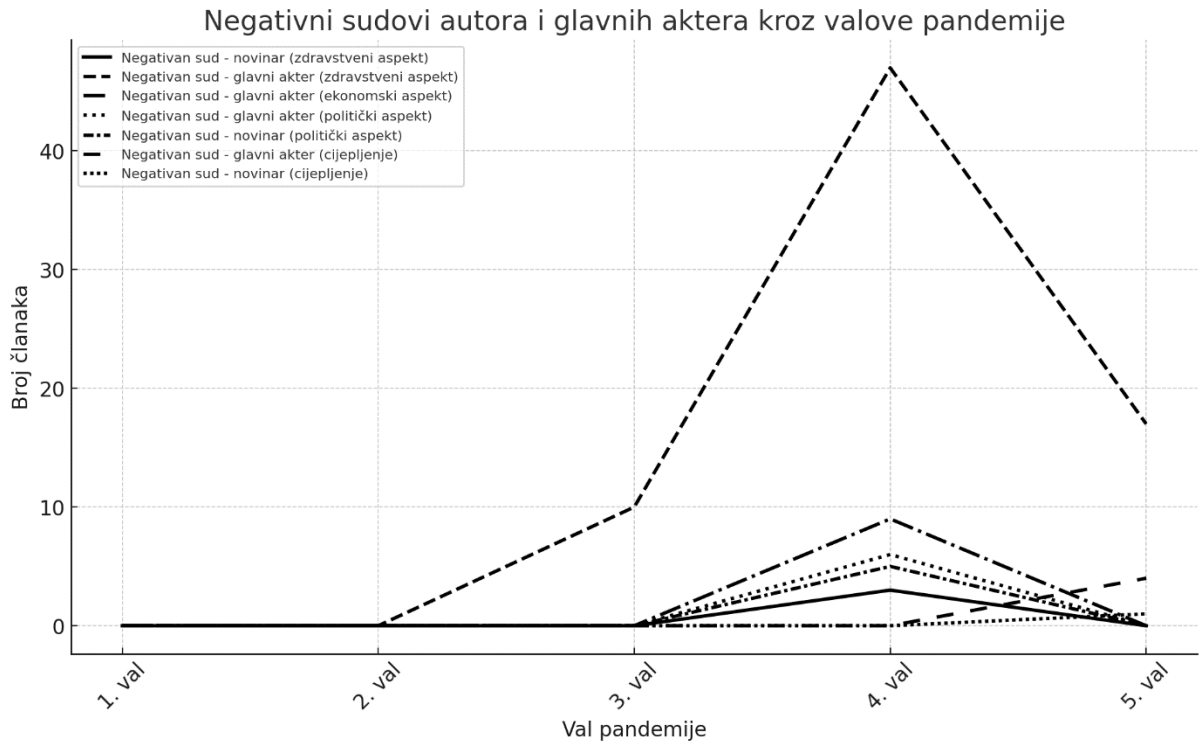
Kada je riječ o cijepljenju, negativan sud glavnog aktera izražen je u 3 članka u trećem valu, u 4 članka u četvrtom valu te u 7 članaka u petom valu. Novinar negativno ocjenjuje cijepljenje u 2 članka u četvrtom valu.

Što se tiče percepcije rizika, kategorija „stvarnosti rizika“ pokazuje da glavni akter u prvom valu u 11 članaka (78,6 %) ističe da je zdravstveni rizik stvaran, hitan i opasan. Taj broj raste na 39 članaka (95,1 %) u četvrtom valu i 61 članak (100 %) u petom valu, što upućuje na sve izraženije naglašavanje ozbiljnosti rizika u kasnijim fazama pandemije.

Ovi rezultati potvrđuju da se način na koji su novinari i glavni akteri govorili o pandemiji mijenjao iz vala u val. Mediji pritom nisu bili pasivni prenositelji informacija, nego su svojim tonom i stavom pridonosili oblikovanju javnog doživljaja pandemijske stvarnosti.

Grafikon 1 prikazuje pregled promjene u broju negativnih sudova izraženih u analiziranim člancima, s obzirom na sadržaj (zdravstveni, ekonomski, politički aspekt, cijepljenje) i izvor (novinar ili glavni akter). Podaci potvrđuju izražen porast negativnih stavova, osobito od strane glavnih aktera u četvrtom valu pandemije, te selektivno izražavanje negativnog stava prema cijepljenju u trećem, četvrtom i petom valu. Vizualni prikaz omogućuje brzu usporedbu i doprinosi razumijevanju dinamike novinarskog i akterskog diskursa kroz vrijeme.

Grafikon 1. *Negativni sudovi novinara i glavnih aktera kroz pandemijske valove bolesti COVID-19*



Izvor: autorica

U Tablici 20 prikazani su rezultati Hi-kvadrat testa i Cramérova V-testa za negativan sud o zdravstvenom aspektu pandemije bolest COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku. Promatra li se razina značajnosti za pitanje negativnog suda o zdravstvenom aspektu pandemije bolesti COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku, uočava se da vrijednost Hi-kvadrat testa iznosi $p < 0,01$. To znači da postoji statistički značajna razlika s obzirom na promatrane valove pandemije. Rezultat Cramérova V-testa pokazuje na statistički značajnu i snažnu povezanost ($V = 0,523$) između faza pandemije i izražavanja negativnog suda, što znači da se ta vrsta izraza znatno razlikovala među valovima pandemije – bila je dominantna u četvrtom i petom valu, a gotovo odsutna u prvom i drugom.

Tablica 20. *Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – negativan sud o zdravstvenom aspektu pandemije bolest COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku*

Analizirani element	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost	Cramérov V
Negativan sud glavnog aktera o zdravstvenom aspektu pandemije ili zdravstvenom stručnjaku	35,575	4	,000*	0,523

Rezultati Hi-kvadrat testa i Cramérova V-testa pokazuju da postoji snažna povezanost između različitih faza pandemije i izražavanja negativnih sudova glavnog aktera o zdravstvenom aspektu pandemije ili zdravstvenim stručnjacima.

Vrijednost Cramérova $V = 0,523$ upućuje na to da su se ti negativni sudovi značajno češće pojavljivali u određenim valovima pandemije, posebno u četvrtom i petom, dok su u prva dva vala bili gotovo potpuno odsutni.

Ovakav rezultat sugerira da su se stavovi glavnog aktera izraženi u medijima mijenjali kroz vrijeme, od neutralnijih ili suzdržanijih tonova na početku pandemije, prema sve izraženijoj kritici zdravstvenih mjera i stručnjaka u kasnijim fazama. To može biti povezano s padom povjerenja, porastom frustracije ili šireg društvenog neslaganja s tadašnjim upravljanjem krizom.

Zaključno, nalazi pokazuju da mediji nisu samo prenosili informacije, nego su i kroz izjave glavnih aktera aktivno oblikovali dojam o zdravstvenoj situaciji – i to u skladu s razvojem same pandemije.

9.4. Prikaz rezultata s obzirom na promatrane medije

U ovom će potpoglavlju biti prikazani rezultati analize provedene s obzirom na promatrane medije. Prema nazivu elektroničke publikacije, u istraživanju je obrađeno 95 članaka s Index.hr, 98 s Jutarnji.hr, 45 s Net.hr, 115 s Večernji.hr, 62 s Narod.hr te 116 članaka s 24sata.hr.

S obzirom na vrstu članka, najviše vijesti zabilježeno je na Večernji.hr (60 %), najviše reportaža na Net.hr (66,7 %), najviše uvodnika, kolumni i komentara na Narod.hr (21 %), dok je najviše intervjua također pronađeno na Narod.hr (9,7 %).

Članci objavljeni na 24sata.hr u najvećem su postotku opremljeni audiovizualnim sadržajem (40 članaka ili 34,2 %).

Mjesto radnje glavne teme, prema pojedinom mediju, raspoređeno je ovako:

1. Index.hr: Hrvatska (48 članaka ili 61,5 %) i zemlje svijeta (13 članaka ili 16,7 %)
2. Jutarnji.hr: Hrvatska (41 članak ili 56,9 %) i Europska unija (17 članaka ili 23,6 %)
3. Net.hr: Hrvatska (15 članaka ili 39,5 %) i Sjedinjene Američke Države (9 članaka ili 23,7 %)
4. Večernji.hr: Hrvatska (55 članaka ili 61,1 %) i Europska unija (18 članaka ili 20 %)
5. Narod.hr: Hrvatska (45 članaka ili 83,3 %) i Europska unija (4 članka ili 7,4 %)
6. 24sata.hr: Hrvatska (68 članaka ili 66,7 %) i Europska unija (14 članaka ili 13,7 %).

Usporedba interpretativnih okvira među različitim elektroničkim publikacijama pokazuje da postoje razlike u načinu izvještavanja i odabiru narativa. U publikacijama poput Narod.hr, Index.hr i 24sata.hr češće se koristi osobni ton, izražavaju se negativni vrijednosni sudovi te je prisutnije interpretativno novinarstvo. Ovi nalazi potvrđuju važnost uloge medija u oblikovanju javne percepcije putem selekcije informacija i uokvirivanja vijesti, što dovodi do različitih prikaza pandemije ovisno o ciljnim skupinama čitatelja i uredničkom pristupu.

9.4.1. Prikaz interpretativnih okvira s obzirom na promatrane elektroničke publikacije

Prema nazivu medija, bilježimo ove rezultate u prikazu dominantnih interpretativnih okvira u analiziranim medijskim objavama hrvatskih elektroničkih publikacija:

Na Index.hr najčešće je korišten okvir ljudskog interesa (24 članka), i to ponajviše u člancima u kojima se naglašava kako tema ili problem utječe na pojedince ili skupine (17 članaka). Slijedi okvir sukoba (17 članaka), s najvećim brojem članaka koji se odnose na dvije ili više suprotstavljenih strana u vezi s određenim problemom ili temom (9 članaka).

Okvir odgovornosti zabilježen je u 14 članaka, pri čemu se u njih 8 (57,1 %) sugerira da je neka osoba ili društvena skupina odgovorna za određeni problem ili temu. Okvir morala također je prisutan u 14 članaka, od kojih 9 (64,3 %) sadržava društvene upute ili preporuke o poželjnom ponašanju. Ekonomski okvir zabilježen je samo u jednom članku, u kojem se tematiziraju financijski gubici ili dobici, bilo u sadašnjosti ili u budućnosti.

Okvir ljudskog interesa prepoznaje se u članku koji donosi priču o belgijskom sportašu koji je preminuo od posljedica zaraze koronavirusom pod naslovom *KORONAVIRUS U SPORTU: Kikboksač antivakser umro od korone* (Index Sport, 2021.)[22]. Tekst se fokusira na osobnu priču i sudbinu pojedinca, uključujući informacije o njegovu protivljenju mjerama i necijepljenosti, kao i na emocionalni element posljednje poruke koju je objavio neposredno prije smrti. Isticanjem konkretnog životnog slučaja i naglašavanjem tragičnog ishoda, članak stvara empatičnu i emocionalno nabijenu narativnu liniju, karakterističnu za okvir ljudskog interesa.

Na hrvatskoj elektroničkoj publikaciji Jutarnji.hr, najviše se koristio okvir ljudskog interesa (38 članaka), u kojima se u najvećem postotku naglašava kako na pojedince ili grupe utječe tema/problem (30 članaka ili 78,9 %). Potom je zabilježen okvir odgovornosti u 26 članaka, u kojima se u najvećem postotku sugerira da neka razina državne vlasti može (ima mogućnost ili sposobnosti) ublažiti problem (8 članaka ili 30,8 %). Okvir sukoba zabilježen je u 25 članaka, od čega se u najvećem postotku članci odnose na dvije ili više strana nekog problema ili teme (20 članaka ili 80 %). Također, okvir morala zabilježen je u 18 članaka, u kojima se najviše nude neke druge društvene upute/preporuke o tome kako se treba ponašati (13 članaka ili 72,2 %). Ekonomski okvir nije zabilježen na ovoj elektroničkoj publikaciji.

Okvir odgovornosti uočava se u članku objavljenom na Jutarnji.hr pod naslovom *NOVA AFERA: USKOK istražuje Ministarstvo zdravstva zbog stranice koronavirus.hr* (Krnić, 2021.), koji izvještava o istrazi USKOK-a vezanoj za poslove Ministarstva zdravstva. Tekst se usredotočuje na sumnje u nepravilnosti pri sklapanju ugovora s IT tvrtkama, uključujući i one vezane uz izradu internetske stranice koronavirus.hr. Medijski izvještaj upućuje na

[22] Vidi: Index Sport (2021, prosinac 22). *Kikboksač antivakser umro od korone.* Index.hr. Preuzeto 5. srpnja 2024., s https://www.index.hr/sport/clanak/kikboksac-antivakser-umro-od-korone/2327402.aspx

odgovornost institucija i državnih dužnosnika, stavljajući naglasak na moguće propuste i zahtjeve za dodatnim provjerama, što je tipično za okvir odgovornosti u medijskom izvještavanju.

Na hrvatskoj elektroničkoj publikaciji Net.hr najviše je zabilježen okvir ljudskog interesa (17 članaka) s najviše naglašavanja u člancima kako na pojedince ili grupe utječe tema/problem (15 članaka ili 88,2 %). Nadalje, zabilježen je okvir odgovornosti (12 članaka), a najviše članaka sugerira rješenje(a) za problem/temu (8 članaka ili 66,7 %). U 10 članaka je zabilježen okvir morala i u najvećem postotku se nude u člancima neke druge društvene upute/preporuke o tome kako se treba ponašati. Ekonomski okvir nije zabilježen na Net.hr.

Na elektroničkoj publikaciji Net.hr, tekst s dominantnim okvirom ljudskog interesa prepoznaje se, primjerice, u članku objavljenom pod naslovom *SLAVKO ŠTIMAC HOSPITALIZIRAN ZBOG KORONAVIRUSA: Legendarni glumac dobio obostranu upalu pluća: „Nekoliko dana dobivao je kisik...*" (Net.hr, 2021.)[23], kao i u medijskoj objavi od 18. ožujka 2021. pod naslovom *JASMILA ŽBANIĆ I NJEN SUPRUG POZITIVNI NA KORONAVIRUS: „Priličan je kaos pa nismo stigli ni proslaviti nominaciju*" (Net.hr, 2021.)[24].

Na elektroničkoj publikaciji Večernji.hr**,** rezultati analize pokazuju da je najviše zabilježen okvir ljudskog interesa (35 članaka), s najčešćim naglašavanjem u člancima kako na pojedince ili grupe utječe tema/problem. Također, zabilježen je okvir morala (30 članaka), pri čemu se u člancima najčešće nude neke druge društvene preporuke o tome kako se treba ponašati (25 članaka ili 83,3 %). Potom je zabilježen okvir odgovornosti (27 članaka), s najviše članaka u kojima članak sugerira rješenje(a) za problem/temu (11 članaka ili 40,7 %). Okvir sukoba prisutan je u 26 članaka, od čega se najviše članaka odnosi na dvije ili više strana nekog problema ili teme (19 članaka ili 73,1 %). Ekonomski okvir zabilježen je u dva članka, u kojima se spominju financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti te ekonomske posljedice slijeđenja ili neslijeđenja smjera djelovanja.

Ekonomski okvir prepoznaje se u članku koji analizira financijske učinke pandemije na lokalne jedinice, uključujući gradove, županije i općine, pod naslovom *LOKALNE JEDINICE: Minus u stotinama milijuna kuna: Kako su u pandemijskoj godini prošli gradovi, županije i općine*

[23] Vidi: Hot.hr. (2021, lipanj 17). *Slavko Štimac hospitaliziran je zbog koronavirusa, u bolnici je zbog obostrane upale pluća.* Net.hr. Preuzeto 5. srpnja 2024., s https://net.hr/hot/slavko-stimac-hospitaliziran-je-zbog-koronavirusa-u-bolnici-je-zbog-obostrane-upale-pluca-27187ca4-cf3d-11eb-bc6e-7a41cdb79059

[24] Vidi: Hot.hr. (2021, ožujak 18). *Jasmila Žbanić i njen suprug pozitivni na koronavirus, priličan je kaos, pa nismo stigli ni proslaviti nominaciju.* Net.hr. Preuzeto 5. srpnja 2024. s https://net.hr/hot/zvijezde/jasmila-zbanic-i-njen-suprug-pozitivni-na-koronavirus-prilican-je-kaos-pa-nismo-stigli-ni-proslaviti-nominaciju-60e750ba-b1c7-11eb-8d17-0242ac130034

(Gatarić, 2021.). U tekstu se ističe značajan pad prihoda, s ukupnim gubitkom od jedne milijarde kuna u 127 gradova tijekom pandemijske godine. Posebna se pozornost usmjerava na razmjerno najveće gubitke, koji su koncentrirani u Zagrebu i Dubrovniku, čime se naglašava negativan utjecaj pandemije na lokalne proračune i financijsku stabilnost jedinica lokalne samouprave.

Također, može se navesti i medijska objava od 27. veljače 2020. godine pod naslovom *MOGAO BI SE POVEĆATI DEFICIT: Ekonomski učinci širenja virusa: Što će se dogoditi s proračunom ako korona otjera turiste* (Gatarić, 2020.).

Na elektroničkoj publikaciji Narod.hr najčešće je zabilježen okvir morala (17 članaka), pri čemu najviše članaka sadržava neku moralnu poruku (9 članaka ili 52,9 %). Podjednako su zabilježeni okvir odgovornosti (15 članaka) i okvir ljudskog interesa, pri čemu se u najviše članaka sugerira da je neka razina državne vlasti odgovorna za neku temu/problem (6 članaka ili 40 %), odnosno naglašava se u članku kako na pojedince ili grupe utječe tema/problem. Okvir sukoba je zabilježen u 10 članaka, pri čemu se najviše članaka odnosi na dvije strane ili više od dvije strane nekog problema ili teme (5 članaka ili 50 %). Ekonomski okvir je zabilježen u jednom članku, u kojemu se spominju financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti.

U sadržaju elektroničke publikacije Narod.hr najčešće se pojavljuje okvir morala, što se, primjerice, može uočiti u objavi svećenika prenesenoj s društvenih mreža pod naslovom *Vlč. Kolar: Promišljanja o neslužењu svetih misa u Italiji* (I.G., 2020.). U tom tekstu izražava se stav da je medijsko izvještavanje o pandemiji pretjerano, te da mediji ne informiraju, nego oblikuju mišljenje javnosti, stvarajući paniku selektivnim prikazivanjem podataka. U objavi se također iznosi tvrdnja da se zdravlje počinje uzdizati na razinu božanstva, dok se podsjeća na prolaznost života i poziva na umjerenost u reakcijama na zdravstvenu krizu.

Na elektroničkoj publikaciji 24sata.hr, najčešće je korišten okvir ljudskog interesa (35 članaka), pri čemu je najviše zabilježenih odgovora na naglašavanje kako tema/problem utječe na pojedince ili grupe (20 članaka ili 57,1 %). Potom je zabilježen okvir odgovornosti (33 članka), pri čemu se najčešće sugerira da neka razina državne vlasti može (ima mogućnosti ili sposobnosti) ublažiti problem (10 članaka ili 30,3 %). Također, zabilježen je okvir sukoba (28 članaka), pri čemu se članci odnose na dvije strane ili više od dvije strane nekog problema ili teme (16 članaka ili 57,1 %). Okvir morala zabilježen je u 21 članku, pri čemu najčešće sadržavaju neku moralnu poruku (11 članaka ili 52,4 %). Ekonomski okvir zabilježen je u dva članka, u kojima se tematiziraju financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti.

Okvir sukoba jasno je prisutan u tekstu objavljenom sredinom listopada 2020. godine pod naslovom *ZARAZILA SE U BOLNICI: Obitelji zatajili da im je majka dobila koronu na Svetom*

Duhu: „Došlo je do ljudske greške...“ (Milotić, 2020.), u kojem članica obitelji pacijentice iznosi niz kritika na račun bolničkog osoblja. Izražava nezadovoljstvo zbog nepravovremenog informiranja o zdravstvenom stanju svoje majke, ali i zbog neodgovornog ponašanja zdravstvenih djelatnika, koje optužuje za moguće širenje zaraze. Kritika je usmjerena i prema bolničkoj upravi, unatoč tome što se ravnatelj ustanove naknadno ispričao zbog propusta. Tekst konstruira sukob između obitelji pacijentice i zdravstvenog sustava, naglašavajući elemente sumnje, grešaka i institucionalne odgovornosti.

U Tablici 21 prikazani su dominantni interpretativni okviri s obzirom na promatrane elektroničke publikacije.

Tablica 21. *Prikaz interpretativnih okvira s obzirom na promatrane medije*

		Naziv medija											
		Index.hr		Jutarnji.hr		Net.hr		Večernji.hr		Narod.hr		24sata.hr	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Okvir odgovornosti	Sugerira li se u članku da neka razina državne vlasti može (ima mogućnosti ili sposobnosti) ublažiti problem?	4	28,6	8	30,8	3	25,0	6	22,2	4	26,7	10	30,3
	Sugerira li se u članku da je neka razina državne vlasti odgovorna za neku temu, odnosno problem?	1	7,1	6	23,1	0	0,0	2	7,4	6	40,0	5	15,2

	Sugerira li članak rješenje za problem, odnosno temu?	1	7,1	6	23,1	8	66,7	11	40,7	2	13,3	7	21,2
	Sugerira li se u članku da je neki osoba (ili skupina ljudi u društvu) odgovorna za temu, odnosno problem?	8	57,1	6	23,1	1	8,3	5	18,5	3	20,0	9	27,3
	Sugerira li članak da problem traži hitnu akciju?	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	11,1	0	0,0	2	6,1
	Ukupno	14	100,0	26	100,0	12	100,0	27	100,0	15	100,0	33	100,0
Okvir ljudskog interesa	Koriste li se u članku ljudski primjer, tj. ljudska priča ili „ljudsko lice“ o temi?	3	12,5	2	5,3	1	5,9	5	14,3	1	6,7	6	17,1
	Rabe li se u članku pridjevi ili kratke priče koje izazivaju osjećaje bijesa, empatije, simpatije?	3	12,5	5	13,2	1	5,9	6	17,1	1	6,7	8	22,9

	Naglašava li se u članku kako na pojedince ili skupine utječe tema, tj. problem?	17	70,8	30	78,9	15	88,2	24	68,6	12	80,0	20	57,1
	Ulazi li tema članka u privatne i osobne živote glavnih aktera?	1	4,2	1	2,6	0	0,0	0	0,0	1	6,7	1	2,9
	Sadržava li članak vizualne podatke, tj. informacije koji mogu izazvati osjećaje bijesa, empatije, simpatije?	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	24	100,0	38	100,0	17	100,0	35	100,0	15	100,0	35	100,0
Okvir sukoba	Odražava li se u članku neslaganje između stranaka /pojedinaca /grupa /država?	3	17,6	2	8,0	0	0,0	1	3,8	2	20,0	5	17,9
	Izražava li stranka /pojedinac /grupa /država zamjeranje prema drugoj?	2	11,8	2	8,0	2	22,2	5	19,2	2	20,0	7	25,0

	Odnosi li se članak na dvije strane ili više od dviju strana nekog problema ili teme?	9	52,9	20	80,0	7	77,8	19	73,1	5	50,0	16	57,1
	Odnosi li se članak na pobjednike i gubitnike?	3	17,6	1	4,0	0	0,0	1	3,8	1	10,0	0	0,0
	Ukupno	17	100,0	25	100,0	9	100,0	26	100,0	10	100,0	28	100,0
Okvir morala	Sadržava li članak neku moralnu poruku?	4	28,6	5	27,8	1	10,0	5	16,7	9	52,9	11	52,4
	Odnosi li se članak na čednost, Boga ili druga religiozna načela?	1	7,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Nude li se u članku neke druge društvene upute /preporuke o tome kako se treba ponašati?	9	64,3	13	72,2	9	90,0	25	83,3	8	47,1	10	47,6
	Ukupno	14	100,0	18	100,0	10	100,0	30	100,0	17	100,0	21	100,0
Ekonomski okvir	Spominju li se financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti?	1	100,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1	100,0	2	100,0

	Spominju li se uključeni troškovi /stupnjevi izdataka?	0	0,0	0	0,0	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
	Spominju li se ekonomske posljedice slijeđenja ili neslijeđenja smjera djelovanja?	0	0,0	1	100,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0
	Ukupno	1	100,0	1	100,0	1	100,0	2	100,0	1	100,0	2	100,0

Izvor: autorica

Tablica 22 prikazuje rezultate Hi-kvadrat testa i Bonferronijeve korekcije za interpretativne okvire u odnosu na analizirane elektroničke publikacije.

Tablica 22. *Hi-kvadrat test i Bonferronijeva korekcija – interpretativni okviri s obzirom na promatrane elektroničke publikacije*

Interpretativni okvir	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost (p)	Bonferronijeva korekcija (α = 0,0033)	Zaključak
Odgovornost	37,306	20	0,011	> 0,0033	Nije značajno
Moral	20,072	10	0,029	> 0,0033	Nije značajno
Ljudski interes	11,676	15	0,703	> 0,0033	Nije značajno
Sukob	17,449	15	0,293	> 0,0033	Nije značajno
Ekonomski	13,200	10	0,213	> 0,0033	Nije značajno

Izvor: autorica

Pogleda li se razina značajnosti kod interpretativnih okvira prema elektroničkim publikacijama, može se uočiti da vrijednost Hi-kvadrat testa nije manja od 0,01, što znači da nije uočena statistički značajna razlika. Kako bi se preciznije utvrdilo među kojim elektroničkim publikacijama postoje razlike u zastupljenosti pojedinih interpretativnih okvira,

provedena je Bonferronijeva korekcija za višestruke parne usporedbe. Analiza je obuhvatila pet interpretativnih okvira: odgovornosti, morala, ljudskog interesa, sukoba i ekonomskog okvira, pri čemu je za svaki okvir testirano 15 parova elektroničkih publikacija.

Bonferronijeva korekcija provedena je za 15 parova elektroničkih publikacija unutar svakog interpretativnog okvira. Niti jedna od parnih usporedbi nije pokazala statistički značajnu razliku na razini $\alpha = 0{,}0033$.

Iako su osnovni rezultati Hi-kvadrat testa u nekim slučajevima upućivali na ukupnu statističku značajnost razlika među medijima (osobito kod okvira odgovornosti i morala), dodatna analiza ukazuje da te razlike nisu bile dovoljno izražene da bi se u parnim usporedbama mogle smatrati pouzdano značajnima.

Što se tiče ekonomskog okvira, njegova je ukupna prisutnost u analiziranim člancima bila vrlo niska, što je dodatno ograničilo mogućnost utvrđivanja značajnih razlika među medijima.

Ovi rezultati sugeriraju da, iako pojedine elektroničke publikacije u određenoj mjeri preferiraju određene interpretativne obrasce, ne postoje dosljedne, statistički značajne razlike koje bi jasno diferencirale medije prema načinu uokvirivanja pandemije bolesti COVID-19. Razlike u pristupu pojedinim okvirima moguće je interpretirati kao rezultat specifičnih uredničkih politika ili ciljanih publika, ali one se na razini parnih statističkih usporedbi ne potvrđuju kao značajne.

Analiza interpretativnih okvira pokazuje da su elektroničke publikacije tijekom pandemije koristile različite medijske narative, pri čemu je okvir ljudskog interesa bio najzastupljeniji u svim promatranim medijima. Iako okvir ljudskog interesa dominira u gotovo svim publikacijama, što ukazuje na nastojanje da se pandemija prikaže kroz prizmu svakodnevnih iskustava i emocija, jasno su uočljive i razlike u učestalosti okvira odgovornosti, sukoba i morala. Neki mediji, poput Jutarnji.hr i 24sata.hr, češće koriste okvir odgovornosti, sugerirajući institucionalnu krivnju ili rješenja, dok Narod.hr naglasak stavlja na moralne poruke i vrijednosno obojene interpretacije. Ekonomski okvir ostaje marginalan, prisutan u svega nekoliko članaka, što sugerira da su gospodarske posljedice pandemije u medijskim narativima bile u drugom planu.

Iako deskriptivna analiza ukazuje na to da pojedini mediji preferiraju određene interpretativne okvire (primjerice, Narod.hr okvir morala, a 24sata.hr i Jutarnji.hr okvir odgovornosti), rezultati Bonferronijeve korekcije pokazuju da te razlike na razini parnih usporedbi nisu statistički značajne. To znači da razlike postoje, ali nisu dovoljno izražene da bi bile potvrđene kao statistički pouzdane pri strožim kriterijima višestrukog testiranja.

9.4.2. Glavne teme u člancima s obzirom na promatrane medije

Prema promatranim medijima, glavne teme u analiziranim medijskim objavama na stranici Index.hr su: broj zaraženih i mrtvih (27 članaka ili 28,4 %), državne mjere (22 članka ili 23,2 %), cijepljenje (13 članaka ili 13,7 %), komentar/analiza stručnjaka (12 članaka ili 12,6 %), te *lockdown*, izolacija i karantena (11 članaka ili 11,6 %).

Na Jutarnji.hr glavne teme u analiziranim člancima su: državne mjere (28 članaka ili 28,6 %), broj zaraženih i mrtvih (21 članak ili 21,4 %), komentar/analiza stručnjaka (11 članaka ili 11,2 %), te *lockdown*, izolacija i karantena (10 članaka ili 10,2 %).

Na Net.hr glavne teme u analiziranim člancima su: simptomi bolesti COVID-19 (15 članaka ili 33,3 %), komentar/analiza stručnjaka (14 članaka ili 31,1 %), cijepljenje (5 članaka ili 11,1 %), i državne mjere (5 članaka ili 11,1 %).

Na Večernji.hr glavne teme u analiziranim člancima su: broj zaraženih i mrtvih (32 članka ili 27,8 %), državne mjere (23 članka ili 20 %), cijepljenje (19 članaka ili 16,5 %), *lockdown*, izolacija i karantena (14 članaka ili 12,2 %), te komentar/analiza stručnjaka (12 članaka ili 10 %).

Na Narod.hr glavne teme u analiziranim člancima su: državne mjere (20 članaka ili 32,3 %), cijepljenje (16 članaka ili 25,8 %), komentar/analiza stručnjaka (14 članaka ili 22,6 %), te neka teorija zavjere (11 članaka ili 17,7 %).

Na 24sata.hr glavne teme u analiziranim člancima su: cijepljenje i državne mjere (po 18 članaka ili 15,4 %), *lockdown*, izolacija i karantena te simptomi bolesti COVID-19 (po 15 članaka ili 12,8 %), te zabava (13 članaka ili 11,1 %).

Glavne teme u analiziranim člancima razlikuju se među elektroničkim publikacijama, ali najzastupljenije su teme povezane s brojem zaraženih i mrtvih, državnim mjerama i cijepljenjem, što ukazuje na snažan fokus medija na zdravstvene i regulatorne aspekte pandemije.

U Tablici 23 prikazane su glavne teme analiziranih članaka s obzirom na promatrane elektroničke publikacije.

Tablica 23. *Prikaz tema s obzirom na promatrane elektroničke publikacije*

	Naziv medija					
	Index.hr	Jutarnji.hr	Net.hr	Večernji.hr	Narod.hr	24sata.hr

Glavna tema u članku (može ih biti više)		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Broj zaraženih i mrtvih	Da	27	28,4	21	21,4	1	2,2	32	27,8	6	9,7	16	13,7
	Ne	68	71,6	77	78,6	44	97,8	83	72,2	56	90,3	101	86,3
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Cijepljenje	Da	13	13,7	6	6,1	5	11,1	19	16,5	16	25,8	18	15,4
	Ne	82	86,3	92	93,9	40	88,9	96	83,5	46	74,2	99	84,6
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Državne mjere	Da	22	23,2	28	28,6	5	11,1	23	20,0	20	32,3	18	15,4
	Ne	73	76,8	70	71,4	40	88,9	92	80,0	42	67,7	99	84,6
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Lockdown, izolacija, karantena	Da	11	11,6	10	10,2	3	6,7	14	12,2	6	9,7	15	12,8
	Ne	84	88,4	88	89,8	42	93,3	101	87,8	56	90,3	102	87,2
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
	Ne	94	98,9	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Neka teorija zavjere	Da	6	6,3	2	2,0	0	0,0	1	0,9	11	17,7	8	6,8
	Ne	89	93,7	96	98,0	45	100,0	114	99,1	51	82,3	109	93,2
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Zabava	Da	5	5,3	2	2,0	0	0,0	0	0,0	3	4,8	13	11,1
	Ne	90	94,7	96	98,0	45	100,0	115	100,0	59	95,2	104	88,9
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Komentar stručnjaka/ analiza stručnjaka	Da	12	12,6	11	11,2	14	31,1	12	10,4	14	22,6	7	6,0
	Ne	83	87,4	87	88,8	31	68,9	103	89,6	48	77,4	110	94,0
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Mentalno zdravlje i posljedice pandemije na ljude	Da	3	3,2	1	1,0	0	0,0	3	2,6	5	8,1	4	3,4
	Ne	92	96,8	97	99,0	45	100,0	112	97,4	57	91,9	113	96,6
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Pandemija i druge bolesti	Da	3	3,2	4	4,1	0	0,0	6	5,2	4	6,5	5	4,3
	Ne	92	96,8	94	95,9	45	100,0	109	94,8	58	93,5	112	95,7
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
Simptomi koronavirusa	Da	7	7,4	5	5,1	15	33,3	13	11,3	5	8,1	15	12,8
	Ne	88	92,6	93	94,9	30	66,7	102	88,7	57	91,9	102	87,2
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0
PCR testovi	Da	4	4,2	2	2,0	2	4,4	7	6,1	1	1,6	2	1,7

	Ne	91	95,8	96	98,0	43	95,6	108	93,9	61	98,4	115	98,3
	Ukupno	95	100,0	98	100,0	45	100,0	115	100,0	62	100,0	117	100,0

Izvor: autorica

Radi dodatnog uvida u razlike među elektroničkim publikacijama u pristupu temama vezanima za pandemiju bolesti COVID-19 provedeni su Hi-kvadrat testovi za svaku od glavnih tema. Za teme kod kojih je utvrđena ukupna statistička značajnost, primijenjena je Bonferronijeva korekcija za parne usporedbe. U Tablici 24 prikazani su rezultati testova i statistički značajne razlike među medijima.

Tablica 24. *Hi-kvadrat test i Bonferronijeva korekcija – glavne teme s obzirom na promatrane elektroničke publikacije*

Glavna tema	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost (p)	Bonferronijeva korekcija	Zaključak
Broj zaraženih i mrtvih	25,154	5	0,000*	3 značajne razlike (Net.hr u odnosu na Index.hr, Jutarnji.hr, Večernji.hr)	Značajno
Teorija nastanka virusa – laboratorij u Wuhanu	15,649	5	0,008*	-	Nije značajno prema Bonf.
Neka teorija zavjere	29,149	5	0,000*	3 značajne razlike (Narod.hr u odnosu na Jutarnji.hr, Net.hr, Večernji.hr)	Značajno
Medijska prava i slobode	23,589	5	0,000*	-	Nije značajno prema Bonf.
Zabava	21,739	5	0,001*	-	Nije značajno prema Bonf.

Obrazovanje	15,219	5	0,009*	-	Nije značajno prema Bonf.
Komentar stručnjaka/analiza stručnjaka	23,872	5	0,000*	3 značajne razlike (Net.hr u odnosu na Večernji.hr, 24sata.hr; Narod.hr u odnosu na 24sata.hr)	Značajno
Simptomi koronavirusa	27,981	5	0,000*	5 značajnih razlika (Net.hr u odnosu na sve ostale)	Značajno

Rezultati Hi-kvadrat testa prikazani u ovoj tablici pokazuju postojanje statistički značajnih razlika u zastupljenosti pojedinih tema u člancima s obzirom na naziv elektroničke publikacije. Za sve analizirane teme zabilježene su vrijednosti značajnosti $p < 0,01$**,** što znači da su razlike u učestalosti tih tema među različitim medijima statistički značajne**.**

Rezultati analize tema po elektroničkim publikacijama, potkrijepljeni statističkim značajnim razlikama ($p < 0,01$), ukazuju na to da su hrvatski mediji tijekom pandemije razvijali različite tematske fokuse, što potvrđuje raznolikost medijskih narativa.

Kako bi se dodatno ispitalo među kojim elektroničkim publikacijama postoje značajne razlike u zastupljenosti pojedinih tema, provedena je Bonferronijeva korekcija za parne usporedbe. Na primjeru teme „broj zaraženih i umrlih“, za koju je prethodno utvrđena statistička značajnost Hi-kvadrat testa ($p < 0,01$), korekcija je potvrdila tri statistički značajne razlike među medijima. Konkretno, Net.hr se značajno razlikuje od Index.hr, Jutarnji.hr i Večernji.hr po znatno nižoj učestalosti tematiziranja broja zaraženih i umrlih. To upućuje na postojanje stvarnih razlika u uređivačkom pristupu i fokusu pojedinih publikacija, koje se potvrđuju i pri strožim kriterijima statističke pouzdanosti. Na primjeru teme „neka teorija zavjere“, za koju je prethodno utvrđena statistička značajnost Hi-kvadrat testa ($p < 0,01$), korekcija je potvrdila tri statistički značajne razlike među medijima. Konkretno, elektronička publikacija Narod.hr značajno se razlikuje od publikacija Jutarnji.hr, Net.hr i Večernji.hr, s višom učestalošću objava koje sadržavaju teorije zavjere. Ovi nalazi ukazuju na specifičan

uređivački fokus izvora Narod.hr, koji češće od ostalih uključuje sadržaj s elementima alternativnih interpretacija uzroka i tijeka pandemije.

Bonferronijeva korekcija provedena na temu „komentar stručnjaka ili analiza" pokazala je tri statistički značajne razlike među medijima. Elektronička publikacija Net.hr razlikuje se od Večernji.hr i 24sata.hr, dok se i Narod.hr statistički razlikuje od 24sata.hr, s većim udjelom članaka koji sadržavaju izjave, analize ili tumačenja stručnjaka. Ovi rezultati upućuju na to da Net.hr i Narod.hr češće uključuju stručno utemeljene interpretacije u svoje članke, dok se 24sata.hr u manjoj mjeri oslanja na takav tip sadržaja. To može ukazivati na razlike u uređivačkom pristupu informiranju publike i vrsti autoriteta koji se primjenjuju u oblikovanju vijesti. Bonferronijeva korekcija primijenjena na temu „simptomi koronavirusa" identificirala je pet statistički značajnih razlika među elektroničkim publikacijama. U svim slučajevima Net.hr pokazuje značajno veću učestalost tematiziranja simptoma u odnosu na Index.hr, Jutarnji.hr, Večernji.hr, Narod.hr i 24sata.hr. Ovi nalazi upućuju na to da se Net.hr izrazitije fokusirao na informativne sadržaje vezane uz prepoznavanje simptoma bolesti, što može odražavati njegovu orijentaciju na praktične, zdravstveno relevantne informacije za publiku. Usporedba s ostalim medijima ukazuje na manje izražen interes za ovu temu u njihovim objavama.

Dok su Index.hr, Jutarnji.hr i Večernji.hr najviše izvještavali o broju zaraženih, državnim mjerama i cijepljenju, Net.hr se ističe većim udjelom članaka o simptomima bolesti i stručnoj analizi. S druge strane, Narod.hr jedina je publikacija s većim udjelom članaka o teorijama zavjere, dok je 24sata.hr jedina koja značajnije uključuje teme zabave. Ove razlike upućuju na uredničku selekciju i orijentaciju prema različitim ciljnim publikama, ali i na različite načine oblikovanja stvarnosti pandemije kroz medijski diskurs.

Ovi deskriptivni uvidi dodatno su potvrđeni Bonferronijevom korekcijom, kojom su utvrđene statistički značajne razlike među medijima upravo u temama simptoma, stručnih analiza, broja zaraženih te teorija zavjere.

9.4.3. Analiza glavnih aktera ili izvora s obzirom na promatrane medije

U ispitivanju dominantnih aktera ili izvora u medijskim objavama na hrvatskim elektroničkim publikacijama, s obzirom na promatrane medije, dobiveni su ovi rezultati:

Na elektroničkoj publikaciji Index.hr najčešće korišteni akteri ili izvori u člancima su: službeni izvor (17 članaka ili 26,6 %), strani znanstvenik (10 članaka ili 15,6 %) te osoba iz društvenog javnog života (6 članaka ili 9,4 %).

Na Jutarnji.hr najzastupljeniji su: strani znanstvenik (15 članaka ili 22,4 %), potom podjednako neslužbeni/neimenovani izvor i liječnik (po 7 članaka ili 10,4 %), te osoba iz društvenog javnog života (5 članaka ili 7,5 %).

Primjer korištenja stranog znanstvenika kao izvora informacija u medijskom izvještavanju zabilježen je u članku objavljenom 25. lipnja 2020. pod naslovom *Kažu stručnjaci: Dokazano: novine ne prenose koronavirus niti predstavljaju rizik za zdravlje* (Trkanjec, 2020.). U navedenom tekstu citira se Gary Whittaker, stručnjak za zarazne bolesti sa Sveučilišta Cornell, koji je u izjavi za The Washington Post istaknuo kako je za prodor virusa kroz prirodnu obranu ljudskog organizma potrebna „vojska virusa", čime se implicira da je prijenos zaraze putem površina malo vjerojatan.

Na elektroničkoj publikaciji Net.hr, analiza izvora pokazuje da su autori članaka najčešće posezali za stranim znanstvenicima kao primarnim izvorima informacija (u 7 članaka, odnosno 25 %), potom za liječnicima (u 6 članaka ili 21,4 %), dok su službeni i neslužbeni izvori bili podjednako zastupljeni (po 4 članka ili 14,3 %). Ovakva distribucija izvora ukazuje na sklonost redakcije da informativnu vjerodostojnost tekstova temelji na znanstvenim i stručnim autoritetima, osobito onima iz međunarodnog konteksta, što može upućivati na pokušaj izgradnje kredibiliteta u informiranju javnosti tijekom pandemije.

Jedan od primjera u kojem je liječnik istaknut kao glavni akter nalazi se u članku objavljenom pod naslovom *Evo što koronavirus čini plućima u samo nekoliko dana: Ovo je snimka CT-a zaraženog 59-godišnjaka* (Net.hr, 2020.)[25]. U navedenoj objavi naglasak je stavljen na stručno tumačenje medicinskih nalaza, čime se čitateljima nastoji približiti razumijevanje kliničkih aspekata bolesti COVID-19. Takva upotreba izvora također doprinosi narativu o ozbiljnosti zdravstvenih posljedica i legitimira prikaz informacija kroz prizmu stručnog znanja.

Na Večernji.hr, najčešće korišteni glavni akteri ili izvori u analiziranim člancima su: službeni izvor (14 članaka ili 15,7 %), strani znanstvenik (11 članaka ili 12,4 %) te podjednako liječnik i osoba iz društvenog javnog života (po 9 članaka ili 10,1 %). Zabilježeni su i drugi institucionalni izvori, poput Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo (HZJZ) (3 članka).

U elektroničkoj publikaciji Narod.hr najčešći izvori informacija u analiziranim člancima bili su liječnici (u 12 članaka, odnosno 27,9 %) i hrvatski znanstvenici (u 9 članaka ili 20,9 %). Ovakva distribucija pokazuje da se medij u velikoj mjeri oslanja na domaće stručnjake,

[25] Vidi: Magazin.hr. (2020, travanj 2). *Evo što koronavirus čini plućima u samo nekoliko dana: Ovo je snimka CT-a zaraženog 59-godišnjaka*. Net.hr. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://net.hr/magazin/zdravlje/evo-sto-koronavirus-cini-plucima-u-samo-nekoliko-dana-ovo-je-snimka-ct-a-zarazenog-59-godisnjaka-6342ec36-b1c5-11eb-b072-0242ac130039

osobito u temama koje su osjetljive i podložne javnim raspravama, poput cijepljenja. Jedan od primjera u kojem se liječnica pojavljuje kao glavni izvor informacija nalazi se u članku *Dr. Markić: Zašto odgovoran roditelj danas neće cijepiti svoje dijete protiv COVID-19?* (Josipović, 2021.). U tekstu se iznosi stav da cijepljenje djece nije utemeljeno na medicinskoj praksi, etici ni brizi za dobrobit djece. Time se naglašava osobno i vrijednosno mišljenje, koje se dodatno podupire autoritetom zdravstvenog stručnjaka.

Također, vrijedi istaknuti da se na Narod.hr znatno ističe kategorija „Ostalo" (34,9 %), koja obuhvaća vjerske predstavnike, konzervativne aktiviste, kao i netipične izvore koji nisu klasificirani među standardne kategorije. U tom kontekstu, Narod.hr tematski se izdvaja, naglašavajući svjetonazorski utemeljene narative.

Na elektroničkoj publikaciji 24sata.hr, najčešće korišteni akteri ili izvori su: osoba iz društvenog javnog života (20 članaka ili 23,3 %), građanin (15 članaka ili 17,4 %), neslužbeni/neimenovani izvor (10 članaka ili 11,6 %) i liječnik (8 članaka ili 9,3 %). Ova struktura izvora ukazuje na naglašeniju orijentaciju prema svakodnevnim iskustvima, popularnoj kulturi i emocionalno obojenim pričama, dok su znanstveni i službeni izvori rjeđe korišteni. Primjer članka u kojem se koristi osobna priča nalazi se pod naslovom *Matija iz Bibinog svijeta: Glumac zbog korone nije otišao na pregled, kasnije otkrio rak: „Covid-19 nije jedina bolest...*" (Prkačin, 2021.). U ovom tekstu glavni izvor je pojedinac iz javnog života, a njegovo osobno iskustvo koristi se kao sredstvo za prenošenje emocionalne poruke i skretanje pozornosti na zdravstvene teme koje nisu isključivo vezane uz pandemiju.

Također, zabilježena je i veća učestalost korištenja izvora koji su svrstani u kategoriju „Ostalo" (18,6 %). U ovu skupinu ubrajaju se poznate osobe iz kulture i zabave, kao i službenici koji nisu precizno identificirani imenom ili funkcijom. To dodatno potvrđuje prisutnost raznolikih, često neformalnih izvora u ovom mediju, čime se ističe njegova usmjerenost na širi spektar društvenih aktera.

U Tablici 25 ilustrativno su prikazani podaci dobiveni ispitivanjem glavnih aktera ili izvora u medijskim objavama, s obzirom na promatrane hrvatske elektroničke publikacije.

Tablica 25. *Prikaz aktera ili izvora u medijskim objavama, s obzirom na promatrane hrvatske elektroničke publikacije*

Glavni akter ili izvor u članku	Naziv medija					
	Index.hr	Jutarnji.hr	Net.hr	Večernji.hr	Narod.hr	24sata.hr

(može ih biti više)	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Službeni izvor	17	26,6	6	9,0	4	14,3	14	15,7	3	7,0	3	3,5
Neslužbeni izvor /neimenovani izvor	4	6,3	7	10,4	4	14,3	5	5,6	1	2,3	10	11,6
Saborski zastupnici vladajuće stranke /koalicije	1	1,6	2	3,0	0	0,0	1	1,1	2	4,7	0	0,0
Državni službenici	0	0,0	3	4,5	1	3,6	1	1,1	0	0,0	1	1,2
Stožer civilne zaštite RH	4	6,3	1	1,5	0	0,0	9	10,1	0	0,0	5	5,8
Liječnik	3	4,7	7	10,4	6	21,4	9	10,1	12	27,9	8	9,3
Građanin	2	3,1	4	6,0	1	3,6	5	5,6	0	0,0	15	17,4
Društvene mreže	3	4,7	1	1,5	0	0,0	0	0,0	1	2,3	4	4,7
Osoba iz društvenog javnog života	6	9,4	5	7,5	2	7,1	9	10,1	3	7,0	20	23,3
Skupina stručnjaka	2	3,1	0	0,0	0	0,0	1	1,1	3	7,0	0	0,0
Predstavnik Katoličke crkve	1	1,6	2	3,0	0	0,0	0	0,0	2	4,7	0	0,0
Znanstvenik (hrvatski)	2	3,1	1	1,5	2	7,1	10	11,2	9	20,9	3	3,5
Znanstvenik (strani)	10	15,6	15	22,4	7	25,0	11	12,4	0	0,0	4	4,7
Strani političar	4	6,3	3	4,5	0	0,0	6	6,7	1	2,3	2	2,3
HZJZ	0	0,0	1	1,5	0	0,0	3	3,4	0	0,0	2	2,3
Ukupno	64	100,0	67	100,0	28	100,0	89	100,0	43	100,0	86	100,0

Izvor: autorica

Hi-kvadrat test za učestalost aktera „liječnik“ među elektroničkim publikacijama pokazao je ove rezultate:

- Hi-kvadrat vrijednost: 17,02
- p-vrijednost: 0,0045
- Stupnjevi slobode: 5.

To znači da postoji statistički značajna razlika u učestalosti pojavljivanja liječnika kao glavnih aktera među medijima. Kako bi se dodatno ispitalo među kojim elektroničkim publikacijama postoje značajne razlike u zastupljenosti pojedinih aktera, provedena je Bonferronijeva korekcija za parne usporedbe. Na primjeru aktera „liječnik“, za kojeg je utvrđena razlika u učestalosti pojavljivanja među medijima, korekcija je potvrdila jednu statistički značajnu razliku. Bonferronijeva korekcija potvrdila je statistički značajnu razliku u učestalosti korištenja liječnika kao izvora između Narod.hr i Index.hr (korigirana p = 0,028), pri čemu Narod.hr značajno češće uključuje liječnike kao glavne aktere u izvještavanju.

Taj rezultat upućuje na izraženiju sklonost elektroničke publikacije Narod.hr da u izvještavanju o pandemiji koristi autoritet liječnika kao temelj za oblikovanje poruke ili argumentaciju.

9.4.4. Interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi s obzirom na promatrane medije

Interpretativno novinarstvo, tj. tumačenje autora članaka, u najvećem je postotku prepoznato u objavama elektroničkih publikacija Narod.hr (19,7 %) i Index.hr (17,9 %).

U jednom od članaka objavljenih na hrvatskoj elektroničkoj publikaciji Narod.hr u prvim tjednima pandemije vidi se primjer interpretativnog novinarstva. U tekstu pod naslovom *Zemlja iz koje je potekao koronavirus: Kina – komunistička država sa snažnim represivnim aparatom* (Tikvica, 2020.) pandemija se ne prikazuje samo kao zdravstvena tema, nego se povezuje s političkim i društvenim prilikama u zemlji u kojoj je virus prvi put zabilježen. Autorica pritom ne iznosi samo osnovne informacije o širenju virusa, nego ulazi u širi prikaz političkog sustava te države, načina na koji se ondje kontroliraju informacije, stanje ljudskih prava i položaj vjerskih zajednica, posebno katolika. Kroz kritički ton i odabir tema koje nadilaze samo epidemiju, članak jasno pokazuje da se ne radi o neutralnom izvještavanju, nego o interpretativnom pristupu u kojem novinarka povezuje pandemiju s ideološkim i vrijednosnim pitanjima.

Dodatni primjer predstavlja tekst objavljen 4. veljače 2022. pod naslovom *Bolnice u UK, Njemačkoj i Izraelu odbile hitno operirati dječaka (3) jer mu roditelji nisu cijepljeni* (S.V., 2022.). Riječ je o prenesenom sadržaju iz drugog medija, pri čemu nisu navedeni precizni podaci o akterima ni o izvorima informacija, što također može ukazivati na interpretativni pristup bez jasnog faktografskog utemeljenja.

U kategoriji Autor članka daje određeni ton članku, u svim promatranim elektroničkim publikacijama najčešće je zabilježen neutralan ton. Najveći udio novinarskih vrijednosnih

sudova evidentiran je na Narod.hr (22,6 %), potom na 24sata.hr (19,7 %), Index.hr (16 %) i Jutarnji.hr (11,2 %).

U kategoriji Autor članka daje negativan ton članku, najveći postotak bilježi se u ovim publikacijama: Narod.hr (32,8 %), 24sata.hr (31,6 %), Večernji.hr (17,1 %) i Index.hr (13,1 %).

Jedan od primjera u kojem novinar unosi vlastiti emocionalni i vrijednosni ton u izvještavanje može se vidjeti u članku koji govori o zatvaranju poznatog riječkog ugostiteljskog objekta tijekom pandemije. Članak je objavljen na 24sata.hr pod naslovom *ZATVARA SE LA GUARDIA: Fajrunt za slavni riječki kafić: „Sa suzama pišem ovo, korona i mjere su pobijedile ovaj put"* (Divjak, 2022.). Umjesto da se vijest predstavi samo kao informacija o prestanku rada lokala, tekst je ispunjen emotivnim prizvukom i naglaskom na osobnu priču vlasnice koja zatvaranje najavljuje kroz dirljivu objavu na društvenim mrežama. U tom se pristupu prepoznaje interpretativni okvir u kojem novinar ne samo da prenosi činjenice nego i naglašava težinu trenutka, ljudsku dimenziju gubitka i utjecaj pandemije na svakodnevni život, što vijesti daje dodatnu emocionalnu dubinu.

Primjer izraženog negativnog vrijednosnog suda može se pronaći u članku na Index.hr objavljenom pod naslovom *Vučić u pandemiji koronavirusa Srbiju vodi u propast* (Duhaček, 2020.), u kojem autor iznosi kritički osvrt na ulogu predsjednika Srbije tijekom pandemije COVID-19. U tekstu se ističe stav da su odluke predsjednika i njegovih suradnika pridonijele otežanom upravljanju krizom, uz dodatno naglašavanje problema u funkcioniranju državnih institucija i nedostatne stručnosti kadrova vladajuće stranke. Autor pritom povezuje početak krizne komunikacije s konkretnim događajem krajem veljače, navodeći ga kao simbol početka politički problematičnog odgovora na pandemiju.

U kategoriji iznošenja vrijednosnih sudova autora članka prema glavnom akteru ili akterima, u svim promatranim medijima prevladava deskriptivni pristup. Negativan sud najčešće je zabilježen u člancima s Narod.hr (19,6 %), a potom na 24sata.hr (11,2 %).

Kad je riječ o vrijednosnim sudovima autora članka prema glavnoj temi ili temama, i dalje prevladava deskripcija. Najveći udio negativnih sudova bilježi se na 24sata.hr (37 %), potom na Narod.hr (29,6 %), Index.hr (25,6 %), Večernji.hr (25 %), Jutarnji.hr (22,8 %) i Net.hr (14,3 %).

U kategoriji vrijednosnih sudova glavnog aktera prema glavnoj temi, rezultati pokazuju da na Index.hr glavni akter češće iznosi negativan sud (29 članaka ili 46 %) nego deskriptivan (28 članaka ili 44,4 %). Na Jutarnji.hr negativan sud također prevladava (32 članka ili 47,8 %), nasuprot 21 članku (31,3 %) s deskriptivnim pristupom, dok se podjednako pozitivni i negativni sudovi bilježe u 14 članaka (20,9 %). Na Net.hr dominira deskripcija (18

članaka ili 52,9 %), dok negativni sudovi čine 32,4 % (11 članaka), a pozitivni i negativni podjednako su prisutni u 5 članaka (14,7 %).

Primjer članka u kojem prevladava deskriptivni stil može se pronaći u tekstu na elektroničkoj publikaciji Net.hr objavljenom pod naslovom *KORONA UTJEČE NA SVE: Svakom trećem teže oboljelom ispada kosa, 1 posto doživi infarkt, stradavaju čak i bubrezi, jetra...* (Net.hr, 2021.)[26], koji izvještava o posljedicama bolesti COVID-19 na različite dijelove ljudskog tijela. U tekstu se izvještava o posljedicama bolesti COVID-19 na različite dijelove tijela, pri čemu se navode podaci iz istraživanja provedenog u jednoj zagrebačkoj bolnici. Poseban naglasak stavljen je na tegobe koje se javljaju kod pacijenata koji su preboljeli teže oblike bolesti. Navode se konkretni simptomi, poput ispadanja kose, problema s jetrom, bubrezima i srcem, ali i psihičke i kognitivne poteškoće kao što su nesanica i zaboravljivost. U članku su uključene i izjave liječnika koje dodatno objašnjavaju moguće posljedice zaraze. Informacije se iznose jasno i bez dodatne interpretacije, što je karakteristično za deskriptivni stil – u kojem se naglasak stavlja na prenošenje činjenica, a ne na tumačenje ili komentiranje događaja.

Na elektroničkoj publikaciji Večernji.hr negativan vrijednosni sud glavnog aktera prema glavnoj temi zabilježen je u većem postotku (50 članaka ili 56,2 %) u odnosu na deskripciju (32 članka ili 36 %).

Na Narod.hr također je negativan sud glavnog aktera zabilježen u većem postotku (29 članaka ili 60,4 %) u odnosu na deskriptivan prikaz (13 članaka ili 27,1 %). Na 24sata.hr veći je udio članaka u kojima glavni akter izražava negativan sud (50 članaka ili 58,8 %) u odnosu na deskripciju (28 članaka ili 32,9 %).

Kada je riječ o pozitivnim vrijednosnim sudovima, bilježi se da glavni akter u člancima na Jutarnji.hr najčešće iznosi pozitivan sud o zdravstvenom aspektu pandemije ili o nekom zdravstvenom stručnjaku (15 članaka ili 81,3 %). Također, pozitivan sud o cijepljenju najčešće je izražen na Večernji.hr (15 članaka ili 100 %) te na 24sata.hr (7 članaka ili 87,5 %).

Kod negativnih vrijednosnih sudova glavnoga aktera, na Index.hr najčešće se izražava negativan sud o zdravstvenom aspektu pandemije ili o zdravstvenom stručnjaku (17 članaka ili 73,9 %), dok autor članka izražava takav sud u 6 članaka (26,1 %).

U ostalim elektroničkim publikacijama zabilježeni su ovakvi rezultati: na Jutarnji.hr glavni akter izražava negativan sud u 28 članaka (93,3 %), na Net.hr u 9 članaka (100 %), na Večernji.hr u 32 članka (100 %), na Narod.hr u 11 članaka (73,3 %) te na 24sata.hr u 18 članaka

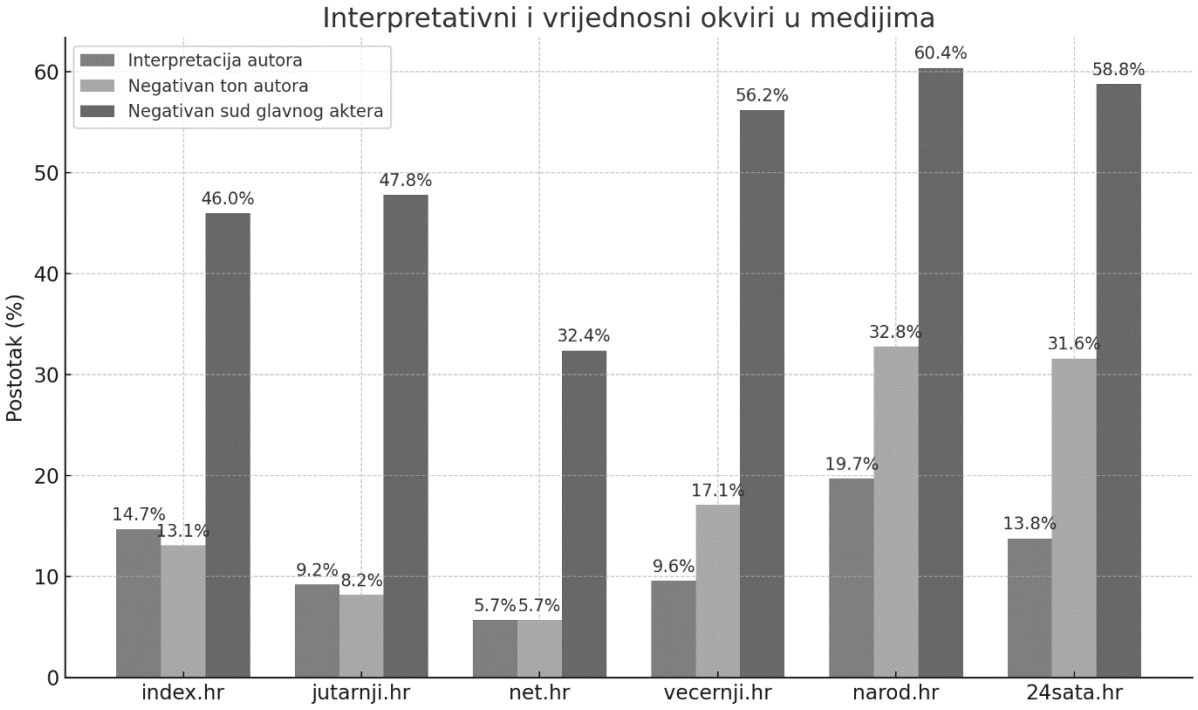
[26] Vidi: Danas.hr (2021, travanj 14). *Korona utječe na sve: Svakom trećem teže oboljelom ispada kosa, 1% doživi infarkt, stradavaju čak i bubrezi i jetra*. Net.hr. Preuzeto 9. srpnja 2024. s https://tinyurl.com/yjs2vkkw

(85,7 %). U tekstu pod naslovom *Je li epidemija koronavirusa srušila našu vjeru u znanost?* (Rudež, 2022.) objavljenom na elektroničkoj publikaciji Jutarnji.hr, autorica piše o dobrim i lošim aspektima znanosti, odnosno pseudoznanosti i teorijama zavjere koje iz nje proizlaze, uzimajuć hrvatske znanstvenike kao izvore informacija. Autorica se pritom oslanja na izjave hrvatskih znanstvenika kako bi ilustrirala i pozitivne i negativne strane znanstvenog procesa u kriznom razdoblju. Istaknuto je da je pandemija promijenila dinamiku objavljivanja znanstvenih rezultata – umjesto standardnog recenzentskog postupka koji uobičajeno traje dulje, brojni su radovi objavljivani u otvorenim repozitorijima, što ih je učinilo dostupnima široj javnosti. Time su rezultati brzo dospjeli do medija i društvenih mreža, gdje su ih različiti akteri interpretirali na različite načine, što je imalo utjecaj na oblikovanje javnog mišljenja, ali i na širenje dezinformacija.

Na elektroničkoj publikaciji Narod.hr bilježi se da glavni akter u članku negativno komentira državne mjere u 8 članaka (72,7 %).

Grafikon 2 prikazuje učestalost interpretativnog novinarstva, negativnog tona novinara i negativnih vrijednosnih sudova glavnog aktera u analiziranim člancima na promatranim medijima. Rezultati ističu Narod.hr i 24sata.hr kao elektroničke publikacije s najizraženijim interpretativnim i vrijednosnim diskursima, što potvrđuje kako mediji aktivno sudjeluju u oblikovanju percepcije pandemije.

Grafikon 2. *Usporedba interpretativnog pristupa i vrijednosnih sudova po elektroničkim publikacijama*



Izvor: autorica

U Tablici 26 prikazani su rezultati Hi-kvadrat testa i Bonferronijeve korekcije za pet varijabli koje se odnose na interpretativne značajke novinarskog izvještavanja, uključujući izražavanje tona, tumačenja autora i prisutnost vrijednosnih sudova prema temama i akterima. Rezultati pokazuju koje su razlike među medijima statistički značajne i nakon primjene korekcije za višestruke usporedbe.

Tablica 26: Hi-kvadrat test i Bonferronijeva korekcija – interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi

Varijabla	Hi-kvadrat	Stupnjevi slobode	Značajnost (p)	Značajno nakon Bonferronijeve korekcije (α = 0,0033)	Zaključak
Interpretativno novinarstvo – tumačenja autora	26,003	5	0,000*	DA	Značajne razlike među medijima

članka (prisutnost / odsutnost)					
Autor članka daje određeni ton članku	26,044	5	0,000*	DA	Značajne razlike među medijima
Nagađa li autor članka o budućim posljedicama događaja?	15,967	5	0,007*	NE	Nije značajno nakon korekcije
Iznosi li autor članka vrijednosni sud prema glavnoj temi/glavnim temama?	17,264	5	0,004*	NE	Nije značajno nakon korekcije
Vrijednosni sud prema glavnom akteru/glavnim akterima	27,171	10	0,002*	DA	Značajne razlike među medijima

*p < 0,01
Izvor: autorica

Pogleda li se razina značajnosti za varijable Interpretativno novinarstvo – tumačenja autora članka (prisutnost/odsutnost), Autor članka daje određeni ton članku, Nagađa li autor članka o budućim posljedicama događaja?, Iznosi li autor članka u članku vrijednosni sud prema glavnoj temi/glavnim temama? te Vrijednosni sudovi – iznosi li autor članka u članku vrijednosni sud prema glavnom akteru/glavnim akterima?, može se uočiti kako vrijednost značajnosti Hi-kvadrat testa iznosi $p < 0,01$, što upućuje na statistički značajnu razliku s obzirom na promatrane elektroničke publikacije. Provedena analiza pokazuje da postoje statistički značajne razlike u interpretativnom pristupu novinara, izražavanju tona te iznošenju vrijednosnih sudova prema glavnim akterima među promatranim elektroničkim publikacijama, čak i nakon primjene stroge Bonferronijeve korekcije ($\alpha = 0,0033$). Posebno se ističu Narod.hr, Index.hr i 24sata.hr, koji češće koriste interpretativno novinarstvo, izražen osobni ton i negativne vrijednosne sudove prema akterima u tekstovima o pandemiji. Ovi nalazi upućuju na različite uredničke pristupe i ulogu medija u oblikovanju javne percepcije tijekom kriznih situacija.

Rezultati pokazuju da se pristup interpretativnom novinarstvu razlikuje među elektroničkim publikacijama, pri čemu Narod.hr i Index.hr najčešće koriste tumačenja novinara, kao i izražavanje osobnog stava. Mediji poput 24sata.hr i Narod.hr također pokazuju višu razinu negativnog tona u člancima, dok je vrijednosni sud autora članka i glavnih aktera češće negativan nego pozitivan, osobito kada se radi o temama vezanim uz mjere i zdravstvene

aspekte pandemije. Ovi nalazi potvrđuju raznolikost pristupa u medijskom oblikovanju pandemijskog diskursa.

9.5. Analiza rezultata u okviru Beckove teorije društva rizika

Analiza rezultata provedena je u okviru Beckove (2011.) teorije društva rizika, obuhvaćajući tri konceptualne dimenzije:

1. kriterije globalnog medijskog događaja
2. osobine globalnih rizika
3. identificiranje „žrtvenog jarca" kao elementa strukturiranja diskursa o riziku.

Ove kategorije omogućile su uvid u način na koji su medijske objave o pandemiji bolesti COVID-19 oblikovane unutar logike društva rizika. Analizirane osobine vidljive su i u konkretnim novinarskim tekstovima, čime se dodatno potvrđuje njihova prisutnost u analiziranim medijskim narativima, primjerice u članku objavljenom na elektroničkoj publikaciji Večernji.hr pod naslovom *Pandemija u svijetu: U Europi ukupno zabilježen 2291 smrtni slučaj. Slovenija zatvara i zračni promet* (Večernji list i HINA, 2020.)[27]. Ovaj članak ilustrira karakteristike globalnog medijskog događaja, kako ih definira Beck (2011.), pružajući informacije o širenju virusa i njegovim posljedicama na međunarodnoj razini. Naglasak na brojkama i geografskom rasprostiranju virusa doprinosi percepciji pandemije kao globalne prijetnje, što je u skladu s konceptom društva rizika.

Prikaz pandemije kao globalnog rizika u hrvatskim medijima potvrđuje ključne aspekte Beckove teorije društva rizika. Prisutnost osobina kao što su neproračunljivost, delokalizacija i nenadoknadivost, zajedno s identifikacijom „žrtvenih jaraca", svjedoče o tome da mediji nisu samo reflektirali nego i proizvodili percepciju pandemije kao višedimenzionalne prijetnje. Ovaj nalaz upućuje na aktivnu ulogu medija u strukturiranju diskursa o riziku i nesigurnosti.

[27] Vidi: Večernji.hr, HINA. (2020, ožujak 16). *U Europi ukupno zabilježen 2291 smrtni slučaj. Slovenija zatvara i zračni promet.* Večernji list. Preuzeto 10. srpnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/u-kini-deset-novih-smrtnih-slucajeva-od-koronavirusa-1385929

9.5.1. Globalni medijski događaj

U kategoriji Sadržava li tekst članka, odnosno njegova glavna tema kriterije Beckova globalnog medijskog događaja ili planetarnog izvanrednog stanja?, najveći udio članaka odnosi se na opciju masmedijski nastanak katastrofe (247 članaka ili 42,48 %) i na iskustvo antropološkog šoka o ranjivosti osnova građanskog svijeta (249 članaka ili 43,9 %).

Beckov (2011.) koncept globalnog medijskog događaja, odnosno kozmopolitskog događaja, prepoznaje se u velikom broju medijskih objava koje se odnose na pandemiju bolesti COVID-19. Pandemija je predstavljena kao globalni fenomen, a masovni mediji intenzivno su izvještavali o situaciji u različitim dijelovima svijeta, čime je dodatno potvrđena hipoteza o transnacionalnoj prirodi suvremenih rizika. Primjer izvještavanja u kojem se ističe zabrinutost znanstvene zajednice u vezi s budućim razvojem pandemije može se pronaći u jednoj objavi iz ranog razdoblja krize, u kojoj se prenose mišljenja domaćeg stručnjaka za cjepiva. Članak je objavljen na elektroničkoj publikaciji Index.hr pod naslovom *Naš stručnjak za cjepiva: Korona je tempirana bomba, bojimo se jeseni* (Jarić Dauenhauer, 2020.). U tekstu se navodi da su tadašnja razmatranja unutar znanstvenih krugova bila izrazito pesimistična, s upozorenjem da virus i dalje cirkulira u populaciji, dok je razina kolektivnog imuniteta niska. Naglašava se da bi, prema najpovoljnijem scenariju, mogući jesenski val pandemije mogao biti jednako težak kao prvi, dok bi u nepovoljnijem scenariju mogao izazvati ozbiljne poremećaje u društvu.

U Tablici 27 prikazani su kriteriji Beckova globalnog medijskog događaja, odnosno planetarnog izvanrednog stanja.

Tablica 27. *Kriteriji globalnog medijskog događaja prema Becku*

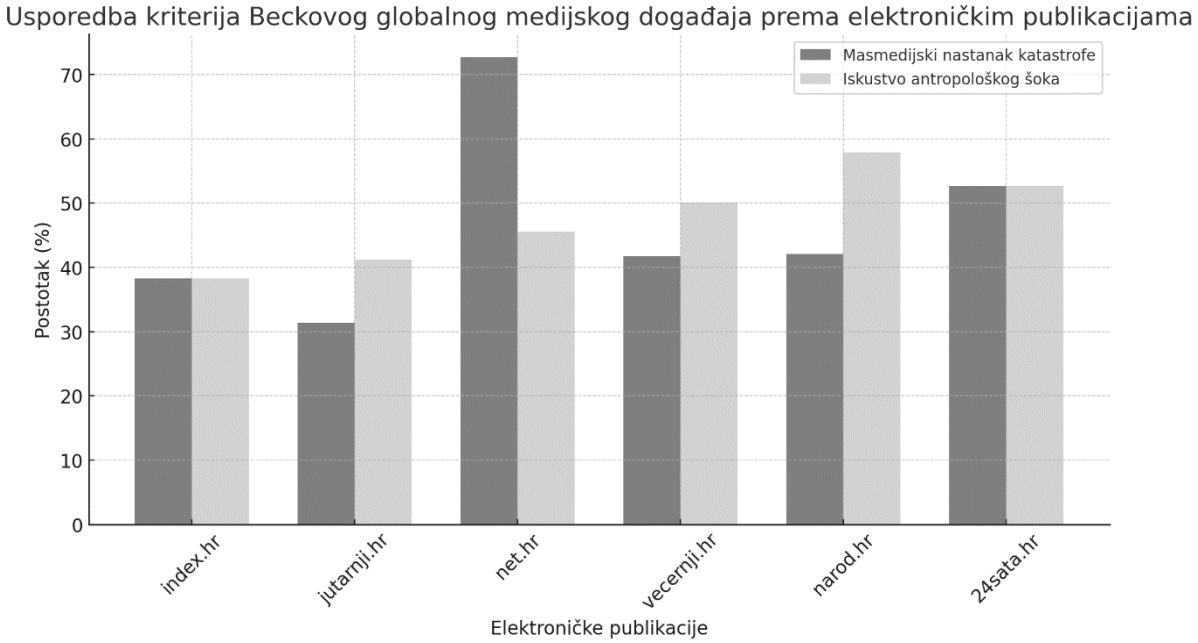
Sadržava li tekst članka, odnosno njegova glavna tema kriterije Beckova globalnog medijskog događaja ili planetarnog izvanrednog stanja (kojih može biti i više)?	N	%
Iskustvo antropološkog šoka o ranjivosti osnova građanskog svijeta	249	38,19
Masmedijski nastanak katastrofe	247	42,48
Planetarni osjećaj bola	66	10,12
Za nas – globalni rizici su nacionalne tragedije, katastrofe „za nas“	60	9,2
Ukupno	836	100,0

Izvor: autorica

Osim opće prisutnosti Beckovih kriterija globalnog medijskog događaja, dodatna Analiza po valovima pandemije pokazuje da se masmedijski narativ o katastrofi najčešće pojavljivao u petom valu (54 članka ili 77,1 %) i četvrtom valu (23 članka ili 43,4 %), čime se potvrđuje da je medijska dramatizacija događaja bila najizraženija u kasnijim fazama pandemije. Također, usporedba po elektroničkim publikacijama otkriva razlike u fokusu i narativima: kriterij masmedijskog nastanka katastrofe najviše je prepoznat u objavama na Net.hr (72,7 %), dok je kriterij iskustva antropološkog šoka najviše zabilježen u objavama na arod.hr (57,9 %). Prema apsolutnom broju članaka, kriterij šoka najčešće se pojavljuje na 24sata.hr (30 članaka ili 52,6 %). Ovi nalazi potvrđuju da su različite redakcije, ovisno o uređivačkoj politici, selektirale i interpretirale pandemiju na različite načine – naglašavajući različite aspekte rizika.

Grafikon 3 prikazuje udjele članaka u kojima su prepoznati kriteriji masmedijskog nastanka katastrofe i iskustva antropološkog šoka o ranjivosti osnova građanskog svijeta, s obzirom na različite elektroničke publikacije. Vidljivo je da su oba kriterija najuočljivija u objavama na elektroničkim publikacijama 24sata.hr i Večernji.hr, dok je najmanje izražen antropološki šok na Narod.hr. Ovi rezultati upućuju na različite pristupe u oblikovanju pandemijskog diskursa među medijima, pri čemu pojedine elektroničke publikacije više naglašavaju dramatičnost događaja i njegov duboki utjecaj na društvene temelje.

Grafikon 3. *Usporedba kriterija Beckovog globalnog medijskog događaja prema elektroničkim publikacijama*



Izvor: autorica

9.5.2. Tri dimenzije globalnog rizika u medijskim narativima o pandemiji

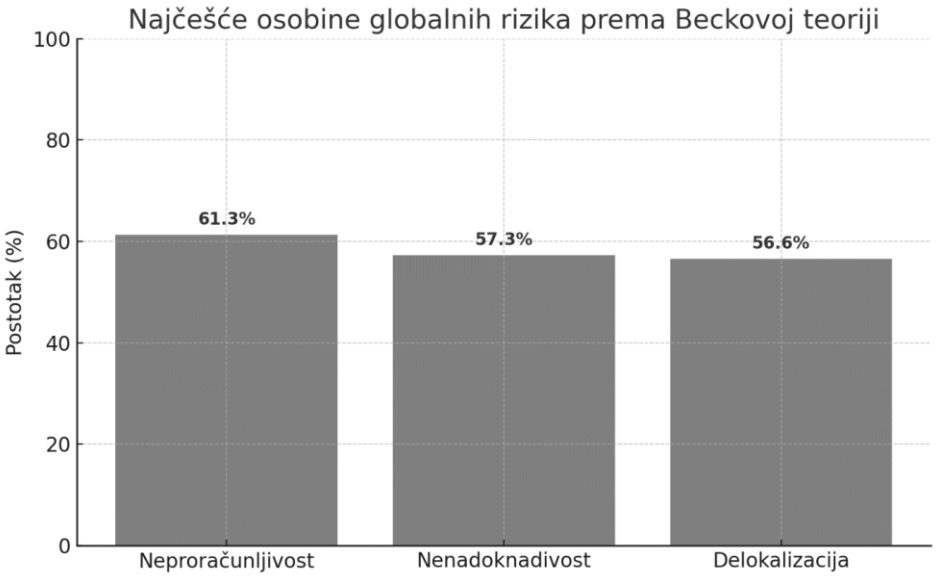
Osobine globalnih rizika utvrđene u ovom istraživanju, a koje su zabilježene u većim postocima, uključuju neproračunljivost, koja se odnosi na „hipotetske" rizike; nenadoknadivost, koja označava trajnu štetu; te delokalizaciju, prema kojoj uzroci i posljedice rizika nisu prostorno ni vremenski ograničeni, nego su raspršeni i prisutni globalno.

Osobine globalnih rizika identificirane u ovom istraživanju prepoznatljive su i u konkretnim medijskim narativima. Primjer jednog takvog sadržaja objavljen na Jutarnji.hr pod naslovom *Hrvatska dijaspora: Priče iz Švedske, Italije, Njemačke i SAD-a: Kako nam se život promijenio u godinu dana* (Bajruši, 2021.) opisuje iskustva pripadnika dijaspore u različitim zemljama tijekom pandemije, gdje se ističe gubitak obrazovnog kontinuiteta kod djece, pad kvalitete školovanja te negativne posljedice izolacije na mentalno zdravlje mladih, uključujući i najteže ishode. Prikazuje se osjećaj nesigurnosti i nemogućnosti kontrole nad vlastitim životima, posebno izražen među iseljenicima i mladima, dok se istodobno naglašava da ni ekonomski najstabilnije države nisu bile imune na posljedice pandemije. Time se ilustrira globalna raspršenost uzroka i posljedica, njihova dugotrajna štetnost te neizvjesnost ishoda – ključne značajke suvremenih globalnih rizika.

Rezultati istraživanja u okviru ovog doktorskog rada potvrđuju da su dominantne karakteristike Beckove teorije društva rizika – kao što su delokalizacija, neproračunljivost i nenadoknadivost – bile prisutne u medijskim narativima tijekom pandemije. Medijski diskurs pritom nije bio neutralan, već je kroz interpretativno novinarstvo i simboličke konstrukcije (primjerice označavanje „žrtvenih jaraca" ili senzacionalističko opisivanje katastrofe) aktivno sudjelovao u oblikovanju percepcije rizika. Ovakav interpretativni okvir dodatno je ojačao osjećaj nesigurnosti i globalne međupovezanosti.

Grafikon 4 prikazuje tri osobine globalnih rizika koje su se najčešće pojavljivale u analiziranim člancima. Neproračunljivost (61,3 %) je bila najzastupljenija i odnosi se na neizvjesnost i teško predvidive posljedice pandemije. Slijede nenadoknadivost (57,3 %), koja ukazuje na trajne štete i gubitke, te delokalizacija (56,6 %), što znači da su uzroci i posljedice pandemije bili prisutni u cijelom svijetu, a ne vezani uz jedno mjesto. Ovi rezultati pokazuju da su mediji tijekom pandemije doista odražavali glavne osobine koje Beck povezuje s društvom rizika.

Grafikon 4. *Najčešće osobine globalnih rizika prema Beckovoj teoriji*



Izvor: autorica

9.5.3. Identificiranje „žrtvenog jarca" kao elementa strukturiranja diskursa o riziku

Iako u ovoj kategoriji nisu uočeni statistički značajni rezultati, u manjem broju članaka (n = 8) izraženo je prebacivanje krivnje na ljudski čimbenik za nastanak virusa u laboratoriju. Također, u još 8 članaka glavni akter iznosi stav da su se posljedice pandemije mogle ublažiti drugačijim djelovanjem odgovornih, čime se implicira postojanje krivnje ili odgovornosti određenih pojedinaca ili institucija.

Interpretacija rezultata kroz prizmu Beckove teorije društva rizika potvrđuje kako su hrvatske elektroničke publikacije pandemiju bolesti COVID-19 prikazivale kao višedimenzionalnu prijetnju: kao zdravstvenu, društvenu, političku i simboličku krizu. Dominantne osobine rizika, prisutnost narativa katastrofe i uloga „krivnje" usmjerene prema političkim i institucionalnim akterima potvrđuju da je pandemija oblikovana kao globalni medijski događaj, što je doprinijelo oblikovanju javnog diskursa obilježenog nesigurnošću i neizvjesnošću.

9.5.4. Percepcija rizika i ljudska prava

U analizi dodatnih kategorija koje se nadovezuju na Beckovu teoriju, posebno se ističe pojam stvarnosti rizika**.** Ova kategorija u analiziranim člancima ističe se kao ključna u oblikovanju javnog doživljaja pandemije. Naime, kod svih promatranih elektroničkih publikacija glavni akter u članku u najvećem postotku i broju članaka procjenjuje zdravstveni rizik kao stvaran, hitan i opasan: Index.hr (15 članaka ili 83,3 %), Jutarnji.hr (25 članaka ili 96,2 %), Net.hr (14 članaka ili 100 %), Večernji.hr (29 članaka ili 100 %), Narod.hr (12 članaka ili 92,3 %) i 24sata.hr (21 članak ili 100 %). Ovi rezultati ukazuju na visok stupanj suglasnosti među medijima u prenošenju ozbiljnosti pandemije, neovisno o interpretativnom okviru ili tonu članka.

Usporedno s tim, u kategoriji rizika u odnosu na ljudska prava, izraženije stavove nalaze se u analiziranim člancima s elektroničke publikacije Narod.hr i 24sata.hr. Na Narod.hr, autor članka u pet objava (62,5 %) ističe kršenje ljudskih prava, dok to isto čini glavni akter u tri objave (37,5 %). Tematski i geografski, najviše se spominju Europska unija (40 %), Hrvatska (30 %) te podjednako svijet, Kina i Italija (10 %). Na 24sata.hr, glavni akter u pet članaka (83,3 %) ukazuje na kršenje ljudskih prava, dok autor članka to čini u jednoj objavi (16,7 %). Mjesta na koja se ti komentari odnose uključuju Hrvatsku, Europsku uniju i svijet (po 25 %) te Srbiju i regiju Jugoistočne Europe (po 12,5 %).

Jedan od primjera diskursa usmjerenog na problematiku dezinformacija može se pronaći u članku objavljenom na 24sata.hr pod naslovom *OBRAĆAO SE KATOLIČKOJ UDRUZI: Papa Franjo: Širenje laži o koroni je kršenje ljudskih prava* (HINA, 2022.)[28] koji prenosi stav Pape Franje o štetnosti širenja netočnih informacija u kontekstu pandemije bolesti COVID-19. U svom obraćanju katoličkoj udruzi, Papa Franjo je upozorio da širenje lažnih vijesti i dezinformacija o koronavirusu i cjepivima – uključujući i one koje dolaze iz katoličkih medija – predstavlja povredu ljudskih prava.

Posebno je naglasio opasnosti tzv. „infodemije“, odnosno širenja iskrivljenih i manipulativnih informacija koje se temelje na strahu, lažnim vijestima i pseudoznanstvenim tvrdnjama. Istaknuo je da osobe koje vjeruju u takve informacije ne treba stigmatizirati, nego ih je potrebno pokušati usmjeriti prema znanstveno utemeljenim činjenicama. Dodao je i da je

[28] Vidi: HINA. (2022, siječanj 28). *Papa Franjo: Širenje laži o koroni je kršenje ljudskih prava.* 24sata. Preuzeto 9. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/papa-franjo-sirenje-lazi-o-koroni-je-krsenje-ljudskih-prava-811999

važno razotkrivati neistinite informacije, ali da se pri tome uvijek treba odnositi s poštovanjem prema pojedincima, jer oni često u njih vjeruju nesvjesno i bez potpune odgovornosti.

Slično tome, tekst na Narod.hr objavljen pod naslovom *Hasanbegović: Koronamjere predstavljaju kršenje Ustavom zajamčenih ljudskih prava* (D.S., 2021.), donosi politički stav zastupnika koji mjere protiv COVID-19 označava kao protuustavne.

9.6. Medijski prioriteti u kontekstu krize: primjena teorije *agenda-settinga*

U ovom potpoglavlju analizira se prisutnost ključnih elemenata teorije *agenda-settinga* kroz tri skupine procesa koji mogu utjecati na oblikovanje medijskih prioriteta. Najveći udio potvrđenih rezultata odnosi se na potkategoriju *problems*, koja se odnosi na probleme koji stvaraju pritisak na sustav (508 članaka ili 95,3 %), što upućuje na dominantnu orijentaciju medijskih objava prema temama koje reflektiraju izravne društvene, zdravstvene ili institucionalne izazove. Slijedi potkategorija *policies*, koja uključuje akumulaciju znanja i perspektiva među specijaliziranim dionicima te generiranje stručnih prijedloga za djelovanje (80 članaka ili 15,0 %). Ova skupina sadržaja pokazuje kako se mediji uključuju u prijenos i interpretaciju stručnih mišljenja te formiranje mogućih rješenja, čime sudjeluju u oblikovanju javne i institucionalne agende. Niži udjeli zabilježeni su u potkategorijama *politics*, koje obuhvaćaju političke procese kao što su promjene u javnom mišljenju, izborima, administrativnim strukturama i političke kampanje (27 članaka ili 5,1 %) te u kategoriji turističke sezone (4 članka ili 0,8 %), gdje se pandemijski rizici razmatraju u kontekstu ekonomskih i sezonskih prioriteta.

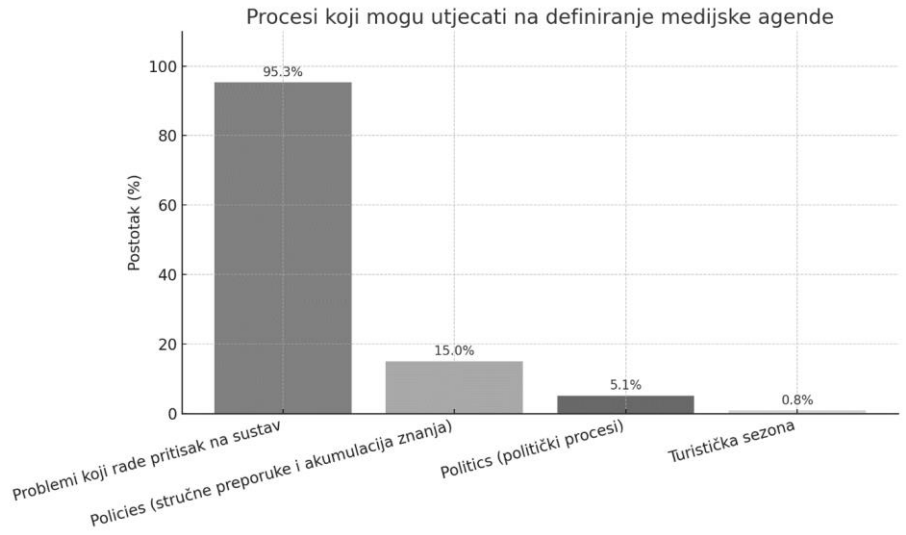
Jedan od primjera oblikovanja medijske agende uoči nadolazeće turističke sezone može se pronaći u članku objavljenom na Jutarnji.hr pod naslovom *COVID SEMAFOR: Objavljena najdetaljnija korona karta u Hrvatskoj: „Naše podatke već je prihvatio i Institut Robert Koch"* (Koretić, 2021.). U tekstu se naglašava važnost prihvaćanja hrvatske epidemiološke karte po županijama od strane njemačkog Instituta Robert Koch, što se predstavlja kao ključno za uspjeh turističke sezone. Ističe se kako takva klasifikacija može dodatno potaknuti turističke djelatnike i lokalno stanovništvo na odgovorno ponašanje te pomoći u komunikaciji da pojedinačni slučajevi zaraze u jednoj destinaciji ne znače ugrozu za cijelu zemlju.

Utjecaj turističke sezone na oblikovanje medijske agende vidljiv je i u članku objavljenom pod naslovom *Objavljena nova korona-karta, niti jedan dio Hrvatske više nije crven*

(Index Vijesti, 2021.)[29]. U tekstu se ističu pozitivni podaci iz sustava eVisitor prema kojima je toga dana u Hrvatskoj boravilo više od 200 000 turista – među njima 183 000 stranih i 30 000 domaćih gostiju. Ministrica turizma Nikolina Brnjac komentirala je te brojke na društvenim mrežama, navodeći da one potvrđuju percepciju Hrvatske kao sigurne turističke destinacije. Naglasila je da su osigurani svi preduvjeti za dolazak turista te da je ključno i dalje poštovati epidemiološke mjere kako bi se očuvala povoljna situacija i osigurala uspješna sezona.

Grafikon 5 prikazuje postotnu zastupljenost različitih procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende u analiziranim člancima. Najveći dio zauzimaju problemi koji stvaraju pritisak na sustav (95,3 %), što upućuje na dominantnu ulogu aktualnih društvenih i zdravstvenih problema u oblikovanju medijskih sadržaja tijekom pandemije. Znatno manje prisutni su stručni prijedlozi i akumulacija znanja (15,0 %), politički procesi (5,1 %) i turistička sezona (0,8 %), što ukazuje na njihovu ograničenu ulogu u ovom kontekstu.

Grafikon 5. *Prikaz procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende*



Izvor: autorica

[29] Vidi: Index Vijesti (2021, lipanj 18). *Objavljena nova koronakarta: Niti jedan dio Hrvatske više nije crven.* Index.hr. Preuzeto 11. srpnja 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/objavljena-nova-koronakarta-niti-jedan-dio-hrvatske-vise-nije-crven/2284374.aspx

9.6.1. Analiza procesa oblikovanja medijske agende prema valovima pandemije bolesti COVID-19

Rezultati ispitivanja triju skupina procesa koji mogu utjecati na kreiranje medijske agende prikazani su kako slijedi:

1. *Problems*, odnosno problemi koji stvaraju pritisak na sustav identificirani su u svim valovima pandemije. Prema broju članaka i postocima, u prvom valu pandemije zabilježen je 81 članak (81,8 %), u drugom valu 71 članak (95,9 %), u trećem valu 122 članka (98,4 %), u četvrtom valu 110 članaka (100 %), dok je u petom valu zabilježen 121 članak (98,4 %).
2. *Policies*, odnosno postupna akumulacija znanja i perspektiva među stručnjacima te generiranje prijedloga za djelovanje, najzastupljeniji su u prvom valu pandemije (26 članaka ili 26,3 %), a podjednako su prisutni u drugom i petom valu (po 17 članaka ili 23 %).
3. *Politics*, odnosno politički procesi koji uključuju promjene javnog mišljenja, političke kampanje, promjene u administraciji i zakonodavnim tijelima, prepoznati su uglavnom u prvom valu pandemije, u kojem su zabilježeni u 17 članaka (17,2 %), dok su u kasnijim valovima značajno manje zastupljeni.

Rezultati Hi-kvadrat testa u Tablici 16 pokazuju statistički značajne razlike ($p < 0,01$) u zastupljenosti sve tri skupine procesa koji mogu utjecati na oblikovanje medijske agende (*problems, policies* i *politics*) s obzirom na valove pandemije bolesti COVID-19. To potvrđuje da se dinamika medijskog izvještavanja mijenjala u različitim fazama pandemije.

Tablica 28. *Hi-kvadrat test i Bonferronijeva korekcija – tri skupine procesa koje mogu utjecati na medijsku agendu*

		Val
Problems – problemi koji stvaraju pritisak na sustav	Hi-kvadrat	50,726
	Stupnjevi slobode	4
	Značajnost	,000*
Policies – postupna akumulacija znanja i perspektiva među specijalistima u određenom području i generiranje stručnih prijedloga djelovanja	Hi-kvadrat	25,948
	Stupnjevi slobode	4
	Značajnost	,000*
	Hi-kvadrat	40,944

Politics — politički procesi poput promjene nacionalnog raspoloženja, hirovito javno mišljenja, promjene u administraciji i promjene u nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora, kampanja uoči izbora (nacionalni i lokalni)	Stupnjevi slobode	4
	Značajnost	,000*

* $p < 0,01$
Izvor: autorica

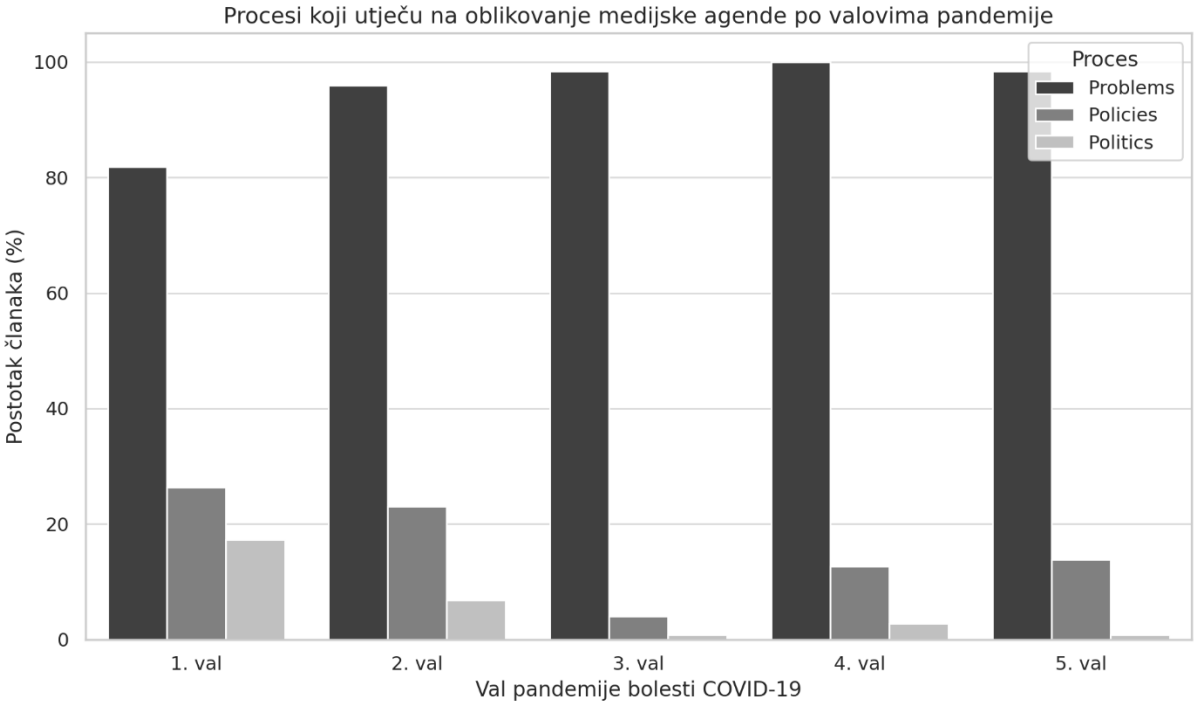
Kako bi se preciznije utvrdilo među kojim pandemijskim valovima postoje značajne razlike u zastupljenosti pojedinih skupina procesa koji mogu utjecati na oblikovanje medijske agende, provedena je Bonferronijeva korekcija za višestruke parne usporedbe ($\alpha = 0,0033$). Analiza je obuhvatila tri skupine procesa prema teoriji *agenda-settinga*: *problems* (problemi koji stvaraju pritisak na sustav), *policies* (akumulacija znanja i stručni prijedlozi za djelovanje) i *politics* (politički procesi, promjene i kampanje).

Rezultati Hi-kvadrat testova pokazali su statistički značajne razlike u sve tri kategorije s obzirom na valove pandemije ($p < 0,01$). Bonferronijeva korekcija dodatno je potvrdila da su razlike u zastupljenosti procesa *problems* i *politics* osobito izražene kroz usporedbe među gotovo svim valovima. To upućuje na snažnu dinamiku u načinu na koji su mediji u različitim fazama pandemije davali prioritet temama koje odražavaju izravne društvene i zdravstvene pritiske te političke reakcije.

Kod skupine *policies*, koja uključuje stručno utemeljene perspektive i prijedloge, razlike su bile manje izražene i u manjem broju parova statistički značajne nakon korekcije, što ukazuje na relativno ujednačenu, ali rjeđu prisutnost ove vrste sadržaja tijekom svih valova. Ovi nalazi potvrđuju da su mediji u različitim fazama pandemije selektivno naglašavali određene procese, pri čemu su najdosljednije naglašavani problemi neposredne prijetnje i političke dimenzije krize.

Grafikon 6 prikazuje zastupljenost triju procesa koji prema teoriji *agenda-settinga* mogu utjecati na oblikovanje medijske agende, promatrano po valovima pandemije bolesti COVID-19. Najveći postotak u svim valovima bilježe problemi koji stvaraju pritisak na sustav, dok su *policies* i *politics* zabilježeni u znatno manjem broju članaka, osobito u kasnijim fazama pandemije.

Grafikon 6. *Prikaz procesa koji utječu na oblikovanje medijske agende po valovima pandemije*



Izvor: autorica

Ovi rezultati potvrđuju osnovne postavke teorije *agenda-settinga*, prema kojoj mediji oblikuju percepciju javnosti ne samo izborom tema nego i načinom njihova predstavljanja. Dominacija kategorije „problemi koji stvaraju pritisak na sustav" kroz svih pet valova pandemije ukazuje na centralnu ulogu pandemije kao krizne teme u javnoj sferi. Istodobno, postupna akumulacija stručnih znanja i povremena prisutnost političkih procesa ilustriraju kako se medijska agenda gradi na temelju više razina utjecaja – od hitnih događaja do institucionalnih odgovora i političkih dinamika. Na taj način, analiza potvrđuje da je medijsko izvještavanje u hrvatskim elektroničkim publikacijama tijekom pandemije bilo usmjereno na strukturiranje prioriteta i značenja, u skladu s funkcijama koje *agenda-setting* teorija pripisuje medijima u suvremenom društvu.

9.6.2. Procesi koji utječu na oblikovanje medijske agende prema elektroničkim publikacijama

Analizom triju skupina procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende i mogućnosti djelovanja dobiveni su ovi rezultati:

Prva skupina procesa odnosi se na probleme koji stvaraju pritisak na sustav. Ova skupina procesa prepoznata je u svim promatranim elektroničkim publikacijama, a najviše na Index.hr (93 članka ili 97,9 %) i Jutarnji.hr (89 članaka ili 90,8 %).

Druga skupina procesa odnosi se na *policies,* odnosno postupnu akumulaciju znanja i perspektiva među specijalistima u određenom području te generiranje stručnih prijedloga djelovanja. Ova skupina procesa najčešće je zabilježena u člancima na Večernji.hr (34 članka ili 29,6 %) i 24sata.hr (15 članaka ili 12,8 %).

Treća skupina procesa odnosi se na *politics,* koja uključuje političke procese poput promjena nacionalnog raspoloženja, hirovitog javnog mišljenja, promjena u administraciji i promjena u nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora, kao i kampanje uoči izbora (nacionalnih ili lokalnih). Ovi procesi najviše su zabilježeni u člancima na Večernji.hr (16 članaka ili 13,9 %).

Jedan od primjera koji ilustrira pripadnost skupini *politics*, odnosno ukazuje na političke okolnosti uoči parlamentarnih izbora u Hrvatskoj u srpnju 2020. godine, nalazi se u komentaru pod naslovom *Komentar: Koliko god zaslužuje pohvale za puno toga, dozvolom procesije na Hvaru Stožer je na svoja leđa natovario težak križ upitne vjerodostojnosti* (Bajruši, 2020.). U tekstu autor kritički propituje odluku Nacionalnog stožera civilne zaštite da dopusti održavanje vjerske procesije na Hvaru, unatoč ranijoj odluci Hrvatske biskupske konferencije kojom su bile ukinute sve javne vjerske manifestacije, uključujući pučke pobožnosti.

Autor ističe kontrast između postupaka Stožera i mjera koje je poduzela Katolička crkva, uključujući i primjer pape Franje koji je, u skladu s epidemiološkom situacijom, održao molitvu *Urbi et orbi* pred praznim Trgom sv. Petra. Odluka Stožera da ipak dopusti lokalnu procesiju tumači se kao čin koji je narušio vjerodostojnost institucije, unatoč dotadašnjim pozitivnim ocjenama njezinog rada. Kroz ovaj komentar implicitno se ukazuje na mogući politički pritisak i kompromis u donošenju epidemioloških odluka u predizbornom razdoblju.

Primjer dinamike povezane s kategorijom *policies*, koja obuhvaća postupno oblikovanje stručnih stavova i preporuka na temelju znanja akumuliranog među ekspertima u određenom području, može se prepoznati u članku objavljenom na Večernji.hr pod naslovom *„ŽALOSNO I ŠTETNO": Pobuna znanstvenika protiv krivih pogleda na koronavirus: Što je u pozadini sukoba* (Vitas, 2020.).

U tekstu se opisuje javna rasprava među članovima Znanstvenog savjeta Vlade, koja se intenzivirala kroz objave na društvenim mrežama. Posebno se ističe polemika pokrenuta objavama prof. dr. sc. Gordana Lauca na Facebooku, koje su izazvale reakcije i neslaganja drugih znanstvenika – prof. dr. sc. Igora Rudana i prof. dr. sc. Igora Štagljara – koji su u svojim

javnim istupima kritizirali Laucove stavove o strategijama borbe protiv pandemije. Rasprava se primarno odnosila na pitanje opravdanosti uvođenja strogih mjera poput *lockdowna* te na procjene o razmjerima zaraze i smrtnosti. Ovaj slučaj ilustrira kako se stručna neslaganja i različite interpretacije znanstvenih podataka mogu reflektirati u javnom prostoru te utjecati na oblikovanje konkretnih prijedloga javnozdravstvenih politika.

Ova medijska objava ilustrira kako znanstveni sukobi i razmjena stručnih mišljenja postaju relevantna tema u medijskom prostoru, čime struka aktivno sudjeluje u oblikovanju javne i medijske agende. Različiti stavovi unutar znanstvene zajednice, osobito u vezi s mjerama poput *lockdowna*, upućuju na važnu ulogu tzv. *policy* procesa u oblikovanju medijske agende – riječ je o situacijama kada se znanstvena znanja i preporuke stručnjaka postupno uključuju u javne rasprave i medijsko izvještavanje.

U Tablici 29 prikazane su tri skupine procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende i mogućnosti djelovanja u kontekstu promatranih medija.

Tablica 29. *Tri skupine procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende u kontekstu promatranih medija*

		Naziv medija											
		Index.hr		Jutarnji.hr		Net.hr		Večernji.hr		Narod.hr		24sata.hr	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Problems – problemi koji stvaraju pritisak na sustav	Da	93	97,9	89	90,8	45	100	112	97,4	61	98,4	107	91,5
	Ne	2	2,1	9	9,2	0	0,0	3	2,6	1	1,6	10	8,5
	Ukupno	95	100	98	100	45	100	115	100	62	100	117	100
Policies – postupna akumulacije znanja i perspektiva među specijalistima	Da	8	8,4	15	15,3	1	2,2	34	29,6	6	9,7	15	12,8
	Ne	87	91,6	83	84,7	44	97,8	81	70,4	56	90,3	102	87,2
	Ukupno	95	100	98	100	45	100	115	100	62	100	117	100
Politics – politički procesi	Da	1	1,1	4	4,1	0	0,0	16	13,9	3	4,8	3	2,6
	Ne	94	98,9	94	95,9	45	100	99	86,1	59	95,2	114	97,4
	Ukupno	95	100	98	100	45	100	115	100	62	100	117	100

Izvor: autorica

Rezultati Hi-kvadrat testa pokazuju da su razlike među medijima statistički značajne u skupinama *policies* (p = 0,000) i *politics* (p = 0,000), dok u skupini *problems* (p = 0,014) razlika nije statistički značajna na razini od p < 0,01. Ovi rezultati upućuju na to da mediji različito pristupaju oblikovanju agende kada je riječ o procesima stručnog prijedloga djelovanja i političkog odlučivanja, dok se izvještavanje o problemima koji stvaraju pritisak na sustav (poput same pandemije) pokazuje konzistentnijim među analiziranim medijima.

Tablica 30: *Hi-kvadrat test – Tri skupine procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende s obzirom na promatrane medije*

Problems — problemi koji rade pritisak na sustav	Hi-kvadrat	14,356
	Stupnjevi slobode	5
	Značajnost	,014
Policies — postupna akumulacija znanja i perspektiva među specijalistima u određenom području i generiranje stručnih prijedloga djelovanja	Hi-kvadrat	30,183
	Stupnjevi slobode	5
	Značajnost	,000*
Politics — politički procesi poput promjene nacionalnog raspoloženja, hirovito javno mišljenje, promjene u administraciji i promjene u nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora, kampanja uoči izbora (nacionalni i lokalni)	Hi-kvadrat	25,981
	Stupnjevi slobode	5
	Značajnost	,000*

*p < 0.01
Izvor: autorica

Kako bi se dodatno provjerila robusnost razlika među vrstama medija u prikazu triju skupina procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende (*problems*, *policies*, *politics*), provedena je Bonferroni korekcija za višestruko testiranje. Izvorne p-vrijednosti dobivene Hi-kvadrat testom iznosile su: 0,014 za skupinu *problems* te 0,000 za skupine *policies* i *politics*. Nakon primjene Bonferroni korekcije, sve tri skupine zadržale su statističku značajnost na razini od p < 0,05. Konkretno, korigirana p-vrijednost za skupinu *problems* iznosi 0,042, dok su za *policies* i *politics* i dalje < 0,001. To znači da i nakon korekcije zbog više usporedbi, razlike u distribuciji ovih procesa među različitim medijima ostaju značajne. Kako bi se dodatno

preciziralo među kojim je medijima razlika najizraženija, provedeni su dodatni Hi-kvadrat testovi za sve moguće parove medija unutar svake skupine procesa. Nakon primjene Bonferroni korekcije na sve parne usporedbe, značajna razlika utvrđena je isključivo unutar skupine *policies* – i to između ovih parova medija:

- Index.hr i Večernji.hr
- Net.hr i Večernji.hr.

Ovi nalazi upućuju na to da Večernji.hr statistički značajno više izvještava o procesima koji uključuju akumulaciju znanja i formulaciju stručnih prijedloga (*policies*) u odnosu na Index.hr i Net.hr. Takva razlika sugerira da se Večernji.hr češće oslanja na stručne izvore i znanstvenu argumentaciju u kontekstu oblikovanja medijske agende, dok Index.hr i Net.hr te sadržaje objavljuju u manjoj mjeri.

Za preostale dvije skupine – *problems* i *politics* – iako su ukupne razlike među medijima bile statistički značajne u globalnoj analizi, Bonferroni korekcija nije identificirala nijedan par medija između kojih bi razlika ostala značajna. To upućuje na nešto ujednačeniji pristup u izvještavanju o neposrednim problemima i političkim procesima.

Ovi rezultati potvrđuju da vrsta medija ima statistički značajan utjecaj na učestalost prikazivanja sva tri promatrana procesa, pri čemu su razlike posebno izražene u skupinama koje uključuju stručne (*policies*) i političke (*politics*) dinamike, dok je razlika u prikazivanju problema (*problems*) nešto manje izražena, ali ipak ostaje značajna.

Zaključno, analiza triju skupina procesa koji mogu utjecati na oblikovanje medijske agende pokazuje da je pandemija bolesti COVID-19 dominantno bila interpretirana kao ozbiljan društveni problem koji zahtijeva sustavnu pozornost. Problemi koji stvaraju pritisak na sustav identificirani su u svim promatranim medijima, što potvrđuje visok stupanj konsenzusa o važnosti pandemije kao teme od javnog interesa. *Policies*, odnosno akumulacija stručnog znanja i prijedloga, najizraženiji su u medijima koji naglašavaju znanstvene i stručne perspektive, dok su *politics*, odnosno politički procesi, prepoznati u manjoj mjeri, ali prisutni osobito u kontekstu predizbornih događanja.

Ovi rezultati potvrđuju da mediji nisu samo pasivno izvještavali o pandemiji, nego su aktivno sudjelovali u oblikovanju javne agende, čime dodatno podupiru tezu rada o važnoj ulozi medija u strukturiranju društvenih prioriteta tijekom krize.

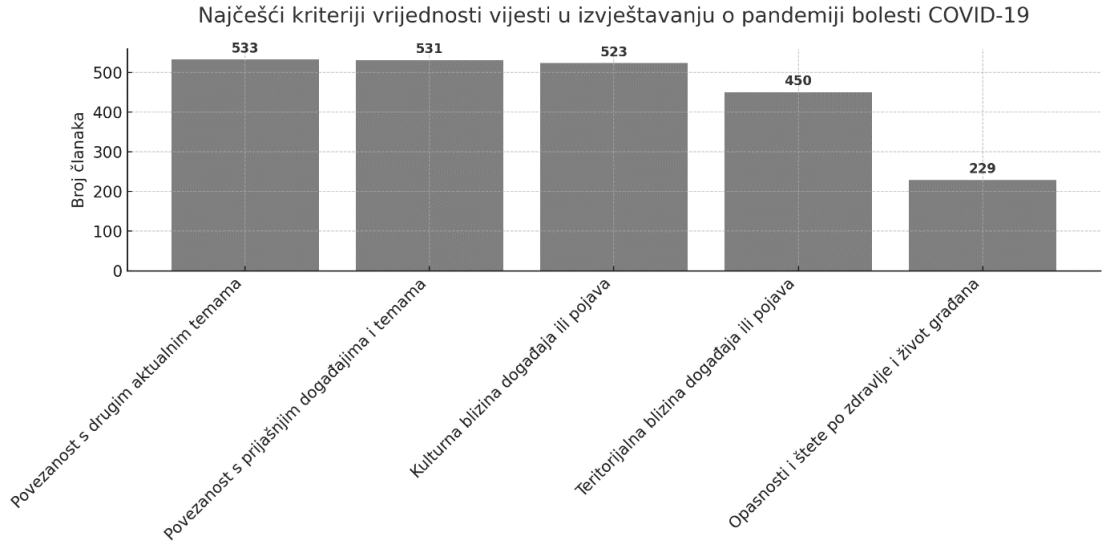
9.7. Ispitivanje kriterija vrijednosti vijesti u medijskom izvještavanju o pandemiji

U ovom je istraživanju teorija vrijednosti vijesti ispitana s pomoću 15 kriterija koji u znanstvenoj literaturi definiraju što čini neku vijest relevantnom i vrijednom medijske pozornosti. Rezultati analize pokazuju da su u najvećem broju članaka prisutni kriteriji povezanosti s drugim aktualnim temama (529 članaka ili 18,25 %), povezanost s prijašnjim događajima i temama (528 članaka ili 18,21 %), kulturna blizina (517 članaka ili 17,84 %) i teritorijalna blizina događaja ili pojava (446 članaka ili 15,39 %).

Visoka prisutnost ovih kriterija ukazuje na to da su mediji tijekom pandemije bolesti COVID-19 težili učvršćivanju konteksta i kontinuiteta narativa, povezujući nove informacije s već postojećim znanjem i bliskim kulturnim ili geografskim okvirom publike. Naglašavanje opasnosti i šteta po zdravlje i život građana potvrđeno je u 228 članaka (7,86 %), što dodatno potvrđuje tendenciju usmjeravanja pozornosti na prijetnje i potencijalne posljedice pandemije.

Grafikon 7 prikazuje pet kriterija vrijednosti vijesti koji su najčešće bili prisutni u analiziranim člancima. Povezanost s drugim aktualnim temama i prijašnjim događajima bila je gotovo jednako zastupljena, dok su kulturna i teritorijalna blizina također imali visoku prisutnost. Ovi rezultati ukazuju na to da su se mediji najviše oslanjali na aktualnost, kontekstualizaciju i bliskost s publikom pri odabiru i oblikovanju vijesti.

Grafikon 7. *Najčešći kriteriji vrijednosti vijesti u izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19*



Izvor: autorica

9.7.1. Informacijska vrijednost vijesti o pandemiji: Analiza prema čimbenicima Galtunga i Ruge

U okviru ispitivanja teorije vrijednosti vijesti, analizirana je informacijska vrijednost vijesti primjenom dvanaest čimbenika vijesti koje su definirali Galtung i Ruge (1965.). U Tablici 31 prikazani su rezultati prema kojima su u analiziranim člancima najčešće potvrđeni ovi kriteriji: frekvencija, jednoznačnost, važnost, kontinuitet, prag pozornosti, suglasnost, personalizacija i negativizam. U manjem postotku potvrđeni su čimbenici kao što su: odnos prema elitnim osobama, odnos prema elitnim nacijama te varijacija.

Tablica 31. *Prikaz kriterija ili „čimbenika vijesti" prema Galtungu i Ruge (1965.) u promatranim člancima*

Sadržava li tekst članka odnosno njegova glavna tema kriterije ili ove „čimbenike vijesti" prema Galtungu i Ruge (1965.)?	N	%
Frekvencija	530	21,17%
Jednoznačnost	378	15,10%
Važnost	300	11,98%
Čimbenik praga pozornosti	232	9,26%
Kontinuitet	242	9,66%
Suglasnost	204	8,15%
Personalizacija	189	7,55%
Iznenađenje	149	9,95%
Negativizam	140	5,59%
Odnos prema elitnim osobama	56	2,23%
Varijacija ili uravnoteženost sadržaja	48	1,91%
Odnos prema elitnim nacijama	35	1,39%
Ukupno	2503	100%

Izvor: autorica

Rezultati pokazuju da su u analiziranim člancima najčešće zastupljeni čimbenici vijesti koji se odnose na vremensku učestalost događaja (frekvencija), jednoznačnost i važnost teme, dok su najmanje prisutni čimbenici vezani uz odnos prema elitnim osobama i nacijama te

varijaciju sadržaja. Ovakav obrazac upućuje na naglašeno praćenje jasnih i aktualnih tema koje imaju neposredan značaj za publiku.

Schulz (1982.) je klasificirao 18 čimbenika vijesti u šest dimenzija koje su analizirane u okviru ovog istraživanja. Rezultati pokazuju ovo: najzastupljenija je dimenzija blizine (517 članaka ili 23,06 %), potom status (509 članaka ili 22,70 %), vrijeme (500 članaka ili 22,30 %), dinamika (440 članaka ili 19,65 %), vrijednosna orijentacija (385 članaka ili 17,17 %) te identifikacija (331 članak ili 14,76 %). Rezultati su prikazani u Tablici 32**.**

Tablica 32. *Prikaz šest dimenzija vijesti prema Schulzu (1982.)*

Sadržava li članak, odnosno njegova glavna tema, ključne čimbenike vijesti prema Schulzu (1982.)?	N	%
Blizina	517	23,06
Status	509	22,70
Vrijeme	500	22,30
Dinamika	440	19,65
Vrijednosna orijentacija	385	17,17
Identifikacija	331	14,76
Ukupno	2242	100

Izvor: autorica

Rezultati analize šest dimenzija vijesti prema klasifikaciji Schulza potvrđuju osnovnu tezu ovog rada – da medijsko izvještavanje o pandemiji bolesti COVID-19 nije bilo slučajno, nego oblikovano prema poznatim novinarskim kriterijima i logici važnosti informacija. Najzastupljenija dimenzija bila je blizina, što pokazuje da su se mediji najviše usmjeravali na teme koje su bile geografski ili kulturno bliske čitateljima. Slijede status i vrijeme, što znači da su vijesti često uključivale utjecajne osobe i obrađivale aktualne i hitne teme.

Takav način izvještavanja odražava važnu ulogu medija u vrijeme krize – ne samo da prenose informacije nego i usmjeravaju publiku kako bi razumjela događaje. Činjenica da su često bile prisutne i dimenzije vrijednosne orijentacije i identifikacije dodatno pokazuje da mediji nisu bili neutralni, nego su često izražavali stavove i omogućili čitateljima da se emocionalno povežu s temom.

Ukratko, hrvatske elektroničke publikacije tijekom pandemije koristile su uobičajene novinarske kriterije, ali su u isto vrijeme oblikovali javnu percepciju rizika i krize, što je u skladu s teorijskim okvirima o društvu rizika i kriznom komuniciranju.

9.7.2. Ispitivanje teorije pristranosti vijesti (news bias)

U okviru ispitivanja teorije pristranosti vijesti, analizirano je prisustvo obrazaca koji mogu ukazivati na uređivačku pristranost u odabiru izvora i u oblikovanju sadržaja vijesti. Najveći broj potvrđujućih odgovora zabilježen je u potkategoriji Citira li autor članka ili koristi u razgovoru oportun(e) svjedok(e) čije su izjave u skladu s uređivačkom politikom ili orijentacijom komentara?, s ukupno 12 potvrda, što čini 2,3 % analiziranih članaka.

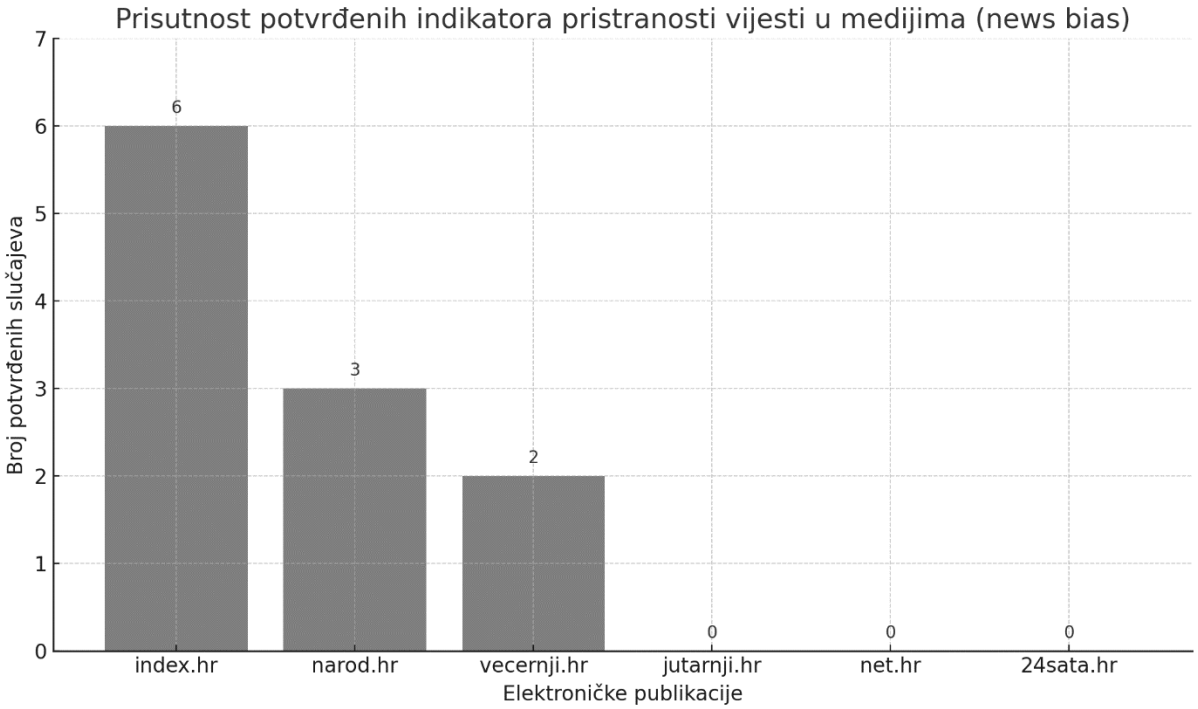
U ostalim potkategorijama pojavnost potvrđujućih odgovora bila je manja od 1 %, što upućuje na ograničenu prisutnost otvorene pristranosti u analiziranom uzorku članaka. Zanimljivo je da su svi potvrđeni slučajevi zabilježeni isključivo u prvom valu pandemije, što može ukazivati na veću potrebu za oblikovanjem javnog mišljenja u ranim, nesigurnim fazama zdravstvene krize.

Prema prikazu u tablici, najviše takvih primjera zabilježeno je na Index.hr (6 članaka ili 6,3 %), potom na Narod.hr (3 članka ili 4,8 %) te na Večernji.hr (2 članka ili 1,7 %). Na ostalim elektroničkim publikacijama (Jutarnji.hr, Net.hr, 24sata.hr) nije zabilježena značajnija prisutnost ovog oblika pristranosti. Svi primjeri su zabilježeni u prvom valu pandemije.

Ovi rezultati sugeriraju da su neki mediji, u ranoj fazi pandemije, potencijalno koristili selektivno odabrane izvore kako bi podržali određeni ton izvještavanja ili političku orijentaciju. To je osobito važno u kontekstu pandemije, budući da je povjerenje u medije i percepcija njihove nepristranosti bila ključna za prihvaćanje javnozdravstvenih mjera. Iako se čini da pristranost nije bila učestala i sustavna u analiziranom uzorku, njezina prisutnost u kritičnim trenucima ukazuje na potrebu za dodatnim istraživanjem utjecaja uredničkih odluka na oblikovanje medijske stvarnosti tijekom krize.

Prikazani Grafikon 8 vizualizira prisutnost potvrđenih indikatora pristranosti vijesti (*news bias*) prema elektroničkim publikacijama. Ovi rezultati upućuju na to da je pojava pristranosti vijesti bila ograničena i sporadična u analiziranom uzorku, ali prisutna u pojedinim medijskim diskursima, što može biti relevantno za analizu narativa tijekom pandemije.

Grafikon 8. *Prisutnost potvrđenih indikatora pristranosti vijesti u medijima (*news-bias*)*



Izvor: autorica

10. ZAKLJUČNA RASPRAVA

Ovo poglavlje donosi zaključnu raspravu temeljenu na rezultatima istraživanja. U završnoj fazi rada analizira se u kojoj je mjeri ovim istraživanjem ispunjen glavni cilj i pripadajući specifični ciljevi. Glavni cilj bio je utvrditi najčešće korištene okvire koje su medijski djelatnici primjenjivali u izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19, odnosno identificirati obrasce medijskog uokvirivanja kroz interpretaciju sadržaja elektroničkih publikacija. Istraživanje je obuhvatilo: (1) analizu interpretativnih okvira, (2) analizu tema, aktera i izvora, (3) usporedbu uokvirivanja među različitim valovima pandemije i elektroničkim publikacijama, te (4) ispitivanje povezanosti između određenih društvenih i političkih procesa (poput izbora, turističke sezone ili stručnog znanja) i promjena u obrascima izvještavanja. Poseban fokus stavljen je na utvrđivanje prisutnosti okvira klasificiranih prema Valkenburg, Semetko i De Vreese (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999; Semetko i Valkenburg, 2000.), uključujući okvire odgovornosti, ekonomskih posljedica, morala, sukoba i ljudskog interesa.

Tijekom istraživanja odgovoreno je i na sve postavljene specifične ciljeve, što uključuje: analizu dominantnih tema u prilozima o pandemiji, identifikaciju vrijednosnih sudova autora članaka i glavnih aktera, usporedbu interpretativnih okvira među elektroničkim publikacijama i tijekom različitih valova pandemije, kao i analizu sudionika i izvora prisutnih u medijskom diskursu. Dodatno, istražene su poveznice između promjena u medijskim okvirima i različitih procesa u društvenom, političkom i zdravstvenom kontekstu. Kroz usporedbu interpretativnih okvira, tematskih fokusa, izvora informacija i izraženih vrijednosnih sudova, rasprava povezuje nalaze s relevantnim teorijskim okvirima iz područja sociologije. Ujedno se razmatraju teorijske i praktične implikacije rezultata, ističu ograničenja istraživanja te nude smjernice za buduće radove. Zaključno se sintetizira doprinos ovog rada razumijevanju medijskog uokvirivanja kriza u suvremenom društvu.

Usporedba s prethodnim međunarodnim i hrvatskim istraživanjima dodatno pojačava vrijednost nalaza. Primjerice, studije Okorieja (2022.) te Ogboda i suradnika (2020.) ukazale su na čestu primjenu okvira sukoba i odgovornosti u globalnim medijima, što djelomično korespondira s nalazima ovog istraživanja, budući da okvir sukoba nije bio među dominantnima. Slične uvide pruža i komparativna analiza Teschendorf (2024.), koja je pokazala da su mediji u Njemačkoj, Sjedinjenim Američkim Državama i Ujedinjenom Kraljevstvu također koristili okvire odgovornosti i ljudskog interesa, pri čemu su se razlikovali u intenzitetu kritike i izraženosti emocionalnog tona.

Za razliku od istraživanja u kontekstu SAD-a (Motta, Stecula i Farhart, 2020.; Hart, Chinn i Soroka, 2020.), gdje je utvrđena visoka razina politizacije i polarizacije izvještavanja, rezultati analize hrvatskih elektroničkih publikacija pokazuju nižu razinu politizacije, uz naglasak na zdravstvene i institucionalne izvore. Istraživanje Hayek (2024.) o učinku vladinih konferencija za medije u pet europskih zemalja također je pokazalo varijacije u novinarskom odgovoru na službene poruke, dok rezultati ovog rada potvrđuju izraženu prisutnost službenih izvora i njihove percepcije zdravstvenog rizika u hrvatskim publikacijama.

U kontekstu „infodemije", nalazi Pennycooka i suradnika (2020.) ukazali su na brzu i široku distribuciju dezinformacija putem društvenih mreža. Iako istraživanje provedeno u okviru ovog doktorskog rada nije obuhvatilo društvene mreže, ono potvrđuje važnost točnih i provjerenih informacija, osobito u kontekstu odgovornog novinarskog izvještavanja, na što upozorava i Lesinger (2021.) u hrvatskom kontekstu. U skladu s tim, rezultati istraživanja provedenog za potrebe ove disertacije upućuju na nisku razinu sustavne pristranosti i prisutnosti dezinformacija u hrvatskim elektroničkim publikacijama.

Konačno, hrvatska istraživanja (Tkalec i Kocijan, 2021.; Marasović Šušnjara i Vejić, 2021.; Holy, 2021.) pokazala su prisutnost okvira ljudskog interesa, odgovornosti i senzacionalističkih elemenata u izvještavanju, što je u pogledu dominantnih interpretativnih okvira uglavnom potvrđeno i ovim istraživanjem. Iako senzacionalistički elementi nisu bili izravno u fokusu ovog rada, uočene su razlike među elektroničkim publikacijama u pristupu temama i načinu izražavanja vrijednosnih sudova, što može upućivati na njihove tragove.

Time se dodatno potvrđuje da su rezultati ovog rada u skladu s prethodnim istraživanjima, ali istodobno nadopunjuju postojeće spoznaje o specifičnostima hrvatskog medijskog prostora tijekom pandemije.

Slijedi detaljna rasprava o rezultatima istraživanja u odnosu na teorijski okvir.

10.1. Teorijski kontekst i pregled glavnih nalaza istraživanja

U ovom poglavlju završne rasprave sintetiziraju se rezultati provedenog istraživanja te se povezuju s teorijskim okvirima izloženim u prethodnim poglavljima. U istraživanju utvrđivani su medijski narativi o pandemiji bolesti COVID-19 kvantitativnom analizom sadržaja u 532 članka objavljena od veljače 2020. do veljače 2022. godine na šest hrvatskih elektroničkih publikacija: Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, Index.hr, Narod.hr i Net.hr. Cilj istraživanja bio je ispitati teme koje dominiraju u izvještavanju, vrijednosne sudove izražene prema pojedinim akterima i događajima, razlike u interpretativnim okvirima među

elektroničkim publikacijama i tijekom različitih pandemijskih valova te utvrditi sudionike i procese povezane s promjenama u uokvirivanju vijesti.

Teorijski okvir rada temelji se na teoriji okvira (*framing*), teoriji dnevnoga reda (*agenda-setting*), teoriji pristranosti vijesti (*news bias*), teoriji medijske konstrukcije stvarnosti i teoriji društva rizika Ulricha Becka. Primijenjena je analitička matrica od 36 kategorija. Analizom je ispitivano prisustvo interpretativnih okvira prema Valkenburg, Semetko i De Vreese (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.), koja uključuje okvire odgovornosti, ekonomskih posljedica, morala, sukoba i ljudskog interesa. Analiza je potvrdila prisutnost interpretativnih okvira definiranih prema klasifikaciji Valkenburg, Semetko i De Vreesea, čime se pruža doprinos razumijevanju načina na koji su odabrane elektroničke publikacije oblikovale javnu percepciju pandemije u Hrvatskoj.

10.1.1. Dominantne teme medijskom izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19

Prvi specifični cilj istraživanja bio je analiza tema koje prevladavaju u prilozima o pandemiji bolesti COVID-19. Rezultati pokazuju da u objavljenim člancima najčešće dominiraju ove teme: državne mjere (22,0 %), broj zaraženih i umrlih (19,3 %), cijepljenje (14,4 %) te *lockdown*, izolacija i karantena (11,3 %).

Na elektroničkim publiakcijama Index.hr, Jutarnji.hr, Večernji.hr i 24sata.hr najčešće su obrađivane teme državnih mjera i broja zaraženih i umrlih, dok su na Net.hr najistaknutije bile teme *lockdowna* i izolacije. Na Narod.hr među dominantnim temama istaknulo se cijepljenje, uz značajnu prisutnost tema vezanih uz državne mjere.

Navedeni podaci ukazuju na usmjerenost medijskog izvještavanja na institucionalne odgovore na pandemiju i razvoj zdravstvene situacije tijekom promatranog razdoblja.

Analiza sadržaja elektroničkih publikacija s obzirom na valove pandemije bolesti COVID-19 pokazala je određene promjene u tematskom fokusu tijekom vremena. U prvom valu pandemije najzastupljenije su bile teme vezane uz državne mjere, *lockdown*, izolaciju i karantenu te nošenje maski, uz izvještavanje o broju zaraženih i umrlih. Drugi val obilježen je naglaskom na državne mjere, cijepljenje, *lockdown* i gospodarsku situaciju. Tijekom trećeg vala najdominantnije teme bile su cijepljenje, državne mjere i broj zaraženih i umrlih. U četvrtom valu najčešće su obrađivane teme cijepljenja, COVID potvrda, državnih mjera i *lockdowna*, dok su u petom valu dominirale teme cijepljenja, kućnih testova, COVID potvrda te pandemije i njezina utjecaja na životinje. Rezultati ukazuju na to da su elektroničke publikacije u početnim fazama pandemije bile primarno usmjerene na institucionalne odgovore i restriktivne mjere,

dok se u kasnijim valovima fokus pomicao prema temama cijepljenja, epidemioloških potvrda i specifičnih aspekata svakodnevnog života pod utjecajem pandemije.

10.1.2. Vrijednosni sudovi autora i aktera u medijskom izvještavanju o pandemiji

Drugi poseban cilj ovog istraživanja bio je analiza vrijednosnih sudova prema pojedinim temama, događajima, pojavama i akterima. U provedenom istraživanju učestalo pojavljivanje iznošenja vrijednosnog suda autora članaka u medijskim objavama nije zabilježeno, osim kada je riječ o deskriptivnom prikazu prema glavnoj temi (72,1 %) i prema glavnom akteru (92,0 %). Analiza je pokazala da je negativan vrijednosni sud glavnog aktera prema glavnoj temi prisutan u 52,2 % slučajeva u kojima glavni akter iznosi vrijednosni sud. Najveći broj vrijednosnih sudova zabilježen je pri naglašavanju ozbiljnosti situacije s pandemijom, i to od autora članaka (u 18 članaka) te glavnog aktera (u 21 članku). Nadalje, pozitivni vrijednosni sudovi glavnih aktera najčešće su se odnosili na zdravstveni aspekt pandemije (41 članak) i na cijepljenje (36 članaka). Kod negativnih vrijednosnih sudova najveći broj zabilježen je pri negativnom ocjenjivanju zdravstvenog aspekta pandemije ili zdravstvenih stručnjaka (115 članaka), potom pri negativnom vrednovanju ekonomskog aspekta pandemije ili ekonomskih stručnjaka (17 članaka) te pri negativnom sudu o političkom aspektu pandemije ili političarima (16 članaka).

Analiza vrijednosnih sudova prema elektroničkim publikacijama pokazala je različitu učestalost izražavanja vrijednosnih stavova autora članaka i glavnih aktera.

Vrijednosni sudovi autora članaka najčešće su zabilježeni u elektroničkoj publikaciji Index.hr (33,0 % članaka) i 24sata.hr (19,7 %), dok su u publikacijama poput Jutarnji.hr (0,0 %) i Narod.hr (4,1 %) bili iznimno rijetki. Negativni vrijednosni sudovi autora usmjereni prema glavnim akterima najčešće su se pojavljivali u Index.hr (14,9 %) i 24sata.hr (11,2 %).

S druge strane, glavni akteri znatno su češće izražavali negativne vrijednosne sudove. Udio članaka s negativnim sudovima glavnih aktera prema glavnoj temi bio je najviši u elektroničkim publikacijama 24sata.hr (58,8 %), Net.hr (57,5 %) i Jutarnji.hr (56,6 %). Ovi rezultati ukazuju na tendenciju elektroničkih publikacija da relativno rijetko iznose vlastite vrijednosne stavove kroz autore članaka, dok se veća učestalost vrijednosnog sudovanja pripisuje izjavama glavnih aktera prisutnih u objavljenim sadržajima.

Analiza vrijednosnih sudova prema valovima pandemije bolesti COVID-19 pokazala je određene obrasce u izražavanju stavova autora članaka i glavnih aktera. Tijekom prvog vala pandemije, autori članaka izražavali su negativan vrijednosni sud prema glavnoj temi u 33,3

% članaka, dok su pozitivni sudovi u vidu naglašavanja ozbiljnosti pandemije bili prisutni u 26,7 % članaka. Istodobno, glavni akteri su negativan sud prema glavnoj temi iznosili u 50,0 % članaka, a pozitivan sud o ozbiljnosti pandemije u 73,3 % članaka. U drugom valu pandemije zabilježen je porast negativnih vrijednosnih sudova autora (40,3 %) i izraženo naglašavanje ozbiljnosti pandemije (71,4 %), dok su glavni akteri u 56,6 % članaka izražavali negativne sudove, a u 28,6 % pozitivne sudove o ozbiljnosti situacije. Treći val pandemije obilježen je stopostotnim pozitivnim izražavanjem ozbiljnosti pandemije kod autora članaka, uz istodobno visoku učestalost negativnih sudova glavnih aktera (57,5 %) prema glavnoj temi. Tijekom četvrtog vala negativni vrijednosni sudovi autora smanjili su se (19,2 %), dok su pozitivni sudovi o ozbiljnosti pandemije bili izraženi u 40,0 % članaka. Glavni akteri u tom su razdoblju u 50,5 % članaka izražavali negativne vrijednosne sudove te u 60,0 % pozitivne sudove o ozbiljnosti pandemije. U petom valu pandemije zabilježen je najmanji udio negativnih sudova autora članka (19,3 %), uz 66,7 % pozitivnih sudova o ozbiljnosti pandemije, dok su glavni akteri negativne vrijednosne sudove izražavali u 46,5 %, a pozitivne sudove o ozbiljnosti pandemije u 33,3 % članaka. Ovi rezultati ukazuju na promjene u pristupu izvještavanju i vrednovanju pandemijske situacije, pri čemu su glavni akteri tijekom svih valova češće izražavali negativne sudove prema glavnim temama, dok su autori članaka u većoj mjeri tijekom trećeg i petog vala izražavali pozitivne stavove o ozbiljnosti pandemije.

10.1.3. Dominantni interpretativni i metaokviri u medijskom izvještavanju o pandemiji

U ovom potpoglavlju potvrđuje se da su rezultati istraživanja ispunili treći i četvrti specifični cilj, koji se odnose na analizu razlika u interpretativnim okvirima među elektroničkim publikacijama te kroz različita vremenska razdoblja, odnosno pandemijske valove. Rezultati su pokazali da su dominantni interpretativni okviri identificirani u analiziranim medijskim objavama o pandemiji bolesti COVID-19 u razdoblju od veljače 2020. do veljače 2022. godine bili okvir ljudskog interesa (164 članka ili 31,1 %) i okvir odgovornosti (128 članaka ili 24,2 %). Što se tiče okvira ljudskog interesa, najveći broj članaka odnosio se na naglašavanje načina na koji tema ili problem utječe na pojedince ili grupe (118 članaka ili 72 %). U slučaju okvira odgovornosti, najveći udio odnosi se na sugeriranje u članku da određena razina državne vlasti ima mogućnost ili sposobnost ublažavanja problema (28,1 %) i na sugeriranje rješenja za problem ili temu (27,3 %). Okvir sukoba zabilježen je u 115 članaka, što čini 21,82 %, pri čemu je u 76 članaka (66,1 %) primijećen odgovor da se članak odnosi na dvije ili više stranaka u nekom problemu ili temi. Okvir morala zabilježen je u 111 članaka (21,06

%), s time da 75 članaka (67,6 %) nudi društvene upute ili preporuke o ponašanju. Ekonomski okvir zabilježen je u 9 članaka (1,70 %), od čega se u 5 članaka (55,6 %) u tekstovima spominju financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti.

Rezultati istraživanja pokazali su da su medijski djelatnici u svim analiziranim elektroničkim publikacijama dominantno koristili okvir ljudskog interesa: na Index.hr u 24 članka, Jutarnji.hr u 38 članaka, Net.hr u 17 članaka, Večernji.hr u 35 članaka te 24sata.hr također u 35 članaka. Iznimka je elektronička publikacija Narod.hr, na kojoj je najčešće korišten okvir morala (17 članaka).

U prvom valu pandemije bolesti COVID-19 u analiziranim medijskim objavama dominirao je okvir sukoba, s najvećim brojem potvrdnih odgovora na pitanje odnosi li se članak na dvije ili više strane nekog problema ili teme. U drugom valu pandemije najzastupljeniji je bio okvir odgovornosti, pri čemu su članci najčešće sugerirali rješenja za problem ili temu. Tijekom trećeg vala pandemije najčešće je korišten okvir ljudskog interesa, s naglaskom na utjecaj teme ili problema na pojedince ili grupe. U četvrtom valu pandemije ponovno je dominirao okvir odgovornosti, s najvećim udjelom članaka koji sugeriraju da neka razina državne vlasti može ublažiti problem. U posljednjem, petom promatranom valu pandemije, dominantan je bio okvir ljudskog interesa, pri čemu je najveći broj potvrdnih odgovora upućivao na naglašavanje utjecaja teme ili problema na pojedince ili grupe.

Metaokvir koji su medijski djelatnici najčešće koristili odnosio se na teoriju vrijednosti vijesti, posebno na nametnutost rizika od strane dominantnih društvenih skupina i insceniranje atmosfere stalnog straha (517 članaka ili 33,33 %). Slijedili su metaokviri brige za zdravlje nacije i opstanka čovječanstva (374 članka ili 24,11 %), panike i straha od nepoznatog (279 članaka ili 17,98 %), medijskog spektakla dramatiziranjem rizika radi povećanja broja klikova i zarade (95 članaka ili 6,12 %), brige za gospodarsku situaciju (79 članaka ili 5,09 %) te politizacije pandemije u svrhu stjecanja političkih bodova (51 članak ili 3,2 %).

10.1.4. Glavni izvori informacija i njihova distribucija prema valovima i publikacijama

Peti cilj istraživanja ispunjen je analizom glavnih aktera i izvora koji su sudjelovali u oblikovanju interpretativnih okvira, kao i utvrđivanjem razlika među njima s obzirom na elektroničke publikacije i pandemijske valove kao referentne točke. Pri analizi glavnog aktera ili izvora u članku utvrđeno je da su najčešće navedeni službeni izvori (12,5 %), strani znanstvenici (12,5 %), liječnici (11,9 %) te osobe iz javnog društvenog života (11,9 %). Na elektroničkoj publikaciji Index.hr najčešće se kao glavni akteri ili izvori u člancima pojavljuju

službeni izvori (17 članaka ili 26,6 %), strani znanstvenici (10 članaka ili 15,6 %) te osobe iz društvenog javnog života (6 članaka ili 9,4 %).

Na elektroničkoj publikaciji Jutarnji.hr najzastupljeniji su strani znanstvenici (15 članaka ili 22,4 %), dok neslužbeni/neimenovani izvori i liječnici podjednako sudjeluju u 7 članaka (10,4 %). Osobe iz društvenog javnog života zabilježene su u 5 članaka (7,5 %).

Na elektroničkoj publikaciji Net.hr najčešće su korišteni glavni akteri strani znanstvenici (7 članaka ili 25 %), liječnici (6 članaka ili 21,4 %) te službeni i neslužbeni/neimenovani izvori (svaki po 4 članka ili 14,3 %).

U analiziranim prilozima na elektroničkoj publikaciji Večernji.hr najzastupljeniji su službeni izvori (14 članaka ili 15,7 %), strani znanstvenici (11 članaka ili 12,4 %), te liječnici i osobe iz društvenog javnog života, svaki sa 9 članaka (10,1 %).

Na elektroničkoj publikaciji Narod.hr najčešći glavni akteri ili izvori u člancima su liječnici (12 članaka ili 27,9 %) i hrvatski znanstvenici (9 članaka ili 20,9 %).

Na elektroničkoj publikaciji 24sata.hr najčešće se pojavljuju osobe iz društvenog javnog života (20 članaka ili 23,3 %), građani (15 članaka ili 17,4 %), neslužbeni/neimenovani izvori (10 članaka ili 11,6 %) te liječnici (8 članaka ili 9,3 %).

Analiza glavnih aktera ili izvora u elektroničkim publikacijama prema valovima pandemije bolesti COVID-19 pokazala je određene promjene u zastupljenosti pojedinih skupina. Tijekom prvog vala pandemije najčešće su kao glavni akteri nastupali službeni izvori i liječnici, uz značajnu prisutnost stranih znanstvenika. U drugom valu pandemije dominirali su službeni izvori, a u manjoj mjeri i strani znanstvenici te osobe iz društvenog javnog života. Treći val karakterizira povećana zastupljenost liječnika i stranih znanstvenika kao glavnih izvora informacija. U četvrtom valu glavni akteri u člancima ponovno su bili strani znanstvenici i liječnici, uz veći udio osoba iz društvenog javnog života. Tijekom petog vala pandemije najistaknutiji glavni akteri bili su liječnici i službeni izvori. Ovi rezultati ukazuju na postupno pomicanje fokusa s institucionalnih izvora prema stručnjacima iz medicinskog sektora i osobama iz društvenog života kako je pandemija napredovala.

10.1.5. Povezanost društvenih i političkih procesa s promjenama interpretativnih okvira

Analizom moguće povezanosti procesa ili događaja s promjenama okvira odgovaralo se na šesti specifični cilj istraživanja. Najveći udio potvrdnih odgovora odnosi se na potkategoriju *problems* – problemi koji rade pritisak na sustav (508 članaka ili 95,3 %) te na *policies*, što uključuje postupnu akumulaciju znanja i perspektiva među specijalistima u

određenom području i generiranje stručnih prijedloga djelovanja (80 članaka ili 15,0 %). U manjem udjelu zabilježene su potkategorije *politics*, koja obuhvaća političke procese kao što su promjene nacionalnog raspoloženja, promjene hirovitog javnog mišljenja, promjene u administraciji i nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora i kampanja uoči izbora (27 članaka ili 5,1 %) te turistička sezona (približavanje ili trajanje sezone) s 4 članka (0,8 %). Skupina procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende i mogućnosti djelovanja u najvećem je udjelu identificirana kroz probleme koji rade pritisak na sustav. Ova skupina procesa prepoznata je u svim analiziranim elektroničkim publikacijama, pri čemu je najviši udio zabilježen u Index.hr (93 članka ili 97,9 %) i Jutarnji.hr (89 članaka ili 90,8 %). Druga najčešće identificirana skupina procesa odnosi se na *policies*, odnosno postupnu akumulaciju znanja i perspektiva među specijalistima u određenom području te generiranje stručnih prijedloga djelovanja, s najvišom učestalošću u Večernji.hr (34 članka ili 29,6 %) i 24sata.hr (15 članaka ili 12,8 %). Treća skupina procesa koja može utjecati na definiranje medijske agende odnosi se na *politics*, odnosno političke procese poput promjena nacionalnog raspoloženja, hirovitog javnog mišljenja, promjena u administraciji te promjena u nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora i kampanja uoči izbora (nacionalnih i lokalnih). Ovi procesi najčešće su zabilježeni u elektroničkoj publikaciji Večernji.hr (16 članaka ili 13,9 %).

Problemi koji rade pritisak na sustav prepoznati su u svim valovima pandemije. U prvom valu pandemije potvrđeni su u 81 članku (81,8 %), u drugom valu u 71 članku (95,9 %), u trećem valu u 122 članka (98,4 %), u četvrtom valu u 110 članaka (100 %), te u petom valu u 121 članku (98,4 %). Ovi rezultati ukazuju na kontinuirano prisustvo percepcije sistemskih pritisaka tijekom svih faza pandemije. Skupina procesa *policies*, koja uključuje postupnu akumulaciju znanja i perspektiva među specijalistima u određenom području te generiranje stručnih prijedloga djelovanja, najčešće je zabilježena u prvom valu pandemije (26 članaka ili 26,3 %), te u manjem, ali sličnom broju u drugom (17 članaka ili 23,0 %) i petom valu (17 članaka ili 13,8 %).

Politics, odnosno politički procesi poput promjene nacionalnog raspoloženja, hirovitog javnog mišljenja, promjena u administraciji te promjena u nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora i kampanja uoči izbora (nacionalnih i lokalnih), zabilježeni su u najvećem broju u člancima prvog vala pandemije (17 članaka ili 17,2 %). Ova učestalost može se interpretirati u kontekstu održavanja drugog kruga predsjedničkih izbora u Republici Hrvatskoj te parlamentarnih izbora za deseti saziv Hrvatskog sabora tijekom promatranog razdoblja.

10.1.6. Analiza indikatora pristranosti u medijskom izvještavanju

U okviru analize potencijalnih oblika pristranosti vijesti, korištenje oportunih svjedoka – osoba čije izjave podržavaju uređivačku politiku ili orijentaciju komentara u članku – zabilježeno je u manjem broju članaka. Prema elektroničkim publikacijama, najviši udio korištenja oportunih svjedoka utvrđen je u publikaciji Narod.hr (9,7 % članaka), dok su u ostalim publikacijama, poput Index.hr (3,2 %), Večernji.hr (1,8 %), 24sata.hr (1,7 %) i Jutarnji.hr (1,0 %) ti udjeli znatno niži, a u Net.hr nisu evidentirani. Promatrajući pandemijske valove, korištenje oportunih svjedoka postupno je raslo, pri čemu je najviše zabilježeno u četvrtom valu pandemije (52,6 % članaka s prisutnim oportunim svjedocima), a potom u trećem valu (57,9 %) i drugom valu (31,0 %). Prisutnost oportunih svjedoka može se tumačiti kao indikator selektivnog predstavljanja izvora koji potvrđuju već postojeće uređivačke orijentacije, čime pridonose potencijalnoj pristranosti u izvještavanju. Unatoč prisutnosti oportunih svjedoka u malom dijelu članaka, rezultati analize pokazuju da teorija pristranosti vijesti kroz sustavno korištenje oportunih svjedoka nije potvrđena u promatranom uzorku. Prisutnost takvih svjedoka ostala je ograničena i nije predstavljala dominantan obrazac u izvještavanju.

10.2. Medijska percepcija zdravstvenog rizika i elementi društva rizika

Analiza percepcije stvarnosti zdravstvenog rizika od glavnih aktera pokazala je da je u 95,9 % analiziranih članaka izražen stav prema kojemu je zdravstveni rizik stvaran, hitan i opasan, dok je u 16,5 % članaka zdravstveni rizik ocijenjen kao stvaran, ali zanemariv. Zanemariv i nestvaran rizik naveden je iznimno rijetko, u svega nekoliko slučajeva. Prema elektroničkim publikacijama, najveći udio članaka u kojima glavni akteri izražavaju stav o stvarnosti, hitnosti i opasnosti zdravstvenog rizika zabilježen je u publikacijama Net.hr, Večernji.hr i 24sata.hr (100 %), potom na Jutarnji.hr (96,2 %) i Narod.hr (92,3 %), dok je nešto niži udio zabilježen na Index.hr (83,3 %).

Promatrajući valove pandemije, tijekom prvog vala 78,6 % glavnih aktera smatralo je zdravstveni rizik stvarnim, hitnim i opasnim, dok u drugom valu takvih izjava nije bilo zabilježeno. U trećem i petom valu svi glavni akteri ocjenjuju zdravstveni rizik kao stvaran, hitan i opasan (100 %), a u četvrtom valu taj stav izražen je u 95,1 % slučajeva. Ovi rezultati ukazuju na visoku razinu percepcije ozbiljnosti zdravstvenog rizika među glavnim akterima u medijskim izvještajima, s manjim varijacijama u izražavanju ovisno o fazi pandemije i elektroničkoj publikaciji.

U istraživanju je ispitivana Beckova teorija „društva rizika", pri čemu je utvrđena prisutnost kriterija globalnog medijskog događaja, odnosno planetarno izvanrednog stanja poput masmedijskog nastanka katastrofe, s prikazom masovne smrti u realnom vremenu na globalnoj razini (277 članaka ili 42,48 %), kao i iskustva antropološkog šoka o ranjivosti osnova građanskog svijeta (249 članaka ili 38,19 %).

Od osobina globalnih rizika prema Becku, najzastupljenija je bila neproračunljivost (61,3 %), koja se odnosi na neizvjesnost i teško predvidive posljedice pandemije. Slijedi nenadoknadivost (57,3 %), koja ukazuje na trajne štete i gubitke, te delokalizacija (56,6 %), koja označava da su uzroci i posljedice pandemije bili prisutni u cijelom svijetu, a ne vezani uz jedno mjesto.

Analiza osobina rizičnog društva dodatno pokazuje da je jezik opasnosti, koji mijenja oblik društvene nejednakosti, prepoznat u 69,8 % članaka, dok je ideja demokratičnosti opasnosti (pogađa bogate i siromašne podjednako) prepoznata u 16,3 % članaka. Nadalje, članstvo u „svjetskom društvu opasnosti" izraženo je u 3,5 % analiziranih članaka.

Ovi rezultati potvrđuju djelomičnu, ali značajnu prisutnost Beckovih koncepata u medijskom izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19. Elementi poput globalnog medijskog događaja i antropološkog šoka dosljedno su se pojavljivali kroz sve valove pandemije, a osobine neproračunljivosti, nenadoknadivosti i delokalizacije rizika jasno su izražene. Ukupno gledano, rezultati pokazuju da su elementi Beckove teorije prisutni u dijelovima medijskog izvještavanja, s izraženijom pojavnosti tijekom najintenzivnijih valova pandemije.

10.3. Obrasci vrijednosti vijesti u pandemijskom izvještavanju

U okviru ispitivanja teorije vrijednosti vijesti prema Galtungu i Ruge (1965.), analiza je pokazala da su u analiziranim člancima najčešće prisutni čimbenici frekvencije (21,17 %), jednoznačnosti (15,10 %) i važnosti (11,98 %). Čimbenici poput kontinuiteta, praga pozornosti i suglasnosti također su bili zabilježeni, dok su čimbenici povezani s elitnim osobama, elitnim nacijama i varijacijom sadržaja bili prisutni u vrlo malom postotku. Ovi rezultati ukazuju na to da medijsko izvještavanje o pandemiji bolesti COVID-19 u hrvatskim elektroničkim publikacijama dominantno slijedi obrasce orijentirane na aktualnost, jasnoću i važnost događaja, dok elementi elitizma i sadržajne raznolikosti nisu imali značajnu ulogu.

Analizom prema Schulzovoj teoriji vrijednosti vijesti, najzastupljenije su bile dimenzije blizine (23,06 %), statusa (22,70 %) i vremena (22,30 %), što ukazuje na usmjerenost medija

prema prostorno, društveno i vremenski relevantnim aspektima izvještavanja. Dimenzije dinamike, vrijednosne orijentacije i identifikacije bile su nešto manje zastupljene, ali i dalje prisutne u značajnom broju članaka.

Dobiveni rezultati sugeriraju da su hrvatske elektroničke publikacije u izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19 primarno slijedile klasične obrasce selekcije vijesti koji naglašavaju aktualnost, jasnoću poruka i važnost događaja za recipijente, dok su obilježja elitizma, kulturne udaljenosti i sadržajne varijacije ostala u drugom planu.

10.4. Teorijske potvrde i praktične primjene rezultata istraživanja

Rezultati istraživanja pokazuju da ispitivane teorije – teorija okvira (*framing*), teorija dnevnog reda (*agenda-setting*), teorija pristranosti vijesti (*news bias*), teorija medijske konstrukcije stvarnosti i Beckova teorija društva rizika – pronalaze potvrdu, djelomičnu potvrdu ili dopune u analiziranim medijskim sadržajima. Teorija okvira (*framing*) i teorija medijske konstrukcije stvarnosti bile su potvrđene kroz dominantnu upotrebu interpretativnih okvira ljudskog interesa (31,1 %) i odgovornosti (24,2 %). Time se ukazuje na važnost načina na koji su teme predstavljane i interpretirane, pri čemu se naglasak stavljao na pojedinačne sudbine, društvene posljedice i odgovornost vlasti. Rezultati pokazuju da su mediji utjecali na javnu percepciju pandemije kombinacijom emocionalnih i racionalnih interpretacija.

Teorija dnevnog reda (*agenda-setting*) dobila je potvrdu kroz dosljedno isticanje kategorije „problemi koji stvaraju pritisak na sustav“ u svim valovima pandemije. Analiza pokazuje da su mediji ne samo izvještavali o pandemiji nego su i strukturirali prioritete u javnoj sferi, potvrđujući osnovne premise ove teorije o moći medija u oblikovanju javnih tema. Teorija pristranosti vijesti (*news bias*) djelomično je potvrđena. Iako je pristranost vijesti bila ograničena i sporadična, potvrđena je u ranoj fazi pandemije kroz upotrebu oportunih svjedoka usklađenih s uređivačkom politikom, prvenstveno u elektroničkim publikacijama poput Index.hr i Narod.hr. Pristranost se nije pokazala kao široko rasprostranjena pojava, ali je bila prisutna u kritičnim trenucima oblikovanja narativa.

Teorija medijske konstrukcije stvarnosti dodatno je potvrđena kroz načine selekcije i interpretacije sadržaja, gdje su dominantni interpretativni okviri, vrijednosni sudovi i izbor aktera oblikovali specifičnu sliku pandemije i rizika.

Beckova teorija društva rizika djelomično je potvrđena. Uočena je prisutnost osobina globalnih rizika, i to: neproračunljivost (61,3 %), nenadoknadivost (57,3 %) i delokalizacija

(56,6 %), kao i kriteriji globalnog medijskog događaja i antropološkog šoka. Međutim, prisutnost koncepta „svjetskog društva rizika“ izražena je u relativno manjem broju članaka (3,5 %), što upućuje na fragmentiranu, ali prisutnu integraciju Beckovih ideja u medijsko izvještavanje.

Ovim istraživanjem dodatno se obogaćuje spoznaja o dinamičnim promjenama interpretativnih okvira kroz različite faze pandemije.

Osim što pruža uvid u obrasce izvještavanja tijekom pandemije, istraživanje može poslužiti i kao refleksivni alat za novinare i urednike u analiziranju vlastitih praksi. Prepoznavanje učestalih interpretativnih okvira i izražavanja vrijednosnih sudova može pomoći autorima članaka u promišljanju načina na koji odabir jezika, izvora i strukture vijesti utječe na percepciju javnosti. Ovi nalazi ne nude upute, nego analitički okvir koji može doprinijeti osvještavanju uloge medija u oblikovanju društvene stvarnosti u kriznim okolnostima. U tom smislu, istraživanje može biti poticaj za profesionalnu samorefleksiju i razvoj standarda odgovornog novinarstva. Rezultati ovog istraživanja mogu biti korisni u različitim kontekstima koji se bave javnom komunikacijom u kriznim situacijama. Posebno doprinose boljem razumijevanju načina na koji izbor interpretativnih okvira u medijskom izvještavanju može utjecati na javnu percepciju društvenih i zdravstvenih izazova. U tom smislu, nalazi mogu poslužiti kao orijentir donositeljima odluka pri oblikovanju strategija krizne komunikacije koje uključuju transparentnost, jasnoću i odgovornost u prenošenju poruka.

10.4.1. Ograničenja istraživanja i prijedlozi za buduća istraživanja

Istraživanje je bilo ograničeno na šest najčitanijih elektroničkih publikacija, što ne uključuje audiovizualne medije i društvene mreže. Analiza je obuhvatila razdoblje do veljače 2022., stoga nije obuhvaćena kasnija faza pandemije i postpandemijski narativi. Neki aspekti dubinske kvalitativne analize (primjerice, analiza diskursa) mogli bi dodatno doprinijeti razumijevanju dinamike narativa. Buduća istraživanja mogla bi uključiti analizu audiovizualnih i društvenih medija, osobito platformi i društvenih mreža poput *Facebooka* i *YouTubea*. Preporučuje se provođenje longitudinalnih studija kako bi se pratilo dugoročno oblikovanje narativa nakon pandemije. Također, komparativna istraživanja izvještavanja o pandemiji u različitim zemljama mogla bi pružiti uvid u utjecaj kulturnih i političkih čimbenika.

11. ZAKLJUČAK

Medijski narativi predstavljaju strukturirane obrasce značenja pomoću kojih mediji interpretiraju i prenose stvarnost publici. Riječ je o kombinaciji tema, okvira, izvora, vrijednosnih sudova i stilskih obilježja koje oblikuju dominantne poruke u javnom diskursu. U kontekstu izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19, medijski narativi odigrali su ključnu ulogu u oblikovanju percepcije zdravstvenog rizika, odgovornosti, društvenih posljedica i preporučenih ponašanja.

Provedeno istraživanje hrvatskih elektroničkih publikacija (Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, Index.hr, Narod.hr i Net.hr) u razdoblju od veljače 2020. do veljače 2022. godine pokazalo je da su najčešće korišteni interpretativni okviri bili okvir ljudskog interesa i okvir odgovornosti, pri čemu su u fokusu bile individualne sudbine, zdravstveni rizici, odgovornost vlasti i važnost cijepljenja. Prisutnost okvira sukoba, morala i ekonomskih posljedica bila je manja, ali značajna. Metaokviri su se u najvećoj mjeri temeljili na naglašavanju zdravstvene ugroze i stalne opasnosti, ali bez dominantne upotrebe senzacionalističkih narativa.

Istraživanje je utvrdilo promjene u medijskim narativima tijekom različitih pandemijskih valova. U prvim fazama pandemije izvještavanje je bilo usmjereno na institucionalne mjere i zdravstvenu krizu, dok se u kasnijim fazama fokus pomicao prema temama cijepljenja, epidemioloških potvrda, svakodnevnog života i osobnih priča. Uočene su i promjene u izboru izvora: dok su u početku dominirali službeni izvori i liječnici, kasnije su se u većoj mjeri pojavljivali znanstvenici i osobe iz društvenog života. Vrijednosni sudovi novinara rijetko su izravno izraženi, ali stavovi glavnih aktera sve su češće uključivali naglašavanje ozbiljnosti situacije, posebice u trećem i petom valu.

Usporedbom s međunarodnim istraživanjima, rezultati pokazuju podudarnost s globalnim obrascima u korištenju okvira odgovornosti i zdravstvenog rizika, uz izraženu specifičnost hrvatskog konteksta – u kojem nije zabilježen visok stupanj politizacije, polarizacije niti širenje dezinformacija. Pristranost u izvještavanju bila je ograničena, a „infodemijski" obrasci prisutni samo u tragovima. Hrvatske elektroničke publikacije u većoj su se mjeri oslanjale na znanstvene i stručne izvore, što je u određenoj mjeri pridonijelo kvalitetnijem i odgovornijem javnom informiranju tijekom pandemije.

Sociološki gledano, ovaj rad pomaže razumjeti kako mediji oblikuju stvarnost u kriznim vremenima, kada nije odmah jasno kako tumačiti događaje, što je društveno prihvatljivo ponašanje i kome vjerovati. Javnost u takvim situacijama brzo mijenja mišljenja i očekivanja**,** ovisno o informacijama, mjerama i društvenoj klimi. S druge strane, u kriznim

situacijama, mediji pomažu javnosti da razumije događaje i usmjeri ponašanje jer biraju, tumače i oblikuju informacije tako da javnosti olakšaju shvaćanje i procjenu krize. Izborom tema, aktera, interpretativnih okvira i vrijednosnih sudova, elektroničke publikacije sudjeluju u kolektivnom stvaranju značenja pandemije, oblikujući društvenu percepciju odgovornosti, rizika i prihvatljivog ponašanja.

Posebnu važnost u tome ima koncept medijske konstrukcije stvarnosti, koji podrazumijeva da stvarnost nije izravno prikazana, nego konstruirana kroz profesionalne prakse, uređivačke izbore i simboličke resurse novinarskog diskursa.

Ovo istraživanje pokazuje da mediji ne samo prenose informacije nego proizvode interpretacije koje postaju okvir za individualno i kolektivno djelovanje. Time se potvrđuje da je uloga medija u suvremenom društvu normativna, epistemološka i komunikacijska – jer oblikuje način na koji društvo razumije krize, donosi odluke i artikulira vlastitu ranjivost.

Analizom promjena u tematskim fokusima, interpretativnim okvirima, vrijednosnim sudovima i izboru aktera potvrđuje se postojanje dinamičnih medijskih narativa o pandemiji bolesti COVID-19 u hrvatskim elektroničkim publikacijama. Te promjene odražavaju kako globalne obrasce tako i lokalne specifičnosti. Time se doprinosi boljem razumijevanju procesa simboličke konstrukcije društvenih problema, a nalazi mogu poslužiti kao orijentir za razvoj standarda odgovornog izvještavanja u budućim kriznim situacijama te kao doprinos sociološkoj analizi uloge medija u oblikovanju kolektivne stvarnosti.

Zaključno, ovaj doktorski rad ne samo da pridonosi razumijevanju medijskih narativa o pandemiji bolesti COVID-19 nego i šire sagledava procese simboličkog oblikovanja društvenih značenja u razdobljima krize. Time se rad izravno uklapa u tematski okvir doktorskog studija *Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene u hrvatskome društvu* jer pokazuje kako se u hrvatskom medijskom prostoru reflektiraju i preoblikuju društvene vrijednosti, javne percepcije autoriteta i kolektivne reakcije na promjene. Ovim istraživanjem dodatno se potvrđuje da su mediji jedan od ključnih aktera u konstruiranju društvene stvarnosti – osobito u trenucima kada se značenja, norme i očekivanja još oblikuju. Rezultati pokazuju kako su medijski narativi ne samo odražavali nego i aktivno oblikovali promjene u društvenim normama, tumačenju odgovornosti i odnosu prema riziku, čime ovaj rad doprinosi razumijevanju suvremenih društvenih promjena u Hrvatskoj.

12. PROŠIRENI SAŽETAK NA ENGLESKOM JEZIKU

Extended Summary

This doctoral dissertation explores changes in media narratives in reporting on the COVID-19 pandemic in Croatian electronic publications. The research examines how interpretive frames, topics, actors, and sources were used across five official pandemic waves (2020–2022), and how these elements reflected and shaped public understanding of the crisis. The theoretical framework combines framing theory, agenda-setting theory, news bias theory, media construction of reality, and the sociology of risk. A quantitative content analysis of 532 news articles published on six Croatian online news portals (Index.hr, Jutarnji.hr, Večernji.hr, 24sata.hr, Narod.hr, and Net.hr) was conducted using an analytical matrix of 36 categories. Articles were selected through random sampling from a larger database of approximately 50,000 items. The findings show that the most frequently used interpretive frames were the human interest frame and the responsibility frame. Media narratives evolved over time: early waves focused on institutional responses and restrictive measures, while later waves emphasized vaccination, individual experiences, and pandemic fatigue. Dominant themes shifted from governmental actions and epidemiological data to more personalized and socially specific topics. Differences among news outlets were also evident, particularly in value judgments and actor selection. While value judgments by journalists were limited, the presence of judgments by quoted actors—especially health professionals and political figures—was more frequent, often reflecting polarized views on pandemic measures. The analysis revealed that news reporting included elements of symbolic interpretation and contributed to the construction of social meanings during a time of uncertainty. The study also examined the presence of news values (e.g. frequency, relevance, proximity) and meta-frames such as fear, national responsibility, and political instrumentalization. Although some indicators of news bias were identified (e.g. selective sourcing aligned with editorial positions), systematic bias was not a dominant pattern. This research confirms that media narratives during the pandemic were not static, but adjusted to contextual shifts and social processes. The results illustrate how media played a crucial epistemological and normative role in shaping collective understanding, assigning responsibility, and constructing risk perceptions. By analysing how Croatian online media framed the pandemic, this dissertation contributes to the sociological understanding of how crises reshape public discourse, social norms, and symbolic boundaries. The study is situated within the broader context of values, identity, and social change in Croatian society.

13. LITERATURA

KNJIGE I ČLANCI

Abercrombie, N., Hill, S. i Turner, B. (2008.). *Rječnik sociologije.* Zagreb: Jesenski i Turk.

Amiti, M., Redding, S. J. i Weinstein, D. E. (2019.). „The Impact of the 2018 Tariffs on Prices and Welfare". *Journal of Economic Perspectives, vol. 33, br. 4*: 187 – 210.

Ančić, B., Pudak, J. i Domazet, M. (2016.). „Vidimo li klimatske promjene u Hrvatskoj? Istraživanje stavova o nekim od aspekata klimatskih promjena u hrvatskom društvu." *Hrvatski meteorološki časopis, vol. 51, br. 51*: 27 – 45.

Anić, V. i Goldstein, I. (1999.). *Rječnik stranih riječi.* Zagreb: Novi Liber.

Baker, C. E. (2007.). *Media concentration and democracy: why ownership matters*. Cambridge University Press.

Balabanić, I. (2013.). *Medijska prezentacija zdravstvenog rizika – primjer televizijskog izvještavanja o epidemijama virusa gripe.* Doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.

Baltin Stojkanović, L. (2022.). „Medijska konstrukcija stvarnosti u kontekstu vlasničke strukture medija", u: *Doktorski kolokvij: Zbornik preglednih radova poslijediplomskoga sveučilišnog (doktorskog) studija „Sociologija: vrijednosti, identitet i društvene promjene", Knjiga 1.*, ur. Filip Galović, 7 – 19. Zagreb: Hrvatsko katoličko sveučilište.

Baudrillard, J. (1983.). *Simulations.* New York: Semiotext(e).

Bauer, T. A. (2007.). *Mediji za otvoreno društvo.* Zagreb: Sveučilišna knjižara d.o.o.

Beck, U. (1992.). *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage Publications.

Beck, U. (2003.). *Što je globalizacija? Zablude globalizma – odgovori na globalizaciju.* Zagreb: Vizura.

Beck, U. (2011.). *Svetsko rizično društvo.* Novi Sad: Akademska knjiga.

Benković, V. i Balabanić, I. (2010.). „Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala". *Medijska istraživanja, vol. 16, br. 2*: 43 – 56.

Bentele, G. i Beck, K. (1994.). „Information – Kommunikation – Massenkommunikation: Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft". U: *Medien und Journalismus*, ur. Otfried Jarren, 16 – 50. Opladen: Eine Einführung.

Berelson, B. (1952.). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, IL: Free Press.

Berger, P. L. i Luckmann, T. (1992.). *Socijalna konstrukcija zbilje.* Zagreb: Naprijed.

Berkowitz, D. (1992.). „Non-routine News and Newswork: Exploring a What-a-Story", *Journal of Communication, vol. 42, br. 1*: 82 – 94.

Bertrand, C. J. (2007.). *Deontologija medija*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

Bilić, P., Balabanić, I., Primorac, J., Jurlin, K. i Eterović, R. (2017.). *Analiza tržišta elektroničkih publikacija*. Zagreb: Institut za razvoj i međunarodne odnose.

Bilić, P. (2012.). „Hrvatski medijski sustav između refleksivne modernizacije i medijatizacije: societalna i institucionalna analiza". *Društvena istraživanja, vol. 21, br. 4*: 821 – 842.

Bilić, P. (2020.). *Sociologija medija.* Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Biti, V. (1997.). *Pojmovnik suvremene književne teorije.* Zagreb: Matica hrvatska.

Blanuša, N., Brautović, M., Brakus, A., Grbeša Zenzerović, M., Tonković, M., Vučković, M. i Vranić, A. (2023.). *COVID-19 dezinformacije i teorije zavjera u Hrvatskoj*. Zagreb: GONG.

Bolter, J. D. i Grusin, R. (1999.). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Brautović, M. (2006.). *Karakteristike novih medija u funkciji* online *novinarstva* (doktorska disertacija). Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Brosius, H. B. i Eps, P. (1995.). „Prototyping through Key Events: News Selection in the Case of Violence against Aliens and Asylum Seekers in Germany". *European Journal of Comunication, vol. 10, br. 3*: 391 – 412.

Bulatović, L. Lj. i Bulatović, G. (2021.). „Media Frames of COVID-19 Pandemic". *In Medias Res: Časopis filozofije medija*, v*ol. 10, br. 19:* 2969 – 2986.

Burchell, G., Gordon, C. i Miller, P. (ur) (1991.). *The Foucault Effect Studies in Governmentality.* Chicago: University of Chicago Press.

Calvillo, D. P., Ross, B. J., Garcia, R. J. B., Smelter, T. J. i Rutchick, A. M. (2020.). „Political Ideology Predicts Perceptions of the Threat of COVID-19 (and Susceptibility to Fake News About It)". *Social Psychological and Personality Science, vol. 11, br.8:* 1119 – 1128.

Carlson, M. (2015.). „When News Sites Go Native: Redefining the Advertising–Editorial Divide in Response to Native Advertising." *Journalism*, *vol. 16, br. 7*: 849 – 865.

Carpentier, N. (2011.). *Media and Participation: A Site of Ideological-democratic Struggle*. Bristol: Intellect.

Castells, M. (2000.). *Uspon umreženog društva.* Zagreb: Golden Marketing.

Castells, M. (2002.). *Moć identiteta*. Zagreb: Golden Marketing – Tehnička knjiga.

Castells, M. (2003.). *Kraj tisućljeća*. Zagreb: Golden Marketing.

Castells, M. (2004.). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture*. Oxford: Blackwell.

Castells, M. (2009.). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

Caulfield, T. (2020.). Does Debunking Work? Correcting COVID-19 Misinformation on Social Media. U: *Vulnerable: The Law, Policy and Ethics of COVID-19,* ur. Colleen M. Flood, Vanessa

MacDonnell, Jane Philpott, Sophie Thériault i Sridhar Venkatapuram, 183—200. Ottawa: University of Ottawa Press.

Christakis, N. A. (2020.). *Apollo's Arrow: The Profound and Enduring Impact of Coronavirus on the Way We Live*. New York: Little, Brown Spark.

Cobb, R. W. i Elder, C. D. (1971.). „The Politics of Agenda-Building: An Alternative Perspective for Modern Democratic Theory". *The Journal of Politics*, *vol. 33, br. 4*: 892 – 915.

Couldry, N., Mejias, U. A. (2019.). *The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford: Stanford University Press.

Croteau, D. i Hoynes, W. (2014.). *Media/Society. Industries, Images and Audiences*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

Curran, J. (2002.). *Media and Power*. London: Routledge

Cvrtila, V., Slijepčević, M. i Levak, T. (2019.). „MIGRATION, THE PERCEPTION OF SECURITY RISKS AND MEDIA INTERPRETATION FRAMEWORKS IN CROATIA AND HUNGARY". *Studia Polensia, vol. 8, br. 1*: 7 – 30.

Čatipović, P. (2023.). „Učestalost i svrha korištenja medija tijekom pandemije COVID-19". *Communication Management Review*, *vol. 8, br. 1:* 64 – 85.

Čepo, D., Čehulić, M. i Zrinščak, S. (2020.). „What a Difference Does Time Make? Framing Media Discourse on Refugees and Migrants in Croatia in Two Periods". *Hrvatska i komparativna javna uprava: Časopis za teoriju i praksu javne uprave, vol. 20, br. 3*, 469 – 496.

D'Alessio, D. i Allen, M. (2000.). *„Media bias in presidential elections: A meta-analysis". Journal of Communication*, vol. 50, br. 4, 133 – 156.

Dearing, J. W. i Rogers, E. M. (1996.). *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Deuze, M. (2007.). *Media Work*. Cambridge: Polity Press.

De Vreese, C. H. (2005.). „News framing: Theory and typology". *Information Design Journal + Document Design, vol. 13, br. 1:* 51 – 62.

Dimmick, J. (1974.). „The Gate-Keeper: An Uncertainty Theory". *Journalism Monograph, vol. 37.*

Dimitrova, D. V. i Strömbäck, J. (2005.). „Mission accomplished? Framing of the Iraq war in the elite newspapers in Sweden and the United States". *International Communication Gazette, vol. 67, br. 5:* 399 – 417.

Dragomir, M. (2020.). *Reporting Facts: Free from Fear or Favour*. UNESCO.

Einstein, M. (2016.). *Advertising: What Everyone Needs to Know*. Oxford: Oxford University Press.

Entman, R. M. i Wildman, S. S. (1992.). „Reconciling Economic and Non-Economic Perspectives on Media Policy: Transcending the 'Marketplace of Ideas'". *Journal of Communication, vol. 42, br. 1:* 5 – 19.

Entman, R. M. (1989a). „How the media affect what people think: An information processing approach", *The Journal of Politics, vol. 51, br. 2*: 347 – 370.

Entman, R. M. (1989b). *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of American Politics*. Oxford: Oxford University Press.

Entman, R. M. (1991.). „Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents". *Journal of Communication*, *vol. 41, br. 4*: 6 – 27.

Entman, R. M. (1993.). „Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication, vol. 43, br. 4:* 51 – 58.

Entman, R. M. (2004.). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press.

Entman, R. M. (2007.). „Framing Bias: Media in the Distribution of Power". *Journal of Communication, vol. 57, br.1*: 163 – 173.

Entman, R. M. (2012.). *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. Cambridge: Polity Press.

Esser, F. i Pfetsch, B. (ur.) (2004.). *Comparing Political Communication: Theories, Cases and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fajgelbaum, P. D. i Khandelwal, A. K. (2022.). „The Economic Impacts of the US–China Trade War". *Annual Review of Economics, vol. 14*: 205 – 228.

Fajgelbaum, P. D., Goldberg, P., Kennedy, P., Khandelwal, A. K. i Taglioni, D. (2024.). „The US-China Trade War and Global Reallocation". *American Economic Review: Insights*, *vol. 6, br. 2*: 295 – 312**.**

Feldvari, K., Mićunović, M. i Blagović, M. (2022.). „Dezinformacije i teorije zavjera o cjepivu protiv bolesti COVID-19: Infodemija na društvenim mrežama i u medijima u Hrvatskoj". *Medijske studije, vol. 13, br. 26:* 84 – 111.

Ferraz, C. i Finan, F. (2008.). „Exposing Corrupt Politicians: The Effect of Brazil's Publicly Released Audits on Electoral Outcomes". *Quarterly Journal of Economics, vol. 123, br. 2*: 703 – 745.

Fiske, J. (1986.). „Television: Polysemy and popularity". *Critical Studies in Mass Communication, vol. 3, br. 4:* 391 – 408.

Flegel, R. C. i Chaffee, S. H. (1971.). „Influences of Editors, Readers, and Personal Opinions on Reporters". *Journalism Quarterly*, *vol. 48, br. 4*: 645 – 651.

Franklin, B. (1997.). *Newszak and News Media*. London: Arnold.

Friedman, T. L. (1999.). *The Lexus and the Olive Tree: Understanding Globalization.* New York: Farrar, Straus and Giroux.

Galtung, J. i Ruge, M. H. (1965.). „The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers", *Journal of Peace Research vol. 2, br. 1*: 64 – 90.

Giddens, A. (1990.). *The consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.

Giddens, A. (1991.). *Modernity and Self – Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1999.). *Runaway World: How Globalisation is Reshaping Our Lives.* London: Profile Books.

Giddens, A. (2005.). *Odbjegli svijet – kako globalizacija oblikuje naše živote.* Zagreb: Klub studenata sociologije Diskrepancija.

Global Preparedness Monitoring Board. (2019.). *A world at risk: annual report on global preparedness for health emergencies*. Geneva: World Health Organization.

Global Preparedness Monitoring Board. (2020.). *A world at risk: annual report on global preparedness for health emergencies*. Geneva: World Health Organization.

Global Preparedness Monitoring Board. (2021.). *A world at risk: annual report on global preparedness for health emergencies*. Geneva: World Health Organization.

Global Preparedness Monitoring Board. (2022.). *A world at risk: annual report on global preparedness for health emergencies*. Geneva: World Health Organization.

Global Preparedness Monitoring Board. (2023.). *A world at risk: annual report on global preparedness for health emergencies*. Geneva: World Health Organization.

Goffman, E. (1956.). *The Presentation of Self in Everyday Life.* Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.

Goffman, E. (1974.). *Frame analysis: An Essay on the Organization of Experience.* New York: Free Press.

Gozzi, N., Tizzani, M., Starnini, M., Ciulla, F., Paolotti, D., Panisson, A. i Perra, N. (2020.). „Collective response to media coverage of the COVID-19 pandemic on Reddit and Wikipedia". *Scientific Reports, vol. 22, br. 10.*

Grbeša, M. i Volarević, M. (2021.) „Media in Croatia: From freedom fighters to tabloid avengers". *Publizistik*, *vol. 66, br. 1*: 621 – 636.

Grbeša, M. (2010.). „Privatisation of Politics in Croatia: Analysis of the 2003 and 2007 Parliamentary Elections". *Medijska istraživanja: Znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, *vol. 16, br. 2*: 57 – 79.

Grbeša, M. (2012.). „Framing of the President: Newspaper Coverage of Milan Bandić and Ivo Josipović in the Presidential Elections in Croatia in 2010". *Politička misao: Časopis za politologiju, vol. 49, br. 5*: 89 – 113.

Grbeša, M. (2020.). „Communicating COVID-19: Media Coverage of the Headquarters and the Use of Persuasion Strategies in Croatia". *Anali Hrvatskog politološkog društva, vol. 17, br. 1*: 57 – 78.

Habermas, J. (1992.). „Further Reflection on the Public Sphere". U: *Habermas and the Public Sphere*, ur. Craig Calhoun, 421 – 461. Cambridge, MA i London: MIT Press.

Hall, S. (1980.). „Encoding/Decoding". U: *Culture, Media, Language*, ur. Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe i Paul Willis, 128 – 138. London: Hutchinson.

Hallin, D. C. i Mancini, P. (2004.). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics.* New York: Cambridge University Press.

Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. i Perraton, J. (1999.). *Global Transformations: Politics, Economics and Culture.* Stanford: Stanford University Press.

Held, D. (1990.). *Modeli demokracije.* Zagreb: Školska knjiga.

Herman, E. S. i Chomsky, N. (1988.). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Holy, M. (2021.). „Medijsko uokvirivanje korona virusa u Hrvatskoj". *In Medias Res: Časopis filozofije medija, vol. 10, br. 18*: 2813 – 2828.

Hossain, A., Wahab, J. A. i Khan, Md. S. R. (2022.). „A Computer-Based Text Analysis of Al Jazeera, BBC, and CNN News Shares on Facebook: Framing Analysis on Covid-19 Issues". *SAGE Open*, *vol. 12, br. 1.*

Hromadžić, H. (2014.). *Medijska konstrukcija društvene zbilje. Socijalno-ideološke implikacije produkcije medijskog spektakla*. Zagreb: AGM.

IBM Corp. (2019.). *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 26.0.* Armonk, New York: IBM Corp.

Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., Kamal, A.M., Hasan, S. M. M., Kabir, A., Yeasmin, D., Islam, M. A., Chowdhury, K. I. A., Anwar, K.S., Chunghtai, A. A. i Seale, H. (2020.). „COVID-19–related infodemic and its impact on public health: A global social media analysis". *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene, vol. 103, br. 4:* 1621 – 1629.

Ittefaq, M., Vu, H. T., Dao, A. T., Tran, D. V. i Hansen, C. (2025.). „Framing a Global Pandemic: Journalism Cultures and Media Coverage of COVID-19 in China, South Korea, the United Kingdom, and the United States", *Health Communication, br. 19*: 1 – 13.

Iyengar, S. (1991.). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.

Jarren, O. (1997.). *Medien und Journalismus, Bd.1: Eine Einführung (Fachwissen für Journalisten)*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Jenkins, H. (2006.). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.

Jurčić, D. (2017.). „Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj". *Mostariensia, vol. 21, br. 1*: 127– 136.

Kasapović, M. (2023.). „Zbogom postjugoslavenstvu!". *Anali Hrvatskog politološkog društva: Časopis za politologiju, vol. 20, br. 1*: 265 – 284.

Katz, J. (1988.). *Seductions Of Crime: Moral And Sensual Attractions In Doing Evil.* New York: Basic Books.

Kellner, D. (2002.). *Media Spectacle*. London: Routledge.

Kellner, D. (2003.). „Spectacle and Media Propaganda in the War on Iraq: a Critique of U.S. Broadcasting Networks". *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*, *vol. 4, br. 3:* 329 – 338.

Kim, S. H., Scheufele, D. A. i Shanahan, J. (2002.). „Think about it this way: Attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *vol. 79, br. 1:* 7 – 25.

Kingdon, J. W. (2014.). *Agendas, Alternatives, and Public Policies.* 2. izdanje. Essex: Pearson Education Limited.

Klaić, B. (2001.). *Rječnik stranih riječi.* Zagreb: Matica hrvatska.

Klaić, B. (2012.). *Novi rječnik stranih riječi.* Zagreb. Školska knjiga.

Kosho, J. (2021.). „The Mediatization of the infodemic: alternative theories about COVID-19."*Academia Letters*, *br. 1803*.

Kovačić, M. (2020.). „Deglobalizacija COVID-om 19". *Tehnološke zabilješke, vol.* 69, *br. 5 – 6*: 328 – 329.

Krippendorff, K. (2004.). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Krippendorff, K. (2013.). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 3. izdanje. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Kunczik, M. i Zipfel, A. (2006.). *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.

Lamza Posavec, V. (2004.). *Kvantitativne metode istraživanja: anketa i analiza sadržaja*. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.

Lamza Posavec, V. (2021.). *Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar.

Lang, G. E. i Lang, K. (1991.). Watergate: An exploration of the agenda-building process. U: *Agenda Setting,* ur. David Protess i Maxwell E. McCombs. New York: Routledge.

LaPoe, B. R., Carter Olson, C. S., LaPoe, V. L., Jain, P., Woellert, A. i Long, A. (2021.). „Politics, Power and a Pandemic: Searching for Information and Accountability During a Twitter Infodemic". *Electronic News, vol. 16, br. 1:* 30 – 53.

Larsen, M. M., Dragolov, G. i Delhey, J. (2023.). „Editorial: The COVID-19 pandemic and social cohesion across the globe". *Frontiers in Sociology, vol. 8, br. 1182452.*

Lazarsfeld, P. F. i Merton, R. K. (1948.). „Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action." U: *The Communication of Ideas*, ur. Lyman Bryson, 95 – 118. New York: Harper & Brothers.

Leburić, A. i Quien, M. (2014.). *Medijska konstrukcija stvarnosti: sociološko istraživanje.* Split: Redak.

Lesinger, G. (2021.). „Infodemija ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji virusa COVID-19". *South Eastern European Journal of Communication, vol. 3, br. 1*: 17 – 27.

Levinson, P. (1997). *The soft edge – a natural history and future of the information revolution*. London, New York: Routledge.

Lewin, K. (1947.). „Frontiers in group dynamics: concept, method and reality in social science; social equilibria and social change". *Human Relations vol. 1*, 5 – 41.

Lippman, W. (1922.). *Public Opinion.* New York: Harcourt, Brace & company.

Luhmann, N. (1981.). *Teorija sistema: svrhovitost i racionalnost*. Zagreb: Globus.

Luhmann, N. (1991.). *Risk: A sociological Theory.* Berlin: Walter de Gruyter.

Luhmann, N. (2001.). *Znanost društva.* Zagreb: Politička kultura.

Malović, S. (2004.). „Ima li granice slobodi medija?". *Politička misao, vol. 41, br. 1*: 32 – 41.

Manning White, D. (1950.). „The 'Gate Keeper': A Case Study in the Selection of News". *Journalism & Mass Communication Quarterly, vol. 27, br. 4:* 383 – 391.

Marasović Šušnjara, I. i Vejić, M. (2020.). „Media and Health – 'Angel and Devil'". *In Medias Res: Časopis filozofije medija, vol. 10, br. 18:* 2803 – 2811.

Martin, G. J. i McCrain, J. (2019.). „Local News and National Politics". *American Political Science Review, vol. 113, br. 2:* 372 – 384.

Martin, G. J., Mastrorocco, N., McCrain, J. i Ornaghi, A. (2024.). *Media Consolidation*. *CESifo Working Paper No. 11356*.

McChesney, R. W. (2004.). *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the Twenty-First Century*. New York: Monthly Review Press.

McChesney, R. W. (2008.). *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. New York: Monthly Review Press.

McCombs, M. E., Shaw, D. L. i Weaver, D. H. (1997.). *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. New York: Routledge.

McCombs, M. E., Shaw, D. L. i Weaver, D. H. (2014.). „New Directions in Agenda-Setting Theory and Research". *Mass Communication and Society, vol. 17, br. 6:* 781 – 802.

McLuhan, M. (1962.). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.

McLuhan, M. (2008.). *Razumijevanje medija*. Zagreb: Golden marketing — Tehnička knjiga.

McQuail, D. (2010.). *Mass Communication Theory.* London: SAGE.

Meyer, T. (2003.). *Mediokracija. Medijska kolonizacija politike*. Zagreb: Biblioteka Politička misao.

Meyer, T. (2013.). *Uvod u politiku.* Zagreb: Politička kulturu d.o.o.

Milutinović, I. (2020.). „Media framing of COVID-19 pandemic in the transitional regime of Serbia: Exploring discourses and strategies". *Media Culture & Society, vol. 43, br. 7:* 1311 – 1327.

Mourad, A., Srour, A., Harmanani, H., Jenainati, C. i Arafeh, M. (2020.). „Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions", *IEEE Transactions on Network and Service Management*, *vol. 17, no. 4*: 2145 – 2155.

Mrkonjić, Ž., Jerinić M. i Braić, A. (2021.). *„Posljedica COVID krize na međunarodno poslovanje i trgovinske politike zemalja". Zbornik radova Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru, posebno izdanje:* 93 – 95.

Mučalo, M., Šulentić, A. i Jug, D. (2020.). *„FM radio u vrijeme pandemije bolesti COVID-19: slučaj Grada Zagreba i Zagrebačke županije". Medijska istraživanja: Znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, vol. 26, br. 2*: 101 – 124.

Mueller, J. E. (1970.). „Presidential Popularity from Truman to Johnson". *American Political Science Review, vol. 64, br. 1*: 18 – 34.

Nacos, B. L. (2007.). *Mass-Mediated Terrorism: The Central Role of the Media in Terrorism and Counterterrorism*. 2. izdanje. Lanham: Rowman & Littlefield.

Napoli, P. M. (2011.). *Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences*. New York: Columbia University Press.

Nelson, T. E., Oxley, Z. M. i Clawson, R. A. (1997a). „Toward a psychology of framing effects". *Political Behavior vol. 19*, br. 3: 221 – 246.

Nelson, T. E., Clawson, R. A. i Oxley, Z. M. (1997b). „Media framing of a civil liberties conflict and its effect on tolerance". *American Political Science Review, vol. 91*, *br. 3:* 567 – 583.

Nerlich, B. i Jaspal, R. (2021.). „Social representations of 'social distancing' in response to COVID-19 in the UK media". *Current Sociology, vol. 69, br. 4:* 566 – 583.

Neuendorf, K. A. (2002.). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Neuendorf, K. A. (2017.). *The Content Analysis Guidebook*. 2. izdanje. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Nisbet, M. C. (2009.). „Communicating climate change: Why frames matter for public engagement". *Environment: Science and Policy for Sustainable Development, vol. 51, br. 2:* 12 – 23.

Ogbodo, J. N., Onwe, E. C., Chukwu, J., Nwasum, C. J., Nwakpu, E. S., Nwankwo, S. U., Nwamini, S., Elem, S. i Ogbaeja, N. I. (2020.). „Communicating health crisis: A content analysis of global media framing of COVID-19", *Health Promotion Perspectives*, *vol. 10, br. 3:* 257 – 269.

Okorie, N. (2022.) „Global media framing, COVID-19 and the issue of vaccination: An empirical inquisition", *Health Promotion Perspectives*, *vol. 12, br. 2*: 186 – 191.

O'Maley, P. (2008.). „Experiments in Risk and Criminal Justice". *Theoretical Criminology, vol. 12, br. 4*: 451 – 469.

Parsons, T. (1988.). *Društva.* Zagreb: August Cesarec.

Paska, I. (2021.). „Bits and Pieces: Experiences of Social Reality in the Midst of the Covid-19 Pandemic". *In Medias Res: Časopis filozofije medija, vol. 10, br. 18:* 2789 – 2801.

Patterson, T. E. i Donsbach, W. (1996). „News Decisions: Journalists as Partisan Actors". *Political Communication*, *vol. 13, br. 4*: 455 – 468.

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G. i Rand, D. G. (2020) „Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention", *Psychological Science*, *vol. 31, br. 7*: 770 – 780.

Peović Vuković, K. (2013). „Književnost i remedijacija. Mediji kao kulturalna dominanta kasnog kapitalizma". Dostupno na https://www.academia.edu/3670103/Knjizevnost_i_remedijacija._Mediji_kao_kulturalna_domina nta_kasnog_kapitalizma (preuzeto 10. ožujka 2023.).

Peračković, K. (2008.). „Društvo i (ili) tržište – sociološka konceptualizacija procesa marketizacije društva". *Revija za sociologiju*, *vol. 38, br. 3–4*, 975 – 997.

Peruško, Z., Perišin, T., Topić, M., Vilović, G. i Zgrabljić Rotar, N. (2011.). *Hrvatski medijski sustav prema UNESCO-ovim indikatorima medijskog razvoja (Croatian Media System according to the UNESCO Media Development Indicators).* Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Peruško, Z., Vozab, D. i Čuvalo, A. (2017.). „Treći medijski sektor iz perspektive demokratski angažiranih publika". *Politička misao: Časopis za politologiju, vol. 54, br. 3*: 108 – 131.

Peruško, Z., Vozab, D. i Čuvalo, A. (2020.). *Comparing Post-Socialist Media Systems – The Case of Southeast Europe*. London i New York: Routledge.

Peruško, Z. (2003.). „Medijska koncentracija: izazov pluralizmu medija u Srednjoj i Istočnoj Europi". *Medijska istraživanja, vol. 9, br. 1*: 39 – 58.

Peruško, Z. (2008.). *Mediji, kultura i civilno društvo*. Zagreb: Jesenski Turk.

Peruško, Z. (2011.). *Uvod u medije*. Zagreb: Jesenski i Turk.

Peruško, Z. (2013.). *Komparativna analiza postsocijalističkih medijskih sustava.* Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Phillips, T., Vargas, C., Graham, M., Couch, D. i Gleeson, D. (2021.). „The victims, villains and heroes of 'panic buying': News media attribution of responsibility for COVID-19 stockpiling". *Journal of Sociology, vol. 59, br. 2*: 580 – 599.

Pilić, D. i Pilić, I. (2021.). „Kaznenopravni aspekt širenja dezinformacija tijekom pandemije COVID-19". *Pravni vjesnik, vol 37, br. 2:* 257 – 274.

Poirier, W., Ouellet, C., Rancourt. M. A., Béchard, J. i Dufresne, Y. (2020.). „(Un)Covering the COVID-19 Pandemic: Framing Analysis of the Crisis in Canada". *Canadian Journal of Political Science*, *vol. 53, br. 2:* 365 – 371.

Popović, H., Kardov, K. i Župarić–Iljić, D. (2022.). *Medijske reprezentacije migracija: Diskurzivne konstrukcije migranata, izbjeglica i tražitelja azila u hrvatskim medijima*. Zagreb: Ured za ljudska prava i prava nacionalnih manjina Vlade Republike Hrvatske.

Prelog, N. (2011.). „Novi mediji i novinstvo na internet". U: *Uvod u medije*, ur. Zrinjka Peruško, 203 – 218. Zagreb: Jesenski i Turk.

Prpić, I., Puhovski, Ž. i Uzelac, M. (1990.). *Leksikon temeljnih pojmova politike.* Zagreb: Školska knjiga.

Rooke, M. (2021.). „Alternative media framing of COVID-19 risks". *Current Sociology, vol. 69, br. 4:* 584 – 602.

Ruggiero, T. E. (2009.). „Uses and Gratifications Theory in the 21st Century". *Mass Communication and Society*, *vol. 3, br. 1*: 3 – 37.

Rutović, Ž. (2021.). „Medijska prodaja straha (COVID 19–INFODEMIJA–SOCIOLOGIJA–PROMJENE)“. *In Medias Res: Časopis filozofije medija, vol. 10, br. 19:* 3009 – 3020.

Scales, D., Gorman, J. i Jamieson, K. H. (2021.). „The Covid-19 Infodemic – Applying the Epidemiologic Model to Counter Misinformation“. *The New England Journal of Medicine, vol. 385, br. 8:* 678 – 681.

Scheufele, D. A. (2000.). „Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look atcognitive effects of political communication”. *Mass Communication & Society, vol. 3, br. 2 – 3:* 297 – 316.

Scholte, J. A. (2005.). *Globalization: A Critical Introduction*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Schoenbach, K. (2008.). Synchronization of the news. U: *The International Encyclopedia of Communication, ur.* Wolfgang Donsbach, 4939 – 4941. Oxford: Wiley-Blackwell.

Schönbach, K. (1977.). *Trennung von Nachricht und Meinung: Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. Freiburg/München: Alber.

Schulz, W. F. (1982.). „News Structure and People's Awareness of Political Events“. *Gazette 30*: 139 – 153.

Schulz, W. F. (1990.). „The Role of News Factors in News Selection: A Theoretical Reconsideration”. *European Journal of Communication, vol. 5, br. 4*: 423 – 443.

Semetko, H. A. i Valkenburg, P. M. (2000.). „Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News”. *Journal of Communication, vol. 50, br. 2*: 93 – 109.

Shaw, D. L., McCombs, M. E., Weaver, D. i Hamm, B. (1999.). „Individuals, Groups and Agenda Melding: A Theory of Social Dissonance“. *International Journal of Public Opinion Research*, *vol. 11, br.* 1: 2 – 24.

Shoemaker, P. J. i Reese, S. D. (2014.). *Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective*. 3. izdanje. New York: Routledge.

Smith, D. W. (2006.). „The concept of the simulacrum: Deleuze and the overturning of Platonism”. *Continental Philosophy Review, vol. 38, br. 1–2*: 89 – 123.

Splichal, S. (2014.). „Masovni mediji između javnosti i javne sfere Mass Media Between the Public and the Public Sphere”. *Medijska istraživanja: Znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, *vol. 20, br. 1*: 5 – 25.

Street, J. (2003.). *Masovni mediji, politika i komunikacija.* Zagreb: Biblioteka Politička misao.

Strong, P. (1990.). „Epidemic psychology: a model“. *Sociology of Health & Illness, vol. 12, br. 3:* 249 – 259.

Strömbäck, J. i Nord, L. (2006.). „*Do politicians lead the tango? A study of the relationship between Swedish journalists and their political sources in the context of election campaigns". European Journal of Communication, vol. 21, br. 2*, 147–164.

Šalaj, B. i Grbeša, M. (2018.). *Dobar, loš ili zao?* Zagreb: TIM Press.

Šalaj, B. i Bovan, K. (2023.). HDZ protiv SDP-a ili antiestablišment protiv mainstreama? Afektivna politička polarizacija u Hrvatskoj. U: *Politike polarizacije i kulturni rat u Hrvatskoj*, ur. Enes Kulenović, 95 – 124. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Šterc, S. (2023.). „Hrvatski demografski i migracijski nesklad". *Kroatologija, vol. 14, br. 1*: 13 – 32.

Štulhofer, A. i Potočnik, D. (2001.). *Istraživačke metode u društvenim znanostima*. Zagreb: Naklada Slap.

Tadić, S., Brezovec, E. i Tadić, I. (2022.). „Društvo (COVID–19) rizika – između instrumentalne i aksiološke racionalnosti". *Obnovljeni život: Časopis za filozofiju i religijske znanosti, vol. 77, br. 1*: 49 – 64.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W. i Ling, R. (2017.). „Defining 'Fake News': A typology of scholarly definitions". *Digital Journalism, vol. 6, br. 2,* 137 – 153.

Thussu, D. K. (2007.). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: SAGE Publications Ltd.

Tkalec, G. i Kocijan, S. (2021.). „Intertekstualnost i intermedijalnost internetskih medijskih sadržaja o virusu COVID-19". *In Medias Res: Časopis filozofije medija, vol. 10, br. 19:* 3147 – 3168.

Tulloch, J. i Lupton, D. (2008.). „Life would be pretty dull without risk': Voluntary risk-taking and its pleasures". *Health Risk & Society, vol. 4, br. 2*: 113 – 124.

Turow, J. (2011.). *The Daily You: How the New Advertising Industry is Defining Your Identity and Your Worth*. New Haven: Yale University Press.

Valkenburg, P. M., Semetko, H. i De Vreese, C. H. (1999.). „The Effects of News Frames on readers". *Communication Research, vol. 26, br. 5*: 550 – 569.

van Dijk, T. A. (1988.). *News as Discourse*. Hillsdale, New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Vargo, C. J. i Guo, L. (2016.). *Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Agenda-Melding Perspective. Journalism & Mass Communication Quarterly, vol. 94, br. 4:* 1031 – 1055.

Vasterman, P., Yzermans, J. C. i Dirkzwager, A. J. E. (2005.). „The role of the media and media hypes in the aftermath of disasters". *Epidemiologic Reviews, vol. 27, br. 1:* 107 – 114.

Vujević, M. (1998.). „Profesija i politika u medijima". *Politička misao, vol. 35, br. 1:* 169 – 185.

*Webster's New World Dictionary of the American Language. (*1982). New York: Simon and Shuster.

Weaver, D. H. i Wilhoit, G. C. (1996.). *The American Journalist in the 1990s: U.S. News People at the End of an Era.* New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Wright, C. R. (1960.). *„Functional Analysis and Mass Communication". Public Opinion Quarterly, vol. 24, br. 4:* 605 – 620.

Zdravković, Ž. (2007.). „Transnacionalno vlasništvo i lokalna kultura: analiza sadržaja dvaju hrvatskih dnevnih listova". *Acta Iadertina*, *vol. 4, br. 1.*

Zgrabljić Rotar, N. (ur.) (2020.). *Digitalno doba: Masovni mediji i digitalna kultura*. Zagreb: Jesenski i Turk.

Zinn, J. O. (2021.). „Introduction: Towards a sociology of pandemics". *Current Sociology, vol. 69, br. 4*: 435 – 452.

Östgaard, E. (1965.). „Factors Influencing the Flow of News". *Journal of Peace Research*, *vol. 2*, *br. 1:* 39 – 63.

INTERNETSKI IZVORI

A.G. (2020, travanj 16). *Slavne osobe dijele teoriju zavjere o povezanosti 5G mreže i korone: „Svi ste ovce*". Index.hr. Preuzeto 21. travnja 2025., s www.index.hr/magazin/clanak/slavne-osobe-dijele-teoriju-zavjere-o -povezanosti-5g-mreze-i-korone-svi-ste-ovce/2175634.aspx.

Agroklub. (2020, 15. travnja). *Istražuju: Češnjak – potencijalni lijek u borbi s COVID-19?.* Agroklub. Preuzeto 21. travnja 2025., s https://www.agroklub.com/poljoprivredne-vijesti/istrazuju-cesnjak-potencijalni-lijek-u-borbi-s-covid-19/60353/.

Alexa Internet (n. d.) Dostupno na www.alexa.com. (Nije više dostupno). Preuzeto 1. listopada 2020.

Badovinac, J., Mahmutović, D. (2020, travanj 8). *Medicinske sestre iz karantene: Protiv virusa, snijega i potresa*. 24sata. Preuzeto 28. lipnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/medicinske-sestre-iz-karantene-protiv-virusa-snijega-i-potresa-685729

Bajruši. R. (2020, travanj 9). *Komentar: Koliko god zaslužuje pohvale za puno toga, dozvolom procesije na Hvaru Stožer je na svoja leđa natovario težak križ upitne vjerodostojnosti.* Jutarnji list. Preuzeto 11. srpnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/naslovnica/komentar-koliko-god-zasluzuje-pohvale-za-puno-toga-dozvolom-procesije-na-hvaru-stozer-je-na-svoja-leda-natovario-tezak-kriz-upitne-vjerodostojnosti-10191781

Bajruši, R. (2021, ožujak 14). *Priče iz Švedske, Italije, Njemačke i SAD-a: Kako nam se život promijenio u godinu dana.* Jutarnji list. Preuzeto 10. srpnja 2024., s

https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/price-iz-svedske-italije-njemacke-i-sad-a-kako-nam-se-zivot-promijenio-u-godinu-dana-15057700

Beti, I. (2021, svibanj 2). *Tko se othrvao korona krizi: Ovi su sektori dobro poslovali*. Večernji list. Preuzeto 2. srpnja 2024., s https://www.vecernji.hr/biznis/tko-se-othrvao-korona-krizi-ovi-su-sektori-dobro-poslovali-1489062

Brkljača, I. (2021, veljača 24). *Hrvatski turizam u doba pandemije: Osvrt na 2020. i pogled na 2021*. Arhiva Analitika. Preuzeto 29. veljače 2024., s https://arhivanalitika.hr/blog/hrvatski-turizam-u-doba-pandemije-osvrt-na-2020-i-pogled-na-2021/

Centers for Disease Control and Prevention. (n. d.). *Lesson 1: Section 11*. CDC. Preuzeto 26. ožujka 2024., s https://archive.cdc.gov/www_cdc_gov/csels/dsepd/ss1978/lesson1/section11.html.

Civilna zaštita RH. (n. d.). *Odluke Stožera civilne zaštite RH za sprečavanje širenja zaraze bolešću COVID-19*. Civilna zaštita RH. Preuzeto 29. veljače 2024., s https://civilna-zastita.gov.hr/odluke-stozera-civilne-zastite-rh-za-sprecavanje-sirenja-zaraze-bolest-COVID-19om/2304

Ćimić, I. (2020, travanj 1). *Što stoji iza tajnog sastanka Plenkovića i glavnih urednika medija*. Index.hr. Preuzeto 25. ožujka 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/sto-stoji-iza-tajnog-sastanka-plenkovica-i-glavnih-urednika-medija/2170477.aspx

Ćimić, I. (2020, lipanj 17). *Ovo su imena urednika medija koje je Plenković zvao na tajni sastanak*. Index.hr. Preuzeto 25. ožujka 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/ovo-su-imena-urednika-medija-koje-je-plenkovic-zvao-na-tajni-sastanak/2190844.aspx

Danas.hr. (2021, veljača 21). *Kakva tragedija: Žena umrla od korone nakon što je primila zaražena pluća*. Net.hr. Preuzeto 28. lipnja 2024., s https://net.hr/danas/znanost/kakva-tragedija-zena-umrla-od-korone-nakon-sto-je-primila-zarazena-pluca-309877cc-b1c7-11eb-8c25-0242ac130043

Danas.hr (2021, travanj 14). *Korona utječe na sve: Svakom trećem teže oboljelom ispada kosa, 1% doživi infarkt, stradavaju čak i bubrezi i jetra*. Net.hr. Preuzeto 9. srpnja 2024. s https://tinyurl.com/yjs2vkkw

DataReportal. (2023). Global digital overview. *DataReportal*. Preuzeto 4. lipnja 2023., s https://datareportal.com/global-digital-overview

Davis, A. (2024, prosinac 13). *Will a power shift at the top of the Murdoch family empire reshape News Corp?* The Guardian. Preuzeto 16. travnja 2025., s https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/dec/14/will-a-power-shift-at-the-top-of-the-murdoch-family-empire-reshape-news-corp-and-australian-politics-ntwnfb

Defense Advanced Research Projects Agency. (n. d.). *DARPA timeline*. DARPA. Preuzeto 4. lipnja 2023., s https://www.darpa.mil/about-us/timeline/dod-establishes-arpa

Devlin, K., Fagan, M. i Connaughton, A. (2021). *People in Advanced Economies Say Their Society Is More Divided Than Before Pandemic*. Pew Research Center. Preuzeto 22. travnja 2025., s https://www.pewresearch.org/global/2021/06/23/people-in-advanced-economies-say-their-society-is-more-divided-than-before-pandemic/

Divjak, M. (2022, siječanj 25). *Fajrunt za slavnu riječku kafić: Sa suzama pišem ovo, korona i mjere su pobijedile ovaj put.* 24sata. Preuzeto 9. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/fajrunt-za-slavni-rijecki-kafic-sa-suzama-pisem-ovo-korona-i-mjere-su-pobijedile-ovaj-put-811384

Dnevnik.hr. (2020, prosinac 24). *Crobarometar za prosinac 2020*. Dnevnik.hr. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/crobarometar-za-prosinac-2020---633579.html

Dnevnik.hr. (2020, prosinac 24). *Kome će blagdani zbog potpore građana biti još veseliji: HDZ nedodirljiv, raste povjerenje Vladi, ali i predsjedniku Milanoviću.* Dnevnik.hr. Preuzeto 4. travnja 2024., s
https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/crobarometar-za-prosinac-2020---633579.html

Državni zavod za statistiku. (2019). *Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (IKT) u kućanstvima i kod pojedinaca, 2019.* Preuzeto 8. travnja 2025. s https://podaci.dzs.hr/2019/primjena-ikt-u-kucanstvima-i-kod-pojedinaca-2019/

D.S. (2021, studeni 11). *Hasanbegović: Korona mjere predstavljaju kršenje ustavom zajamčenih ljudskih prava.* Narod.hr. Preuzeto 9. srpnja 2024. s https://narod.hr/hrvatska/hasanbegovic-koronamjere-predstavljaju-krsenje-ustavom-zajamcenih-ljudskih-prava

D.T. (2020, veljača 25). *Potvrđen koronavirus u Hrvatskoj.* Index.hr. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/potvrdjen-koronavirus-u-hrvatskoj/2159689.aspx

Duhaček, G. (2020, travanj 8). *Vučić: U pandemiji koronavirusa Srbija ide u propast.* Index.hr. Preuzeto 9. srpnja 2020., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/vucic-u-pandemiji-koronavirusa-srbiju-vodi-u-propast/2172945.aspx

Duhaček, G. (2020, svibanj 24). *Zašto dio ljudi misli da ih mediji lažu oko koronavirusa?* Index.hr. Preuzeto 20. travnja 2025., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/zasto-dio-ljudi-ne-vjeruje-medijima-a-vjeruje-teorijama-zavjera-s-Interneta/2184584

Europska komisija. (2018). *Public opinion in the European Union: Standard Eurobarometer 90 – Autumn 2018*. Europska komisija. Preuzeto 20. travnja 2025., s
https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2215

Europska komisija. (2020). *Europski mediji u digitalnom desetljeću: Akcijski plan za potporu oporavku i transformaciji*. Europska komisija. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0784

Europska komisija. (2020). *Izvještaj o digitalnoj ekonomiji.* Europska komisija. Preuzeto 28. svibnja 2023., s https://eur-lex.europa.eu/legal-contsent/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0784&from=EN (.)

Europska komisija. (2022). *Digital economy and society index (DESI) 2022*. Europska komisija. Preuzeto 3. kolovoza 2023., s https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022

Europska komisija. (2024). *Digital Decade 2024: Country report – Croatia*. Europska komisija. Preuzeto 21. svibnja 2025., s https://digital- strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-decade-2024-country-reports

Europski parlament. (2020). *Vijesti Europskog parlamenta.* Europski parlament. Preuzeto 22. travnja 2024., s https://www.europarl.europa.eu/news/hr

Europski parlament. (2020, travanj 30). *Zaštita slobode medija tijekom pandemije COVID-19*. Europski parlament. Preuzeto 2. travnja 2024., s https://www.europarl.europa.eu/topics/hr/article/20200423STO77709/zastita-slobode-medija-tijekom-pandemije-covid-19

Eurostat. (2024). *Households – level of Internet access*. Eurostat. Preuzeto 8. travnja 2025., s https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ISOC_CI_IN_H__custom_1005188/default/table?lang=en

Foreign Policy. (2020, 1. kolovoza). *The sociologist who could save us from coronavirus.* Foreign Policy. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://foreignpolicy.com/2020/08/01/the-sociologist-who-could-save-us-from-coronavirus/

Galović, A. (2020, travanj 18). *Nobelovac koji je otkrio HIV: Korona stvorena u laboratoriju.* 24sata. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/nobelovac-koji-je-otkrio-hiv-korona-stvorena-u-laboratoriju-687948

Gatarić, Lj. (2020, veljača 27). *Ekonomski učinci širenja virusa: Što će se dogoditi s proračunom ako korona otjera turiste?* Večernji list. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/ekonomski-ucinci-sirenja-virusa-sto-ce-se-dogoditi-s-proracunom-ako-korona-otjera-turiste-1381955

Gatarić, Lj. (2021, ožujak 29). *Lokalni proračuni diljem Hrvatske završili u minusu od 775 milijuna kuna: Je li za sve kriva korona?* Večernji list. Preuzeto 8. srpnja 2024., s

https://www.vecernji.hr/vijesti/lokalne-jedinice-diljem-hrvatske-zavrsile-u-minusu-od-775-milijuna-kuna-je-li-za-sve-kriva-korona-1479893

Gedeshi, I. i sur. (2022). *European Values Study 2017: Integrated Dataset (EVS 2017)*. GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://doi.org/10.4232/1.13897

Gemius Audience 2020/2023. Preuzeto 1. travnja 2023., s https://e-public.gemius.com/hr/rankings/17666

Gilbert, K. (2024, prosinac 11). *Remote control: How consolidation is changing local TV news.* Stanford News. Preuzeto 16. travnja 2025., s https://www.gsb.stanford.edu/insights/remote-control-how-consolidation-changing-local-tv-news

Global Preparedness Monitoring Board. (n. d.). *A manifesto for preparedness.* Global Preparedness Monitoring Board. Preuzeto 28. ožujka 2024., s https://www.gpmb.org/reports/m/item/a-manifesto-for-preparedness.

Global Preparedness Monitoring Board. (2019). *Annual report 2019*. Global Preparedness Monitoring Board. Preuzeto 3. kolovoza 2024., s https://www.gpmb.org/reports/annual-report-2019

Global Preparedness Monitoring Board. (2021). *GPMB Monitoring Framework for Preparedness: Technical Framework and Methodology*. Global Preparedness Monitoring Bord. Preuzeto 24. veljače 2024., s https://www.gpmb.org/reports/m/item/gpmb-monitoring-framework-full

Gotal, V. (2021, svibanj 6). *Razgovarali smo sa svjedocima katastrofe u Indiji: Sve se otele kontroli, vapimo za kisikom.* Jutarnji list. Preuzeto 28. lipnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/razgovarali-smo-sa-svjedocima-katastrofe-u-indiji-sve-se-otelo-kontroli-vapimo-za-kisikom-15070877

G.S. (2020, rujan 15). *Video: Prof. dr. sc. Vržek o koroni i Stožeru: „Živimo u divljem braku politike i struke.*" Narod.hr. Preuzeto 4. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/video-prof-dr-sc-vrcek-o-koroni-stozeru-usud-u-zivimo-u-divljem-braku-politike-i-struke

Gumbrecht, J. (2020, ožujak 11). *Coronavirus outbreak: live updates*. CNN. Preuzeto 28. ožujka 2024., s https://cnn.it/3aWkjKm

Gupta, S. (2020, ožujak 11). *Coronavirus pandemic: What you need to know.* CNN. Preuzeto 28. ožujka 2024., s https://edition.cnn.com/2020/03/09/health/coronavirus-pandemic-gupta/index.html

Guterres, A. (2019, January 24). *Special Address by António Guterres, Secretary-General of the United Nations*. World Economic Forum. Preuzeto 29. veljače 2024., s

https://www.weforum.org/stories/2019/01/these-are-the-global-priorities-and-risks-for-the-future-according-to-antonio-guterres/

HINA. (2020, listopad 18). *Analitičari: Nisko povjerenje u vladu pokazatelj da je Hrvatska neuspješna država.* Jutarnji list. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/analiticari-nisko-povjerenje-u-vladu-pokazatelj-da-je-hrvatska-neuspjesna-drzava-15026032

HINA. (2020, listopad 28). *Ravnatelj KB Dubrava: Ne provodimo nikakav progon osoba koje ukazuju na nepravilnosti*. Jutarnji list. Preuzeto 30. lipnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ravnatelj-kb-dubrava-ne-provodimo-nikakav-progon-osoba-koje-ukazuju-na-nepravilnosti-15028430

HINA. (2022, siječanj 28). *Papa Franjo: Širenje laži o koroni je kršenje ljudskih prava.* 24sata. Preuzeto 9. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/papa-franjo-sirenje-lazi-o-koroni-je-krsenje-ljudskih-prava-811999

Hot.hr. (2021, ožujak 18). *Jasmila Žbanić i njen suprug pozitivni na koronavirus, priličan je kaos, pa nismo stigli ni proslaviti nominaciju.* Net.hr. Preuzeto 5. srpnja 2024. s https://net.hr/hot/zvijezde/jasmila-zbanic-i-njen-suprug-pozitivni-na-koronavirus-prilican-je-kaos-pa-nismo-stigli-ni-proslaviti-nominaciju-60e750ba-b1c7-11eb-8d17-0242ac130034

Hot.hr. (2021, lipanj 17). *Slavko Štimac hospitaliziran je zbog koronavirusa, u bolnici je zbog obostrane upale pluća.* Net.hr. Preuzeto 5. srpnja 2024., s https://net.hr/hot/slavko-stimac-hospitaliziran-je-zbog-koronavirusa-u-bolnici-je-zbog-obostrane-upale-pluca-27187ca4-cf3d-11eb-bc6e-7a41cdb79059

Hrvatska radiotelevizija. (n. d.). *Konvergencija medija*. Leksikon Hrvatske radiotelevizije. Preuzeto 5. rujna 2023. s https://obljetnica.hrt.hr/leksikon?s=k#konvergencija-medija#konvergencija-medija

Hrvatski zavod za javno zdravstvo. (2020, siječanj 31). *Epidemija pneumonije povezana s novim bolestima COVID-19 iz Kine.* Hrvatski zavod za javno zdravstvo. Preuzeto 26. ožujka 2024., s https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/epidemija-pneumonije-povezana-s-novim-koronavirusom-kina/

Hrvatski zavod za javno zdravstvo (2022). *Post-COVID: informativna brošura za građane.* Hrvatski zavod za javno zdravstvo. Preuzeto 8. rujna 2022., s https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2022/06/Post-covid_bros%CC%8Cura_165x235mm.pdf

Hudes, S. (2024, veljača 8). *Bell to cut 4.8K jobs, sell 45 radio stations in major shake-up*. Global News. Preuzeto 16. travnja 2025., s https://globalnews.ca/news/10280833/bell-layoffs-january-2024/

I.G. (2020., ožujak 13). *Vlč. Kolar: Promišljanja o nesluženju svetih misa u Italiji*. Narod.hr. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/vlc-kolar-promisljanja-o-nesluzenju-svetih-misa-u-italiji

Index Sport (2021, prosinac 22). *Kikboksač antivakser umro od korone.* Index.hr. Preuzeto 5. srpnja 2024., s https://www.index.hr/sport/clanak/kikboksac-antivakser-umro-od-korone/2327402.aspx

Index Vijesti. (2020, svibanj 26). *Plenkovićeva vlada je pobijedila koronavirus.* Index.hr. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/plenkovic-ova-vlada-je-pobijedila-koronavirus/2185893.aspx

Index Vijesti. (2020, studeni 7). *Danas 2399 novih slučajeva i 35 umrlih: Pogledajte stanje po županijama.* Index.hr. Preuzeto 2. srpnja 2024. s https://www.index.hr/vijesti/clanak/danas-2399-novih-slucajeva-i-35-umrlih-pogledajte-stanje-po-zupanijama/2228354.aspx

Index Vijesti (2021, lipanj 18). *Objavljena nova koronakarta: Niti jedan dio Hrvatske više nije crven*. Index.hr. Preuzeto 11. srpnja 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/objavljena-nova-koronakarta-niti-jedan-dio-hrvatske-vise-nije-crven/2284374.aspx

Ingram, J. i May, M. (2024, listopad 21). *The X factor: How Trump ally Elon Musk is using social media to prime voter mistrust ahead of 2024 election.* CBS News. Preuzeto 16. travnja 2025., s https://www.cbsnews.com/news/elon-musk-trump-social-media-election-2024

International Telecommunication Union. (2024). *Facts and Figures 2024: Internet use*. International Telecommunication Union. Preuzeto 14. travnja 2025., s https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-Internet-use/?utm_source

Jarić Dauenhauer, T. (2019, studeni 30). *Pričali smo s čovjekom koji nam je prije 27 godina, usred rata, uveo internet*. Index.hr. Preuzeto 29. svibnja 2023., s www.index.hr/vijesti/clanak/pricali-smo-s-covjekom-koji-nam-je-prije-27-godina-usred-rata-uveo-Internet/2134209.aspx

Jarić Dauenhauer, N. (2020, ožujak 12). *Zašto se koronavirus puno više širi na sjeveru zemlje.* Index.hr. Preuzeto 3. siječnja 2024. s https://www.index.hr/vijesti/clanak/zasto-se-koronavirus-puno-vise-siri-na-sjeveru-zemlje/2164610.aspx.

Jarić Dauenhauer, N. (2020, travanj 19). *Naš stručnjak za cjepiva: Korona je tempirana bomba, bojimo se jeseni*. Index.hr. Preuzeto 10. srpnja 2024., s

https://www.index.hr/vijesti/clanak/nas-strucnjak-za-cjepiva-korona-je-tempirana-bomba-bojimo-se-jeseni/2175999.aspx.

Josipović, I. (2021, prosinac 8). *Dr. Markić: Zašto odgovoran roditelj danas neće cijepiti svoje dijete protiv COVID-19*. Narod.hr. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/dr-markic-zasto-odgovoran-roditelj-danas-nece-cijepiti-svoje-dijete-protiv-covid-19

Jureško, G. (2020., 18. lipnja). *Korona je doista skupa bolest: Imamo brojke, evo koliko kod nas košta 4 dana respiratora.* Jutarnji list. Preuzeto 10. lipnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/life/zdravlje/korona-je-doista-skupa-bolest-imamo-brojke-evo-koliko-kod-nas-kosta-4-dana-respiratora-15003141

Jutarnji list. (2020., 26. ožujka). *Dobro je vidim: Ohrabrujuće pomake – ravnatelj WHO-a za Europu progovorio o pandemiji koja hara starim kontinentom.* Jutarnji list. Preuzeto 26. ožujka 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/dobro-je-vidim-ohrabrujuce-pomake-ravnatelj-who-a-za-europu-progovorio-o-pandemiji-koja-hara-starim-kontinentom-10137463

Kempe, F. (2019, siječanj 1). *The World Economic Forum in Davos opens with US-CHINA contest as „the key problem of our time"*. CNBC. Preuzeto 29. veljače 2024., s https://www.cnbc.com/2019/01/20/davos-opens-with-us-china-contest-as-the-key-problem-of-our-time.html

Koretić, D. (2021, lipanj 9). *Objavljena najdetaljnija korona karta u Hrvatskoj: Naše podatke već je prihvatio i Institut Robert Koch*. Jutarnji list. Preuzeto 11. srpnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/objavljena-najdetaljnija-korona-karta-u-hrvatskoj-nase-podatke-vec-je-prihvatio-i-institut-robert-koch-15079578

Krajina, M. (2020, prosinac 2). *S odjela za COVID: Don Šimun Doljanin: Bolesnici trebaju potporu svećenika i utjehu sakramenata.* Narod.hr. Preuzeto 10. lipnja 2024., s https://narod.hr/kultura/s-odjela-za-covid-don-simun-doljanin-bolesnici-trebaju-potporu-svecenika-i-utjehu-sakramenata

Krnetić, S., Galić, M., Mrvoš Pavić, B. i Štengl, I. (2021, studeni 21). *Kako je skup protiv COVID mjera postao politički prosvjed protiv znanosti na kojem se love poeni*. 24sata. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/kako-je-skup-protiv-covid-mjera-postao-politicki-prosvjed-protiv-znanosti-na-kojem-se-love-poeni-798067/galerija-680237

Krnić, I. (2021, travanj 29). *Uskok istražuje Ministarstvo zdravstva zbog stranice koronavirus.hr*. Jutarnji list. Preuzeto 5. srpnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/uskok-istrazuje-ministarstvo-zdravstva-zbog-stranice-koronavirus-hr-15069273

Kuća ljudskih prava. (2021). *Ljudska prava u Hrvatskoj 2020*. Kuća ljudskih prava. Preuzeto 19. listopada 2021., s https://www.kucaljudskihprava.hr/publikacije/ljudska-prava-u-hrvatskoj-pregled-stanja-za-2020-godinu/

Lukić, S. (2020, travanj 13). *Korona je razotkrila štetnost teritorijalnog ustroja: Vrijeme je za promjene, vodeći stručnjak za javnu upravu predlaže potpuno novu sliku RH*. Jutarnji list. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/korona-je-razotkrila-stetnost-teritorijalnog-ustroja-vrijeme-je-za-promjene-vodeci-strucnjak-za-javnu-upravu-predlaze-potpuno-novu-sliku-rh-10196956

Magazin.hr. (2020, travanj 2). *Evo što koronavirus čini plućima u samo nekoliko dana: Ovo je snimka CT-a zaraženog 59-godišnjaka.* Net.hr. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://net.hr/magazin/zdravlje/evo-sto-koronavirus-cini-plucima-u-samo-nekoliko-dana-ovo-je-snimka-ct-a-zarazenog-59-godisnjaka-6342ec36-b1c5-11eb-b072-0242ac130039

McBride, J., Berman, N. i Chatzky, A. (2023, veljača 2) *CHINA's Massive Belt and Road Initiative.* Council on Foreign Relations. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://www.cfr.org/backgrounder/cHINAs-massive-belt-and-road-initiative

Milotić, I. (2020, listopad 15). *Obitelji zatajili da im je majka dobila koronu na Svetom Duhu, došlo je do ljudske greške*. 24sata. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/obitelji-zatajili-da-im-je-majka-dobila-koronu-na-svetom-duhu-doslo-je-do-ljudske-greske-722313

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2020, siječanj 8). *U 2019. godini 21 milijun turista, 5 posto više nego u 2018., noćenja 2,4 posto više*. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske. Preuzeto 29. veljače 2024., s https://mint.gov.hr/vijesti/u-2019-godini-21-milijun-turista-5-posto-vise-nego-u-2018-nocenja-2-4-posto-vise/20762

Monitor.hr. (1999). *HRLink*. Monitor.hr. Preuzeto 29. svibnja 2023., s https://www.monitor.hr/hrlink/1999/44.htm

Narod.hr. (2021, lipanj 9). *Akademik Krešimir Pavić: Treba zaustaviti ovu ludost oko COVID-a*. Narod.hr. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/akademik-kresimir-pavelic-treba-zaustaviti-ovu-ludost-oko-covida

Narodne Novine. (2003, 7. srpnja). *Zakonski akt*. Narodne Novine. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_07_122_1729.html

Narodne Novine. (2009, 12. prosinca). *Zakonski akt*. Narodne Novine. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_12_153_3740.html

Narodne Novine. (2013, 7. srpnja). *Zakonski akt*. Narodne Novine. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_07_94_2133.html

Narodne Novine. (2021, 11. listopada). *Zakonski akt o izmjenama*. Narodne Novine. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_10_111_1942.html

Narodne Novine. (2023, 30. ožujka). *Zakonski akt*. Narodne Novine. Preuzeto 3. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_03_30_521.html

NASA. (n. d.). *Satellite details: 1957-001B*. NASA NSSDC. Preuzeto 4. lipnja 2023., s https://nssdc.gsfc.nasa.gov/nmc/spacecraft/display.action?id=1957-001B

Odluka Agencije za elektroničke medije klasa: UP/I-612-12/22-09/0001, urbroj: 114-06-23-02 od 9. ožujka 2023. o dodjeli sredstava Fonda za poticanje pluralizma i raznovrsnosti elektroničkih medija 01/22 profitnim pružateljima elektroničkih publikacija, neprofitnim pružateljima elektroničkih publikacija te neprofitnim proizvođačima audiovizualnog i radijskog programa za 2023. godinu. Narodne novine, 30/2023. Preuzeto 3. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2023_03_30_521.html

Pandžić, I. (2021, lipanj 21). *Korona godina izbrisala čak 40 posto dobiti hrvatskih tvrtki.* 24sata. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/news/korona-godina-izbrisala-cak-40-posto-dobiti-hrvatskih-tvrtki-769181

Petrić, I. (2021, siječanj 25). *Kako će izgledati svijet nakon korone: Povijest velikih bolesti krije neke odgovore*. Korona.Net.hr. Preuzeto 10. srpnja 2024., s https://korona.net.hr/nema-kategorije/kako-ce-izgledati-svijet-nakon-korone-povijest-velikih-bolesti-krije-neke-odgovore/

Pinoza, H. (2023, prosinac 28). *Epidemije i pandemije kroz povijest: njihovi učinci često traju stoljećima.* Kreni zdravo. Preuzeto 26. veljače 2024., s https://krenizdravo.dnevnik.hr/zdravlje/bolesti-zdravlje/epidemije-i-pandemije-kroz-povijest-njihovi-ucinci-cesto-traju-stoljecima-lijecnik-otkriva-koje-su-bile-najkobnije-za-covjecanstvo

Prkačin, I. (2021, listopad 13). *Glumac zbog korone nije otišao na pregled, kasnije otkrio rak: COVID-19 nije jedina bolest.* 24sata. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.24sata.hr/show/glumac-zbog-korone-nije-otisao-na-pregled-kasnije-otkrio-rak-covid-19-nije-jedina-bolest-789818

Proleksis enciklopedija. (2013). *Acta diurna (Acta populi ili Acta publica)*. Proleksis enciklopedija. Preuzeto 9. travnja 2025., s https://proleksis.lzmk.hr/6803/

Raknić, D. (2021, svibanj 3). *Bili su prvaci u borbi protiv korone, a kad je cijepljenje došlo na red, zakazalo je sve*. Jutarnji list. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/bili-su-prvaci-u-borbi-protiv-korone-a-kad-je-cijepljenje-doslo-na-red-zakazalo-je-sve-15072927

Reuters Institute. (2022). *Digital news report 2022.* Reuters Institute. Preuzeto 3. kolovoza 2023., s https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022

Rocha, V., Alfonso III, F., Berlinger, J., Yeung, J., Renton, A. and Wagner, M. (2020, ožujak 11). *March 11 coronavirus news*. CNN. Preuzeto 28. ožujka 2024., s https://www.cnn.com/world/live-news/coronavirus-outbreak-03-11-20-intl-hnk/index.html

Rost, S. (2024, siječanj 4). *Media concentration in Europe, a growing threat to democracy.* Voxeurop. Preuzeto 16. travnja 2025., s https://voxeurop.eu/en/media-concentration-in-europe-threat-democracy/

Rudež, T. (2022, veljača 5). *Je li epidemija koronavirusa srušila našu vjeru u znanost?* Jutarnji list. Preuzeto 9. srpnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/je-li-epidemija-koronavirusa-srusila-nasu-vjeru-u-znanost-15154362

Safe Journalists. (2024). *European Commission on the State of Media in Croatia: SLAPP Lawsuits, Non-Transparent Ownership and Public Funding Issues Persist*. Safe Journalists. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://safejournalists.net/european-commission-on-the-state-of-media-in-croatia-slapp-lawsuits-non-transparent-ownership-and-public-funding-issues-persist

Statista (2024). *Largest media companies worldwide as of April 2024, by market capitalization*. Statista. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://www.statista.com/statistics/1549961/the-worlds-largest-media-companies-by-market-cap/

Stošić, P. (2021, prosinac 3). *COVID prosvjedi dali su ekstremnoj desnici priliku života.* Index.hr. Preuzeto 1. srpnja 2024., s https://www.index.hr/vijesti/clanak/covidprosvjedi-dali-su-ekstremnoj-desnici-priliku-zivota/2322656.aspx

S.V. (2022, veljača 4). *Bolnice u Njemačkoj, UK i Izraelu odbile hitno operirati dječaka (3) jer mu roditelji nisu cijepljeni.* Narod.hr. Preuzeto 4. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/bolnice-u-njemackoj-uk-i-izraelu-odbile-hitno-operirati-djecaka-3-jer-mu-roditelji-nisu-cijepljeni

The Motley Fool (2024). *The 6 Biggest Media Conglomerates in 2024*. The Motley Fool. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://www.fool.com/investing/stock-market/market-sectors/communication/media-stocks/big-6/

The Reuters Institute for the Study of Journalism (2022, lipanj 15). *Digital News Report 2022.* The Reuters Institute. Preuzeto 3. kolovoza 2023. s https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/croatia

The White House. (2025). *Lab Leak: The True Origins of COVID-19*. The White House. Preuzeto 20. travnja 2025., s https://www.whitehouse.gov/lab-leak-true-origins-of-covid-19/

Tikvica, M. (2020, ožujak 24). *Video: Zemlja iz koje je potekao koronavirus – Kina, komunistička država sa snažnim represivnim sustavom.* Narod.hr. Preuzeto 4. srpnja 2024., s https://narod.hr/koronavirus/video-zemlja-iz-koje-je-potekao-koronavirus-kina-komunisticka-drzava-sa-snaznim-represivnim-sustavom

Tooze, A. (2020, kolovoz 1). *The Sociologist Who Could Save Us from Coronavirus.* Foreign Policy. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://foreignpolicy.com/2020/08/01/the-sociologist-who-could-save-us-from-coronavirus/

Trkanjec, Ž. (2020, lipanj 25). *Dokazano: Novine ne prenose koronavirus niti predstavljaju rizik za zdravlje*. Jutarnji list. Preuzeto 8. srpnja 2024., s https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/dokazano-novine-ne-prenose-koronavirus-niti-predstavljaju-rizik-za-zdravlje-15004553

U ime obitelji. (n. d.). *O nama*. U ime obitelji. Preuzeto 17. srpnja 2024., s https://uimeobitelji.net/o-nama/

UNESCO. (2022). *Journalism Is a Public Good: World Trends in Freedom of Expression and Media Development, Global Report 2021/2022*. UNESCO. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380618

United Nations. (2020). *Shared responsibility, global solidarity: Responding to the socio-economic impacts of COVID-19.* United Nations. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-03/SG-Report-Socio-Economic-Impact-of-Covid19.pdf

Večernji.hr, HINA. (2020, ožujak 16). *U Europi ukupno zabilježen 2291 smrtni slučaj. Slovenija zatvara i zračni promet.* Večernji list. Preuzeto 10. srpnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/u-kini-deset-novih-smrtnih-slucajeva-od-koronavirusa-1385929

Veljković, S., Vitas, Z. i Barišić Kovačević, R. (2020, kolovoz 28). *Šostar objasnio zašto ne testiramo više: Stručnjaci kažu da tako ne možemo spriječiti širenje zaraze*. Večernji list. Preuzeto 4. travnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/sostar-objasnio-zasto-ne-testiramo-vise-strucnjaci-tako-ne-mozemo-sprijeciti-sirenje-zaraze-1427093

Vilović, G., Došen, K., Ivanuš, Ž., Majstorović, D., Mučalo, M. (2023, rujan). *Croatia - Country Report 2023*. Euromedia Ownership Monitor. Preuzeto 15. travnja 2025., s https://media-ownership.eu/findings/countries/croatia

Vitas, Z. (2020, svibanj 3). *Radimo na spreju koji bi nas cijeli dan štitio od COVID-19*. Večernji list. Preuzeto 2. travnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/radimo-na-spreju-koji-bi-nas-cijeli-dan-stitio-od-covid-19-1399081

Vitas, Z. (2020, srpanj 25). *Cijepljenje protiv COVID-19: Od sredine 2021., a proizvodnja cjepiva dok traje pandemija bez profita.* Večernji list. Preuzeto 2. srpnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/cijepljenje-protiv-covid-19-od-sredine-2021-a-proizvodnja-cjepiva-dok-traje-pandemija-bez-profita-1419734

Vitas, Z. (2020, prosinac 4). *Pobune frakcije i optužbe: Što se uistinu događa među hrvatskim znanstvenicima?* Večernji list. Preuzeto 11. srpnja 2024., s https://www.vecernji.hr/vijesti/pobune-frakcije-i-optuzbe-sto-se-uistinu-dogada-medu-hrvatskim-znanstvenicima-1451302

Zakon o elektroničkim medijima. (2003). Narodne novine, 122/2003. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_07_122_1729.html

Zakon o elektroničkim medijima. (2009). Narodne novine, 153/2009. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2009_12_153_3740.html

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o elektroničkim medijima. *(*2013). Narodne novine, 94/2013. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_07_94_2133.html

Zakon o elektroničkim medijima. (2021). Narodne novine, 111/2021. Preuzeto 2. kolovoza 2023., s https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2021_10_111_1942.html

We Are Social & Hootsuite. (2020, siječanj). *Digital 2020: 3.8 billion people use social media*. Global Overwiew Report. Preuzeto 14. travnja 2025., s https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media

World Economic Forum. (2019a). *The Global Competitiveness Report 2019*. *World Economic Forum*. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf

World Economic Forum. (2019b). *Globalization 4.0: Shaping a New Global Architecture in the Age of the Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. Preuzeto 15. siječnja 2024., s https://www3.weforum.org/docs/WEF_Globalization_4.0_Call_for_Engagement.pdf

World Economic Forum. (2024, siječanj 17). *Preparing for a disease X*. World Economic Forum. Preuzeto 28. ožujka 2024., s https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2024/sessions/preparing-for-a-disease-x/

World Health Organization. (n. d.). *Coronavirus*. World Health Organization. Preuzeto 26. travnja 2024., s https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

World Health Organization (WHO). (n. d.). *COVID-19 Dashboard: Deaths*. World Health Organization. Preuzeto 10. srpnja 2024., s https://data.who.int/dashboards/covid19/deaths

World Health Organization. (n. d.). *Coronavirus desease (COVID-19) pandemic*. World Health Organization. Preuzeto 26. ožujka 2024., s https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19

World Health Organization. (2020). *COVID-19 Strategy Update – 14 April 2020*. World Health Organization. Preuzeto 20. travnja 2025. s https://www.who.int/publications-detail/strategic-preparedness-and-response-plan-for-the-new-coronavirus.

World Health Organization. (n. d.). *Infodemic management*. World Health Organization. Preuzeto 3. travnja 2024. s https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1.

World Health Organization. (2020). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation*. World Health Organization. Preuzeto 22. travnja 2025., s https://www.who.int

World Health Organization (WHO), United Nations (UN), United Nations Children's Fund (UNICEF), United Nations Development Programme (UNDP), United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Joint United Nations Programme on HIV/AIDS (UNAIDS), International Telecommunication Union (ITU), UN Global Pulse, & International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies (IFRC). (2020, rujan 23). *Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation*. *Joint statement*. World Health Organization. Preuzeto 14. travnja 2025., s https://www.who.int/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation

14. POPIS PRILOGA

Prilog 1. Popis ilustrativnih priloga

Tablica 1. Vrste koncentracije vlasništva nad medijima…….……45
Tablica 2. Usporedba čimbenika vijesti prema Galtungu i Ruge (1965.) te Schulzu (1982.).....66
Tablica 3. Uzroci sinkronizacije u medijskom izvještavanju..……..…….……71
Tablica 4. Tri procesa koji utječu na postavljanje agende prema Kingdonu.……...75
Tablica 5. Pet interpretativnih okvira prema Semetko, Valkenburg i De Vreesu (Valkenburg, Semetko i De Vreese, 1999.; Semetko i Valkenburg, 2000.) s primjerima iz pandemije COVID-19.....……..…….……79
Tablica 6. Osnovni podaci o analiziranim člancima..……..…….…….....123
Tablica 7. Prikaz interpretativnih okvira ukupno (svi mediji i svi valovi pandemije)…...…..127
Tablica 8. Prikaz glavnih tema u članku……..……...……130
Tablica 9. Prikaz glavnih aktera ili izvora u članku……...…..……..132
Tablica 10. Prikaz pozitivnih vrijednosnih sudova……...……...135
Tablica 11. Prikaz negativnih vrijednosnih sudova…….……..……...137
Tablica 12. Prikaz interpretativnih okvira s obzirom na promatrane valove pandemije…...139
Tablica 13. Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – interpretativni okviri s obzirom na promatrane valove pandemije…….....142
Tablica 14. Prikaz tema s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19……..144
Tablica 15. Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – glavne teme u članku……..……..…….145
Tablica 16. Prikaz aktera ili izvora u članku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19……....……...147
Tablica 17. Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – akteri ili izvori u članku s obzirom na promatrane valove pandemije…….…….…...149
Tablica 18. Interpretativno novinarstvo i vrijednosni sudovi novinara i glavnih aktera u članku s obzirom na promatrane valove pandemije bolesti COVID-19…….…….....151
Tablica 19. Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – glavni akter i vrijednosni sudovi s obzirom na valove pandemije…...……...…….....153
Tablica 20. Hi-kvadrat test i Cramérov V-test – negativan sud o zdravstvenom aspektu pandemije bolest COVID-19 ili nekom zdravstvenom stručnjaku..…….……..156
Tablica 21. Prikaz interpretativnih okvira s obzirom na promatrane medije..…….……161
Tablica 22. Hi-kvadrat test i Bonferronijeva korekcija – interpretativni okviri s obzirom na promatrane elektroničke publikacije…….……...…….165

Tablica 23. Prikaz tema s obzirom na promatrane elektroničke publikacije…….…….167
Tablica 24. Hi-kvadrat test i Bonferronijeva korekcija – glavne teme s obzirom na promatrane elektroničke publikacije..……...….169
Tablica 25. Prikaz aktera ili izvora u medijskim objavama, s obzirom na promatrane hrvatske elektroničke publikacije…..……...…….....173
Tablica 26. Hi-kvadrat test – interpretativno novinarstvo……...……179
Tablica 27. Kriteriji globalnog medijskog događaja prema Becku……...……..…….. 182
Tablica 28. Hik-vadrat test – tri skupine procesa koje mogu utjecati na medijsku agendu……189
Tablica 29. Tri skupine procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende u Kontekstu promatranih medija……..……..193
Tablica 30. Hi-kvadrat test – tri skupine procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende s obzirom na promatrane medije……....……...194
Tablica 31. Prikaz kriterija ili „čimbenika vijesti“ prema Galtungu i Ruge (1965.) u promatranim člancima……..…..……197
Tablica 32. Prikaz šest dimenzija vijesti prema Schulzu (1982.)...…….…..…….198

Prilog 2. Popis grafikona

Grafikon 1**.** Negativni sudovi novinara i glavnih aktera kroz valove pandemije bolesti COVID-19……155
Grafikon 2. Usporedba interpretativnog pristupa i vrijednosnih sudova po elektroničkim publikacijama…….…..……..179
Grafikon 3. Usporedba kriterija Beckovog globalnog medijskog događaja prema elektroničkim publikacijama……..……..183
Grafikon 4. Najčešće osobine globalnih rizika prema Beckovoj teoriji...…….……..185
Grafikon 5. Prikaz procesa koji mogu utjecati na definiranje medijske agende..…….188
Grafikon 6. Prikaz procesa koji utječu na oblikovanje medijske agende po valovima pandemije……191
Grafikon 7. Najčešći kriteriji vrijednosti vijesti u izvještavanju o pandemiji bolesti COVID-19……..……..…196
Grafikon 8. Prisutnost potvrđenih indikatora pristranosti vijesti u medijima (*news-bias*)……200

Prilog 3. Analitička matrica

1. Datum kada je objavljena vijest

2. Val pandemije:

1

2

3

4

5

3. Naziv medija:

1 Index.hr

2 Jutarnji.hr

3 Net.hr

4 Večernji.hr

5 Narod.hr

6 24sata.hr

4. Autor članka

5. Naslov vijesti (ili do 10 riječi opisa)

6. Vrsta vijesti

1. Vijest: Činjenično izvještavanje koje sadržava istinite, kratke, jasne i pravodobne podatke o nekom događaju (odgovara na pitanja tko, što, kada, gdje, zašto i kako).

2. Reportaža: Duža vrsta vijesti koja događaj ili pojavu donosi kroz priču, a ne izvještava samo o činjenicama. Vrsta vijesti u kojoj se miješaju činjenice i subjektivni elementi. Novinar ne mora nužno biti na mjestu događaja.

3. Uvodnik / kolumna / komentar: Subjektivne vrste vijesti u kojoj autori daju svoja osobna tumačenja i mišljenja. Uvodnik je članak u kojem autor ili urednik jasno izražava svoje mišljenje i evaluaciju pojave ili događaja; kolumna je poseban odjeljak u novinama koji se redovno objavljuje na istom mjestu, a piše se u osobnom stilu; komentar je stručno mišljenje

nekog eksperta, političara itd. (na televiziji je to kritička rasprava i analiza političkih problema novinara i gosta-stručnjaka).
4. Intervju: Vijest koja se sastoji izravno citiranih pitanja i odgovora između osobe koja postavlja i osobe koja odgovara na pitanja. Dijelovi intervjua mogu biti i dio reportaže, ali ovdje se misli isključivo na prikaz intervjua bez subjektivnih elemenata karakterističnih za reportažu.

7. Koji je metaokvir

1. Teorija vrijednosti vijesti – zašto je pandemija potisnula sve druge vijesti i bila glavna vijest 2 godine – nametnuta tema. Nametnutost rizika (ili osjećaj nametnutosti) od dominantnih društvenih skupina. Ispitujemo insceniranje atmosfere stalnog straha i plašenje ljudi: „Ljude se uvijek može uplašiti, a oružje za uklanjanje uzroka straha uvijek se može i dobro prodati." Balabanić (2013: 55) – kontrola mase uz pomoć nametanja straha i panike
2. Medijski spektakl dramatiziranjem rizika u cilju povećanja broja klikova — zarada
3. Panika i strah od nepoznatog (novinari, glavni akteri, sporedni akteri – medijski sadržaj)
4. Briga za zdravlje nacije, ljudskog roda-opstanak
5. Briga za gospodarsku situaciju-strah od gladi
6. Teorija zavjere — Uvjerenje da utjecajne osobe s lošim namjerama potajno manipuliraju određenim događajima ili situacijama.
7. Politizacija u društvu – politizacija teme bolest COVID-19, a u svrhu stjecanja političkih bodova (op. a.). Ovdje pripada i politizacija Stožera.
8. Polarizacija u društvu – podjele u društvu u vezi s bolešću COVID-19 prema političkim (stranačkim) ili ideološkim uvjerenjima. Stavove o svim temama vezanima za COVID-19 određuju politički ili ideološki stavovi (op. a.).
9. Populizam – ideologija koja dijeli društvo na dvije antagonističke skupine, običan narod i korumpiranu elitu te tvrdi da bi politika trebala biti izraz volje naroda (Šalaj 57: 2012)
10. Nepovjerenje u zdravstveni sustav- mito i korupcija u zdravstvu
11. Nepovjerenje u državne institucije – mito i korupcija na svim razinama vlasti
12. Gubitak povjerenja u znanost, struku i stručnjake – izjednačavanje laika i stručnjaka kao posljedica dostupnosti informacija na internetu bez znanja o čitanju pravih izvora – masa se informira u moru dostupnih podataka na internetu bez kriterija o točnosti i istinitosti podataka.

8. Pitanja za analizu interpretativnih okvira — Okvir odgovornosti

1. Sugerira li se u članku da neka razina državne vlasti može (ima mogućnosti ili sposobnosti) ublažiti problem?
2. Sugerira li se u članku da je neka razina državne vlasti odgovorna za neku temu/problem?
3. Sugerira li članak rješenje(a) za problem/temu?
4. Sugerira li se u članku da je neki osoba (ili grupa ljudi u društvu) odgovorna za temu/problem?
5. Sugerira li članak da problem traži hitnu akciju?

9. Okvir ljudskog interesa

1. Koriste li se u članku ljudski primjer/ljudska priča ili „ljudsko lice" o temi?
2. Upotrebljavaju li se u članku pridjevi ili kratke priče koje izazivaju osjećaje bijesa, empatije, simpatije ili suosjećanja?
3. Naglašava li se u članku kako na pojedince ili grupe utječe tema/problem?
4. Ulazi li tema članka u privatne i osobne živote glavnih aktera?
5. Sadržava li članak vizualne podatke/informacije koji mogu izazvati osjećaje bijesa, empatije, simpatije ili suosjećanja?

10. Okvir sukoba

1. Odražava li se u članku neslaganje između stranaka-pojedinaca-skupina-država?
2. Izražava li stranka-pojedinac-skupina-država zamjeranje prema drugoj?
3. Odnosi li se članak na dvije strane ili više od dvije strane nekog problema ili teme?
4. Odnosi li se članak na pobjednike i gubitnike?
5. Okvir sukoba

11. Okvir morala

1. Sadržava li članak neku moralnu poruku?
2. Odnosi li se članak na čednost, Boga ili druga religiozna načela?
3. Nude li se u članku neke druge društvene upute/preporuke o tome kako se treba ponašati?

12. Ekonomski okvir

1. Spominju li se financijski gubici ili dobici u sadašnjosti ili budućnosti?
2. Spominju li se uključeni troškovi/stupnjevi izdataka?
3. Spominju li se ekonomske posljedice slijeđenja ili neslijeđenja smjera djelovanja?

13. Interpretativni okvir za društvo rizika – traženje „žrtvenog jarca" kao osobina društva rizika

1. Naglašava li se u tekstu prebacivanje krivnje na ljudski čimbenik za nastanak virusa (u laboratoriju)?
2. Naglašava li se u tekstu ljudska pogreška pri korištenju tehnologije odnosno da je virus pobjegao iz laboratorija zbog „ljudske pogreške"?
3. Naglašava li se tekstu odgovornost odnosno ljudska krivica što nisu u većoj mjeri ili dovoljno rano djelovali u smjeru smanjenja svih štetnih posljedica do kojih je dovelo širenje virusa?
4. Iznosi li novinar stav da su se posljedice pandemije mogle izbjeći ili umanjiti drugačijim djelovanjem odgovornih?
5. Iznosi li glavni akter stav da su se posljedice pandemije mogle izbjeći ili umanjiti drugačijim djelovanjem odgovornih?

14. Sadržava li tekst članka odnosno njegova glavna tema kriterije Beckovog globalnog medijskog događaja odnosno planetarnog izvanrednog stanja?

1. Masmedijski nastanak katastrofe – prikaz masovne smrt u realnom vremenu na globalnom nivou uz aktivno učešće i prisustvo čitavog čovječanstva.
2. Planetarni osjećaj bola – priče koje slamaju srce, kolektivna sudbina koja kao kozmopolitsko traumatsko iskustvo potresa i ujedinjuje visoko individualizirano svjetsko rizično društvo.
3. Za nas – globalni rizici su nacionalne tragedije, katastrofe „za nas".
4. Iskustvo antropološkog šoka o ranjivosti osnova građanskog svijeta – smrt duboko ukorijenjenih kulturnih normi i samorazumljivosti građanskog života u zajednici pretvoreni u događaj uživo .

15. Informacijska vrijednost vijesti – kriteriji novinarske selekcije

Sadržava li tekst članka, odnosno njegova glavna tema kriterije ili ove „čimbenike vijesti"; Galtung i Ruge (1965.), 12 „čimbenika vijesti":

1. Frekvencija — vremenski tijek događaja je usklađen s periodičnošću objavljivanja.
2. Čimbenik praga pozornosti – veći intenzitet događaja veća je vjerojatnost da će se o njemu informirati.
3. Jednoznačnost – događaj jasan i jednoznačan.
4. Važnost — događaj utječe na život recipijenta. Odnosi se i na kulturološku blizinu.
5. Suglasnost – događaj je suglasan s očekivanjima i željama publike.
6. Iznenađenje – događaj je neočekivan i rijedak.

7. Kontinuitet – o događaju se kontinuirano izvještava.
8. Varijacija ili uravnoteženost sadržaja – ako na sliku vijesti pretežno utječu određeni događaji (npr. situacija u RH), onda komplementarni događaji (situacija izvan RH) imaju veću šansu postati viješću jer se masovni mediji trude oko uravnoteženog prikaza informacija.
9. Odnos prema elitnim nacijama – događaj u kojemu sudjeluju moćne i važne nacije.
10. Odnos prema elitnim osobama – događaji u kojima sudjeluju moćne i važne osobe.
11. Personalizacija – događaj je posljedica djelovanja ljudi koji se mogu konkretno identificirati.
12. Negativizam.

16. Sadržava li članak, odnosno njegova glavna tema, ključne čimbenike vijesti prema Schulzu (1982.)?
1. Vrijeme – trajanje, tematizacija (u smislu kontinuiteta).
2. Blizina – prostorna, politička, kulturalna; relevantnost.
3. Status – regionalna centralnost, nacionalna centralnost, osobni utjecaj, prominentnost (poznatost osobe).
4. Dinamika – iznenađenje, struktura (u smislu kompleksnosti, odnosno jednoznačnosti).
5. Vrijednosna orijentacija – konflikt, kriminalitet, štete, uspjeh.
6. Identifikacija – personalizacija, etnocentrizam (veza sa stanovništvom zemlje u kojem je određeni medij domicilan).

17. Sadržava li tekst članka, odnosno njegova glavna tema ove kriterije vrijednosti vijesti:
1. povezanost s prijašnjim događajima i temama
2. povezanost s drugim aktualnim temama
3. teritorijalnu blizinu događaja ili pojave
4. kulturnu blizinu događaja ili pojave
5. naglašavanje opasnosti i štetu za zdravlje i život građana (izravno gledatelja)
6. naglašavanje ekonomskih šteta
7. naglašavanje elementa iznenađenja (isticanje neočekivanih i rijetkih događaja ili pojava)
8. naglašavanje drugih negativnih elemenata događaja ili pojave (nemar, prevara, kriminal itd.)
9. naglašavanje poznatih osoba
10. naglašavanje konflikata
11. naglašavanje uspjeha

12. personalizaciju informacija (prikazivanje događaja ili pojave preko privatnih priča)
13. izvještavanje o događaju dramskom strukturom (u idealnom slučaju – uvod u događaj ili pojavu, zaplet, vrhunac, preokret i rasplet)
14. postojanost (kada događaj postane stalna vijest, o njemu se izvještava čak i ako ne posjeduje znatnu informacijsku vrijednost)
15. suglasje s kulturnim sklopom i širim društvenim očekivanjima (stavljanje rizičnog događaja u prevladavajuće obrasce mišljenja i stavova – npr. u stav da je hrvatsko društvo izrazito korumpirano, da su liječnici korumpirani i slično).

18. Istraživanje pristranosti vijesti (news-bias)

1. Citira li novinar ili upotrebljava u razgovoru (daje riječ skupinama ili osobama) „oportune svjedoke" čije su izjave u skladu s redakcijskom politikom odnosno orijentacijom njegova komentara?
2. Pitanja o sadržaju: U članku se daju „narodni" domaći lijekovi /preporuke za liječenje i prevenciju virusa.
3. U članku se spominju medicinske posljedice virusa poput otpadanja kose i sl.
4. U članku se govori o teoriji zavjere poput čipiranja građana preko cijepljenja.
5. U članku se govori o teoriji zavjere – povezanost Billa Gatesa i bolest COVID-19.
6. U članku se govori o teoriji zavjere – namjernom širenju virusa u cilju smanjenja svjetske populacije.
7. U članku se iznosi mišljenje da bolest COVID-19 ne postoji.
8. 5G i bolest COVID-19.

19. Procesi koje ispitivač može prepoznati u tekstu, a koji mogu utjecati na definiranje medijske agende

1. Problemi koji stvaraju pritisak na sustav (op. a., poput pandemije bolesti COVID-19).
2. *Policies* – poput postupne akumulacije znanja i perspektiva među specijalistima (op. a. struka) u određenom području i generiranje stručnih prijedloga djelovanja.
3. *Politics* – politički procesi poput promjene nacionalnog raspoloženja, hirovito javno mišljenje, promjene u administraciji i promjene u nacionalnim predstavničkim tijelima nakon izbora, kampanja uoči izbora (nacionalni i lokalni).
4. Turistička sezona (približavanje sezone ili trajanje).

20. Opremljenost audiovizualnim sadržajem

21. Mjesto gdje se odvija radnja glavne teme (kojih može biti i više):

1. Hrvatska
2. EU
3. Kina
4. Italija
5. Srbija
6. regija JIE
7. SAD
8. svijet (više zemalja).

22. Je li glavna tema u članku (kojih može biti i više):

1. dnevni izvještaj Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske
2. broj zaraženih i mrtvih
3. cijepljenje
4. državne mjere
5. gospodarska situacija u pandemiji
6. politička situacija
7. *lockdown*, izolacija, karantena
8. nošenje maski
9. dezinfekcija javnih prostora
10. javna okupljanja građana
11. kršenje ljudskih prava (ili bolje pitanje ljudskih prava)
12. kažnjavanje ugostitelja koji krše mjere
13. kažnjavanje građana koji krše mjere
14. ponašanje građana u pandemiji vezano za mjere
15. držanje socijalne distance
16. pandemija i posljedice na zaposlenost – nezaposlenost
17. trgovinski odnos SAD-Kina
18. teorija nastanka virusa – tržnica u Wuhanu i šišmiš
20. teorija nastanka virusa – laboratorij u Wuhanu
23. migranti i pandemija
24. Svjetska zdravstvena organizacija – informacije, savjeti i preporuke
25. MMF – troškovi krize izazvane pandemijom bolesti COVID-19
26. globalno zagrijavanje i pandemija bolesti COVID-19

27. globalni ekonomski rizik odnosno gospodarske posljedice pandemije bolesti COVID-19
28. globalni zdravstveni rizik pandemije bolesti COVID-19
29. globalni politički aspekt, odnosno političke posljedice pandemije bolesti COVID-19
30. „infodemija“
31. teorija zavjere
32. medijska prava i slobode
33. zabava
34. sport
35. komentar/analiza stručnjaka
36. javno mišljenje, odnosno *online* ili uživo djelovanje građana (npr. prosvjed)
37. vjerski događaj u pandemiji (služenje mise, procesija)
38. upozoravanje na porast drugih bolesti u pandemiji bolesti COVID-19 (poput raka)
39. sportske aktivnosti u pandemiji
40. mjere obveznog testiranja dužnosnika, državnih službenika i namještenika, službenika i namještenika u javnim službama
41. mentalno zdravlje i posljedice pandemije na ljude
42. sigurnost građana – kriminalitet
43. kritika znanstvenika prema državnim mjerama zaštite od bolesti COVID-19 (*lockdown*, maske, socijalna distanca, pranje ruku, dezinfekcija prostora)
44. lijekovi za bolest COVID-19
45. kućni ljubimci i bolest COVID-19
46. simptomi bolesti COVID-19
47. respiratori
48. PCR testovi
49. rušenje/propadanje zdravstvenog sustava
50. COVID potvrde
51. kućni testovi?

Pitanja za utvrđivanje aktera/izvora

23. Je li glavni akter ili izvor u članku (može ih biti i više):

1. službeni izvor
2. neslužbeni izvor/neimenovani izvor
3. Predsjednik
4. Premijer

5. saborski zastupnici vladajuće stranke/koalicije
6. saborski zastupnici oporbe
7. državni službenici
8. Stožer civilne zaštite RH
9. ravnatelj bolnice
10. liječnik
11. medicinska sestra/brat
12. medicinski djelatnik/stručnjak za medicinu
13. djelatnik Imunološkog zavoda
14. djelatnik u laboratoriju
15. građanin
16. drugi medij – domaći
17. drugi medij – strani
18. društvene mreže
19. osoba iz društvenog javnog života
20. predstavnik policije
21. predstavnik Svjetske zdravstvene organizacije
22. grupa/skupina stručnjaka
23. predstavnik Katoličke crkve
24. konzervativni aktivist
25. znanstvenik (hrvatski)
26. ministar zdravstva RH
27. strani znanstvenik
28. strani političar
29. stručnjaci (neimenovani)
30. predstavnik farmaceutske industrije/proizvođača cjepiva
31. HZJZ?

24. Interpretativno novinarstvo – tumačenja novinara (prisustvo/odsustvo):

25. Daje li novinar određeni ton članku:

1. pozitivan
2. neutralan
3. negativan.

26. Nagađa li novinar o budućim posljedicama događaja?

27. Iznosi li novinar u članku vrijednosni sud prema glavnoj temi/glavnim temama?

28. Vrijednosni sudovi

1. pozitivan
2. negativan
3. deskripcija
4. podjednako pozitivan i negativan sud.

29. Pozitivan sud

Autor članka (novinar) iznosi pozitivan sud (kojih može biti i više):

Glavni akter u članku iznosi pozitivan sud:

1. naglašava ozbiljnost situacije s pandemijom bolest COVID-19a
2. politički aspekt ili nekog političara
3. zdravstveni aspekt pandemije bolesti COVID-19 ili nekog zdravstvenog stručnjaka
4. ekonomski aspekt pandemije bolesti COVID-19 ili nekog ekonomskog stručnjaka
5. cijepljenje
6. nošenje maski
7. pranje ruku i dezinfekcija ruku
8. zatvaranje ugostiteljskih objekata u pandemiji
9. zatvaranje svega (*lockdown*)
10. okupljanje političara i javnih osoba u vrijeme *lockdowna* (npr. u klubu)
11. okupljanje građana na vjerskim događanjima
12. okupljanje političara na vjerskim događanjima
13. okupljanje političara u svrhu kampanje
14. nekog zdravstvenog djelatnika
15. državne mjere u drugim zemljama Europske unije
16. državne mjere u svijetu
17. preporuke Svjetske zdravstvene organizacije
18. Predsjednik RH
19. premijer
20. saborski zastupnici vladajuće stranke/koalicije

21. državni službenici
22. ravnatelj bolnice
23. drugi medij – domaći
24. društvene mreže
25. službena stranica Vlade o bolesti COVID-19 www.koronavirus.hr
26. osoba iz društvenog javnog života
27. osoba iz drugog medija, odnosno novinar
28. pozitivno komentira mjere – cijepljenje
29. pozitivno komentira mjere – nošenje maski
30. pozitivno komentira mjere – pranje ruku i dezinfekcija ruku
31. pozitivno komentira mjere – zatvaranje svega (*lockdown*)
32. pozitivno komentira preporuke Svjetske zdravstvene organizacije
33. PCR testovi.

30. Negativan sud

Autor članka (novinar):

Glavni akter:

1. ismijava/ne shvaća ozbiljno/umanjuje ozbiljnost situacije s pandemijom bolesti COVID-19
2. politički aspekt ili nekog političara
3. zdravstveni aspekt pandemije bolesti COVID-19 ili nekog zdravstvenog stručnjaka
4. ekonomski aspekt pandemije bolesti COVID-19 ili nekog ekonomskog stručnjaka
5. povezanost pandemije i turističke sezone
6. povezanost pandemije i komentare stručnjaka/analiza stručnjaka
7. cijepljenje
8. nošenje maski
9. zatvaranje ugostiteljskih objekata u pandemiji
10. okupljanje građana na javnim mjestima (mladi ispred HNK-a i sl.)
11. odluke Vlade vezano za turističku sezonu
12. ponašanje građana u vrijeme kampanje
13. nekog zdravstvenog djelatnika
14. državne mjere u Kini
15. državne mjere u drugim zemljama Europske unije
16. državne mjere u svijetu

17. državni službenici
18. Stožer civilne zaštite RH
19. ravnatelj bolnice
20. liječnik
21. medicinska sestra/brat
22. drugi medij – domaći
23. drugi medij – strani
24. društvene mreže
25. službena stranica Vlade o bolesti COVID-19 www.koronavirus.hr
26. osoba iz društvenog javnog života
27. osoba iz drugog medija, odnosno novinar
28. građanska inicijativa/aktivist
29. kažnjavanje građana koji krše mjere
30. kažnjavanje gospodarskih subjekata koji krše mjere
31. kažnjavanje ugostiteljskih objekata koji krše mjere
32. zatvaranje javnih institucija za građane
33. okupljanje političara i javnih osoba u vrijeme *lockdowna*
34. predsjednika
35. liječnik
36. *fake news*
37. lijekovi za bolest COVID-19
38. PCR testovi.

31. Stvarnost rizika

Novinar smatra da je zdravstveni rizik:

- stvaran, hitan i opasan
- zanemariv i nestvaran
- stvaran, ali zanemariv.

Glavni akter smatra da je zdravstveni rizik:

- stvaran, hitan i opasan
- zanemariv i nestvaran
- stvaran, ali zanemariv.

Novinar smatra da je ekonomski rizik pandemije:

- stvaran, hitan i opasan
- zanemariv i nestvaran
- stvaran, ali zanemariv.

Glavni akter smatra da je ekonomski rizik:

- stvaran, hitan i opasan
- zanemariv i nestvaran
- stvaran, ali zanemariv.

Novinar smatra da je politički rizik pandemije:

- stvaran, hitan i opasan
- zanemariv i nestvaran
- stvaran, ali zanemariv.

Glavni akter smatra da je politički rizik pandemije:

- stvaran, hitan i opasan
- zanemariv i nestvaran
- stvaran, ali zanemariv.

32. Jesu li u članku neke od ovih osobina Beckove „teorije svjetskog rizičnog društva" (kojih može biti i više):

1. Jezik opasnosti (op. a., od bolesti COVID-19) infektivan je, mijenja oblik društvene nejednakosti.
2. Socijalna je bijeda hijerarhijska.
3. Opasnost (op. a., od bolesti COVID-19) demokratska je – pogađa jednako bogate i siromašne.
4. Potresi na svim poljima društva.
5. Tržišta kolabiraju.
6. Pravni sustavi ne registriraju činjenično stanje.
7. Vlade postaju predmet optužbi.
8. Vlade stječu nove prostore za akciju.
9. Postali smo svi članovi „svjetskog društva opasnosti" – opasnosti više nisu unutarnja stvar jedne zemlje niti se jedna zemlja može sama boriti protiv opasnosti.
10. Podrivanje uloge stručnjaka – izjednačava se uloga eksperata i laika.

11. Strah određuje stav prema životu – sigurnost potiskuje slobodu i jednakost s najviše pozicije na skali vrijednosti. Dolazi do pooštravanja zakona – „totalitarizam obrane od opasnosti“.
12. „Privreda straha“ bogati se na općem gubljenju živaca. Nepovjerljiv i sumnjičav građanin zahvalan je što ga zbog „svoje sigurnosti“ skeniraju, fotografiraju, pretražuju i ispituju. Sigurnost postaje unosno javno i privatno ekonomsko potrošno dobro privatnog sektora, poput struje i vode.

33. Zadovoljava li članak o pandemiji ove osobine globalnih rizika po Becku:

1. Delokalizacija: uzroci i posljedice nisu ograničeni na jedno geografsko mjesto i vrijeme, svuda su prisutni.
2. Neproračunljivost – „hipotetski“ rizici.
3. Nenadoknadivost – trajna šteta.

34. Rizik i ljudska prava

Beck tvrdi da rizik dijeli, isključuje, stigmatizira. Osobe ili skupine koje su „rizične“ (bolest COVID-19 učinio ih je takvima) smatraju se neosobama. Njihova su ljudska prava ugrožena.

1. Novinar ističe kršenje ljudskih prava.
2. Glavni akter ističe ljudska prava.

35. U tekstu se govori o kršenju ljudskih prava državnim mjerama u:

1. Hrvatskoj
2. EU-u
3. svijetu
4. Kini
5. Italiji
6. Srbiji
7. regiji JIE.

36. Kvalitativni opis priloga – važni citati i primjeri