

Covid - 19 u Republici Hrvatskoj: od upozorenja do pandemije

Eterović, Josipa

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:981499>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Josipa Eterović

COVID-19 U REPUBLICI HRVATSKOJ: OD UPOZORENJA DO
PANDEMIJE

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2021.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

COVID-19 U REPUBLICI HRVATSKOJ: OD UPOZORENJA DO PANDEMIJE

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: prof. dr. sc. Gordana Viločić

Studentica: Josipa Eterović

Zagreb, 2021.

Izjavljujem da sam diplomski rad „COVID-19 U REPUBLICI HRVATSKOJ: OD UPOZORENJA DO PANDEMIJE“, koji sam predala na ocjenu mentorici, napisala samostalno i da ja u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjena nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

(ime i prezime studentice)

SADRŽAJ

1. UVOD.....	2
2. NOVINARSTVO U OKOLNOSTIMA PANDEMIJE BOLESTI COVID-	3
2.1. Prvi zaraženi u Hrvatskoj: intervju	5
3. PROTEKTIVNE MJERE U MEDIJSKIM OBJAVAMA.....	6
4. ULOGA MEDIJA	10
4.1. Teorija ovisnosti o medijskom sustavu.....	10
4.2. Masovni mediji za vrijeme pandemije	11
4.3. Društveni mediji za vrijeme pandemije	12
5. BUDUĆNOST HRVATSKIH MEDIJA	14
6. STATISTIČKI POKAZATELJI UTJECAJA KORONAVIRUSA NA UPOTREBU MEDIJA U RH. 16	
7. STATISTIČKI POKAZATELJI UTJECAJA KORONAVIRUSA NA UPOTREBU MEDIJA U SVIJETU.....	19
8. ISTRAŽIVAČKA PITANJA, HIPOTEZE I METODOLOGIJA	21
8.1. Hipoteze	21
9. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	22
9.1. Analiza medijskog sadržaja - Jutarnji.hr	22
9.2. Analiza medijskog sadržaja - Vecernji.hr.....	22
9.3. Usporedba izvještavanja na odabranim portalima	22
10. ZAKLJUČAK	26
LITERATURA.....	27
POPIS PRILOGA.....	30

1. Uvod

Svjetska zdravstvena organizacija (dalje u tekstu: WHO) proglasila je globalnu pandemiju bolesti COVID -19, 11. ožujka 2020. godine. Pandemija je zahvatila čitavi svijet, te kako se nastavlja neizvjesnost prožima one koji pokušavaju živjeti u novome svijetu u kojem su maske potrebne, a grljenje najmilijih zabranjeno. Nastala situacija obuhvaćala je posebne mjere zaštite i ponašanja društva koje usmjeravaju građane na izbjegavanje fizičkog kontakta radi prevencije i suzbijanja pandemije. Medijsko izvještavanje pri tome se koristilo izrazom „novo normalno“ što se smatra fluidnim terminom koji opisuje maske kao svakodnevni inventar u zatvorenim prostorima i gdje postoji svijest o održavanju distance. „Novo normalno“ život je u novoj zbilji u kojoj su bolnice, vrtići, škole pod posebnim režimom. Takvo novo stanje bilježi podatke koji nam se svakodnevno uvrštavaju u dnevne novosti, a obuhvaćaju brojeve novozarežnih i umrlih od bolesti. Prema WHO do dana 24. kolovoza 2021. zabilježeno je ukupno 212,357,898 potvrđenih slučajeva bolesti COVID-19, uključujući 4,439,843 smrtnih slučajeva. I dok se društvo pokušava kretati po onome što mnogi nazivaju „našom novom normom“, potreban im je netko tko će postaviti čelnicima i medicinskim stručnjacima teška pitanja i dati smisao naredbama i savjetima koje su oni izložili. Taj netko su mediji.

U suvremenom demokratskom društvu mediji su jedan od najvažnijih posrednika između općih interesa, vrijednosnih i političkih orijentacija građana (Balabanić, 2014). Mediji su posrednici između raznih institucija (stručnjaka) i javnosti, ali imaju i svojevrsan monopol u procesu informiranja opće javnosti. S obzirom na količinu i učestalost korištenja određene vrste medija u svakodnevnom životu autorica Čerkez (2009) navodi kako možemo reći da smo zakoračili u epohu „medijskog društva“. Odnos medija i društva je relativno istražena tema, a danas se taj odnos definira kao utjecaj medija na proces percipiranja i ponašanja javnosti prema vanjskim okolnostima. Mediji se danas ne zadržavaju na izboru informacija koje će prenijeti javnosti nego se usmjeravaju na prilagodbu informacija vlastitoj logici, zbog čega se informacije ne smiju uzimati „zdravo za gotovo“ jer je riječ o medijskoj konstrukciji stvarnosti, o čemu najvećim dijelom govori i teorija medijatzacije u kojem se mediji razmatraju kroz suodnos društvenog i kulturnog okruženja. U kriznim situacijama, kao što je situacija s pandemijom bolesti COVID-19 medijsko izvještavanje treba biti učinkovito i to na način da se javnost informira o mogućim razvojem „krizne situacije“ prije, tijekom i poslije završetka „nepovoljnog“ događaja (Čaldarović,

2005). Analiza medijskog izvještavanja pokazala je kako su tijekom dosadašnjih nepovoljnih događaja uočene manjkavosti u medijskom izvještavanju prema javnosti. Posljedice nesistematičnog medijskog izvještavanja može biti i vrlo slabo uvjerenje u šansu izbijanja prirodne, zdravstvene ili tehnološke nepogode, kao i mogućnost kontrole nad razvojem nepovoljnog događaja. Dosadašnja medijska izvještavanja pokazala su kako se opća javnost ne percipira kao legitiman čimbenik, već kao skupina ljudi s kojom stručnjaci „nemaju o čemu posebno raspravljati“ (Čaldarović, 2005). Opća javnost prema takvom pristupu treba slušati i ponašati se u skladu s općim preporukama. Često se zaboravlja kako se nepogode odvijaju u konkretnim socijalnim sredinama zbog čega treba voditi računa o objektivnosti i etičnosti. Ne treba zanemariti i činjenicu sve učestalijeg generiranja lažnih vijesti (čemu većim dijelom doprinose društvene mreže) koje su u vrijeme pandemije doprinijele stvaranju teorija zavjere i nesuglasju u javnosti glede percepcije ovog zdravstvenog rizika. S obzirom na to da još uvijek ne postoji konsenzus na razini opće javnosti te zbog aktualnosti teme postavlja se pitanja kakva je uloga najčitanijih medija i portala u informiranju i obrazovanju javnosti, te na koji način doprinose percepciji bolesti COVID-19.

Sukladno navedenom, glavni cilj ovog istraživanja bio je istražiti u kojoj su mjeri najčitaniji nacionalni portali (Jutarnji.hr i Vecernji.hr) objavljivali relevantne informacije o razvoju bolesti COVID-19 u Hrvatskoj i svijetu. Glavna hipoteza istraživanja je da su navedeni portali uglavnom imali informativnu ulogu, te da nije bilo učestalog korištenja lažnih vijesti, kao ni promoviranja teorija zavjere u objavljenim sadržajima. Za analizu podataka korištena je najvećim dijelom kvantitativna analiza sadržaja uz kvalitativne podatke za dubinsko razumijevanje podataka.

Rad je strukturiran u nekoliko poglavlja. U prvom, uvodnom poglavlju iznosi se relevantnost teme i motivacija za istraživanjem. Drugo poglavlje predstavlja teorijski okvir i pregled činjenica u kontekstu pandemije bolesti COVID-19. U trećem i četvrtom poglavlju istaknut je hrvatski kontekst pandemije (intervjui, mjere opreza i izolacije). U petom poglavlju istaknuta je uloga medija za vrijeme pandemije. Šesto poglavlje daje predviđanja za budućnost, a u sedmom i osmom poglavlju prikazane su posljedice pandemije prema službenim statistikama Hrvatske i svijeta. U posljednjem, zaključnom poglavlju, prikazani su glavni zaključci doneseni tijekom izrade rada.

2. Novinarstvo u okolnostima pandemije bolesti COVID-19

COVID-19 je respiratorna bolest koja je u 2020. dovela do smrti nekoliko milijuna ljudi diljem svijeta (Worldometer, 2020). COVID-19 uzrokuje virus SARS-CoV-2. Virus se prvenstveno širi među ljudima kada je zaražena osoba u bliskom kontaktu s drugom osobom. Osim toga, virus se širi kako male čestice tekućine prenosi osoba koja kašlje, kiše, govori, pjeva ili diše u blizini usta, nosa ili očiju druge osobe (Svjetska zdravstvena organizacija, 2020). Za novinare u cijelom svijetu pandemija COVID-19 je vijest bez presedana. Nemilosrdni ciklus vijesti, 'infodemija' dezinformacije i osobni izazovi pandemije koja pogađa svakog od nas, učinili su ovu jednu od najaktualnijih tema u povijesti novinarstva. Dok je sve više ljudi tražilo informacije o virusu, mediji su svjedočili o značajnom porastu broja publike, no isto je dovelo i do rizika od prezasićenosti informacijama i mogućih lažnih vijesti (engl. *fake news*) o kojima se raspravlja kasnije u radu. Nadalje, 22. ožujka, usred pandemije u Hrvatskoj, Zagreb je pogodio potres. Istog dana zemlja je zabilježila i najveće prosječno dnevno gledanje televizije od početka snimanja u Hrvatskoj 1. siječnja 2003. Novinarstvo je u doba COVID-19 uspoređeno s ratnim izvještavanjem. Novinari riskiraju svoje živote kako bi dokumentirali prve linije bitke protiv nevidljivog neprijatelja. Oni se stavljaju u epicentar bolesti kako bi nam donijeli informacije koje su nam potrebne da se zaštitimo. S vremena na vrijeme čak i bez potrebne opreme koja ih štiti. Osim zaraze, novinari se izlažu i opasnostima poput fizičkih i verbalnih napada, sudskih tužbi i slično. Tako je primjerice na Uskrsnu nedjelju napadnuta novinarka grada Splita dok je izvještavala iz crkve Sirobuje, gdje je lokalni svećenik održao misu unatoč *lockdowna* na cijeloj zemlji i strogoj zabrani okupljanja. Kad je Živana Šušak Živković, novinarka s lokalnog web mjesta Dalmatinski Portal, počela uživo prenositi misu, crkvenjak ju je napao i izbacio joj telefon iz ruke. Televizija N1, regionalni kabelski informativni kanal, također je izvijestila da je drugi vjernik pojurio prema njihovoj snimateljici i udario u kameru te da su ih svećenik i vjernici verbalno vrijeđali.

Normativna uloga novinara je razmjena informacija s javnošću, a to je osobito važno usred javnozdravstvene krize poput pandemije COVID-19. No, osim informiranja mediji moraju voditi računa o društveno odgovornom izvještavanju. Naime, sam pojam proizlazi iz termina društveno odgovornog poslovanja (*corporate social responsibility*) koji se odnosi na specifičan način poslovanja u kojem se osim brige o vlastitom profitu treba voditi računa i o pozitivnom utjecaju na društvo (Mikić 2019, prema Krkač, 2007). Veliku ulogu stoga imaju odnosi s javnošću i mediji,

ne samo kao komunikacijski alat nego kao i dio svakodnevnog života. Društveno odgovorno izvještavanje mora biti sastavni dio medija koji su od svog nastanka zapravo u kontinuiranoj interakciji s društvom i neprestano proizvode društvene posljedice.

Novinari imaju svojstven utjecaj na to kako ljudi razmišljaju o tome što medicinski radnici i vladini čelnici rade tijekom javnozdravstvene krize time što odlučuju uokviriti informacije koje dijele. Novinari ne samo da biraju koje su priče najvažnije, nego i kako će ih pratiti. U vrijeme kada svijet doživljava globalnu pandemiju, ljudi se obraćaju novinarima. Autorica Sonia Livingstone (2009) i Michael Schillmeier (2008) smatraju kako društvo i kulturu u sve većoj mjeri definira logika i način funkcioniranja medija i informacija koje se šire kroz javni prostor. Naravno, na taj proces ne gleda se jednostrano već se mediji gledaju kao sastavni dio društvenog i kulturnog života koji su i sam pod utjecajem okruženja u kojem djeluju. Medijski sadržaji tako su kombinacija rada samih medija ali i društvenog i kulturnog okruženja, o čemu upravo govori i teorija medijalizacije društva kroz čiju se prizmu može sagledavati i problematika izvještavanja u kontekstu pandemije bolesti COVID-19.

Od početka krize, mediji su bili glavni posrednici između javnosti i institucija (stručnjaka). Većina medija u Hrvatskoj stavilo je to na svoj dnevni red i to već jasno pokazuje koliko su uvelike utjecali na ono o čemu bi građani Hrvatske trebali razmišljati, pa čak i na koji način. U smislu postavljanja dnevnog reda (agende), odnosno medijskog programa, ova tema kombinira nekoliko karakterističnih agendi: medijsku, javnu i političku agendu, a u jesenskom valu i povećanoj komunikaciji o cjepivima protiv COVID-19 u prvi plan je došla i korporativna agenda. Ovo miješanje interesa različitih dionika koji imaju moć postavljanja medijskog programa čine ovu temu posebno zanimljivom za medijsku analizu, ne zbog toga o čemu su pisali (s obzirom na to da je to bila glavna tema zbog same činjenice da se radi o zdravstvenoj, ekonomskoj i društvenoj ugrozi) već o načinu informiranja i izvještavanja.

S obzirom na činjenicu da je ova tema dominirala dnevnim redom medija tijekom cijelog razdoblja od uvođenja mjera socijalnog distanciranja (19. ožujka 2020.) pa sve do njihovog ublažavanja (27. travnja 2020.) tema bolesti COVID-19 snažno je obilježena i parlamentarnim izborima. Parlamentarni izbori utjecali su na snažnu ambiciju političara u uvjeravanje građana Hrvatske kako bi trebali razmišljati o pandemiji. U ovo kritično vrijeme socijalne i emocionalne nevolje mediji igraju vitalnu ulogu, jer prema svojoj definiciji imaju ulogu informiranja i obrazovanja javnosti.

2.1. Prvi zaraženi u Hrvatskoj: intervju

Prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj zabilježen je 25. veljače 2020. godine u Zagrebu. Radilo se o 26-godišnjaku koji je boravio u Milanu u Italiji od 18. do 19. veljače kako bi gledao utakmicu Lige prvaka. Nakon što se utvrdilo da je pozitivan, hospitaliziran je u Sveučilišnoj bolnici za infektivne bolesti "Dr. Fran Mihaljević" u Zagrebu. Nakon potvrde prvog slučaja zaraze gotovo svi mediji u Hrvatskoj su pisali o tome.

Zaraženi mladić ima brata blizanca što je pogodovalo senzacionalizmu u medijskim naslovima. Tako je Dnevnik.hr 26. veljače. 2020. objavio članak pod naslovom "Blizanci oboljeli od koronavirusa otkrili kako izgleda boravak u karanteni: "Osjećam nelagodu jer sam donio virus u Hrvatsku"", Jutarnji.hr je istog dana objavio članak s naslovom "EKSKLUZIVNO: ISPOVIJEST BLIZANACA IZ KARANTENE 'Zajedno smo u sobi, osjećamo se dobro, imamo svu brigu i zaštitu' ", Telegram.hr je 27. veljače objavio članak naslovljen "Progovorili blizanci koji su prvi zaraženi koronavirusom u Hrvatskoj: detaljno su opisali kako im izgleda život u karanteni" itd.

Mladić koji je prvi registrirani oboljeli od bolesti COVID-19 u Hrvatskoj pristao je na intervju s YouTube blogerom Vidom Juračićem te je u njemu ispričao kako je tekla ta njegova ne baš lijepa situacija od početka do kraja. Naveo je kako je simptome počeo osjećati dan nakon povratka iz Italije u kojoj je boravio dva dana te da se ti simptomi nisu razlikovali od simptoma klasične viroze (malo povišena temperatura, hunjavica, osjećaj hladnoće, znojenje itd.) Zbog činjenice da su za vrijeme njegova boravka i povratka iz Italije tamo i dalje bila zabilježena tek 2 slučaja COVID-a i to u Rimu nije bio opterećen mogućnošću da je možda zaražen koronavirusom. Zabrinutost je krenula tek kada je pročitao u medijima da je došlo do povećanja broja zaraženih i na sjeveru Italije gdje je on boravio.

3. Zaštitne mjere u medijskim objavama

Proveden je širok spektar politika socijalnog distanciranja, u rasponu od potpunog zaključavanja do dobrovoljnih mjera samoizolacije. Ljudi imaju tendenciju prihvaćati socijalno distanciranje kada postoji poseban poticaj za to u smislu rizika po zdravlje i finansijskih zdravstvenih troškova (Makris, 2020). Iako cjepiva i specifični lijekovi nisu bili donedavno dostupni za bolest COVID-19, ostale mjere javnog zdravstva i socijalne mjere igraju ključnu ulogu u smanjenju broja infekcija i spašavanju života (WHO, 2021). Mjere za širu javnost uključuju uvođenje fleksibilnog rada kao što su daljinski rad, učenje na daljinu, smanjenje i izbjegavanje gužve, zatvaranje objekata i usluga koji nisu nužni za preživljavanje, zaštita ranjivih skupina, lokalna ili nacionalna ograničenja kretanja i mjere boravka kod kuće, te koordinirana reorganizacija zdravstvene i socijalne službe za zaštitu bolnica. Mjere se koriste zajedno s pojedinačnim zaštitnim mjerama protiv COVID-19 kao što su često pranje ruku i bonton kašlja (WHO, 2021).

WHO (2020) tvrdi da se sve mjere javnog zdravstva za zaustavljanje širenja bolesti mogu uravnotežiti prilagodljivim strategijama kojima se potiče otpornost zajednice i socijalna povezanost, štite prihodi i osigurava opskrba hranom. Zemlje bi trebale uravnotežiti moguće koristi i negativne posljedice svake intervencije i primijeniti strategije za poticanje angažmana zajednice, stjecanje povjerenja i ograničavanje socijalne ili ekonomske štete (WHO, 2020). Mnogo je strategija koje mogu podržati otpornost zajednice i mentalno zdravlje, zaštititi pristup osnovnim dobrima i uslugama i ograničiti ekonomski utjecaj mjera boravka u kući tamo gdje se to smatra potrebnim. Na primjer, organizacija radnih mjesta kako bi se osigurala fizička udaljenost između osoba, poput rotiranja smjena ili pretvaranje usluga na licu mjesta u kućnu dostavu može pomoći u održavanju otvorenosti većeg broja tvrtki (WHO, 2020). Stroge mjere socijalnog udaljavanja provodile su se u zemljama s većim udjelom starijeg stanovništva, većom gustoćom naseljenosti, većim udjelom zaposlenih u ranjivim zanimanjima, većim stupnjem demokratske slobode i većim brojem međunarodnih putovanja. Istraživači su pokušavali utvrditi učinkovitost politika socijalnog udaljavanja u smanjenju socijalne interakcije i na kraju infekcija i smrti od COVID-19 (Jinjarak, 2020).

Abouk i Heydari (2020) primjerice pokazuju da je smanjenje socijalnih interakcija izvan kuće u SAD-u uzrokovano kombinacijom politika i dobrovoljnih mjera, sa snažnim uzročnim utjecajem državnih naredbi za boravak i manje umjerene učinke nebitnih poslovnih zatvaranja i ograničenja

za barove / restorane. Uz sve ove mjere i dalje je presudno testirati sve sumnjive slučajeve COVID-19, gdje god je to moguće, odmah izolirati slučajeve, pratiti kontakte u najširem mogućem opsegu i osigurati karantenu kontakata tijekom trajanja razdoblja inkubacije. To vrijedi za bilo koji kontekst ili razinu širenja pandemije u zemlji, kako bi se produbile blagodati socijalnih mjera. Socijalne mjere trebale bi olakšati zadatak traženja kontakata jer se broj kontakata brzo smanjuje, a na kraju i broj slučajeva opada (WHO, 2021). Sljedeće važno povezano pitanje su odrednice ponašanja u skladu s pravilima. Dokumentirane socioekonomske odrednice usklađenosti zaključavanja uključuju, između ostalog, prihod, povjerenje i socijalni kapital, uvjerenja, javni diskurs i gledanost vijesti. Chiou i Tucker (2020) pokazuju da će Amerikanci koji žive u regijama s višim prihodima s pristupom brzom internetu vjerojatnije poštivati direktive o socijalnom udaljavanju. Povjerenje u vladu i socijalni kapital također igraju ključnu ulogu. Bargain i Aminjonov (2020) pokazuju da stanovnici europskih regija s visokom razinom povjerenja u institucije smanjuju mobilnost povezanu s nepotrebnim aktivnostima u usporedbi s regijama s nižom razinom povjerenja u ključne institucije u obrani protiv pandemije. Slično tome, Brodeur (2020) otkriva da županije u SAD-u s relativno više povjerenja u iste institucije znatno smanjuju svoju mobilnost nakon što se provede politika zaključavanja. Oni također pružaju dokaze da je procijenjeni učinak na usklađenost nakon zaključavanja posebno velik za povjerenje u tisak, a relativno manji za povjerenje u znanost, medicinu ili vladu. Barrios (2020) i Durante (2020) također pružaju dokaze da su regije s višom građanskom kulturom uključene u dobrovoljno socijalno distanciranje. Simonov i sur. (2020) analiziraju uzročni učinak kabljskih vijesti na poštivanje socijalnog distanciranja. Autori ispituju učinak gledanosti Fox News, vijesti koja se uglavnom suprotstavlja stručnim preporukama čelnika SAD-a i globalnih zdravstvenih zajednica o COVID-19 i poštivanju zakona te su utvrdili da je porast gledanosti Fox News imala učinak na pridržavanje mjera pojedinih ispitanika za 8,9 postotnih bodova. Da bi bile učinkovite, mjere javnog zdravstva moraju se provoditi uz pun angažman svih članova društva, uključujući zajednice i profesionalne skupine. Sve mjere trebaju biti popraćene jasnom, dostupnom i redovitom komunikacijom o riziku kako bi se objasnila strategija odgovora i omogućilo ljudima da donose utemeljene odluke, zaštite se i pomognu u postizanju javnozdravstvenog cilja okončanja izbijanja virusa.

Budući da su se prijedlozi medicinskih stručnjaka mijenjali, te se još uvijek razvijaju, nadležna tijela moraju odlučiti što učiniti s informacijama i kako primijeniti savjete. Nakon što odluče kako

će provesti savjet medicinskih stručnjaka, uloga novinara je distribuirati te informacije i dati im smisao i odgovarajući kontekst za članove društva. Vlada u Hrvatskoj je 31. siječnja osnovala tim za krizni stožer kako bi novinarima i široj javnosti dostavila ažurirane podatke o zaraženim, ozdravljenim i smrtnim slučajevima. Održavao je dnevne tiskovne brifinge tijekom cijele pandemije, koji su prekinuti u svibnju kada je broj novih slučajeva. Kada je riječ o povjerenju u institucije u hrvatskom kontekstu, usporedbom valova istraživanja od 2019. do 2018. godine zabilježen je pad povjerenje u sve institucije, izuzevši vojsku i u manjoj mjeri policiju. Pad povjerenja posebno se odnosilo na sve velike institucije poput Sabora, pravosuđa, EU-a, UN-a, Crkve i obrazovnih institucija. No, ni mediji nisu u povoljnijem položaju (Črpić, Baloban i Ježovita, 2019). Primjerice, u prvom valu istraživanja 1998. godine tek je 18% ispitanika istaknulo da ima povjerenja u tisak, dok je 2018. godine taj postotak pao na 10%. Kada je riječ o općem povjerenju u institucije, generalno gledajući prema spolu, žene imaju više povjerenja u institucije od muškaraca. Međutim, usprkos niskom povjerenju u institucije novija istraživanja na temu povjerenja pokazuju porast istog u odnosu na ključne institucije koje su se istaknule kao ključne za obranu od pandemije, kao što je primjerice Nacionalni stožer civilne zaštite (Bagić i Šuljok, 2020).

Dosadašnja istraživanja na temu medija i bolesti COVID-19 pokazala su kako je za održavanje mentalnog zdravlja potrebno što manje praćenje medijskih sadržaja odnosno kako je informiranje jedan od faktora stresa zbog čega se preporučuje smanjeno konzumiranje vijesti, a vijesti su se uglavnom deklarirale kao negativne (Babić, Babić i Ćurlin, 2020). Kada je riječ o medijskom izvještavanju, autorica Grbeša (2020) navodi kako su se mediji koristili taktikom „zastrašivanja“ koje su podsjećale na ratnu metaforu koja se koristila u Domovinskom ratu. Apeli straha i taktike koristile su se za promjenu ponašanja odnosno jer se smatralo da će takve poruke i sadržaji imati veći stupanj djelotvornosti. Na taj način oblikovan je osjećaj „negativne solidarnosti“ jer se solidarnost komunicirala preko straha za individualno zdravlje, a solidarnost je stvaranja kroz identifikaciju sa zajedničkim lošim. Prema autoricama Đuho, Škomrlj i Žagmešter (2021) povjerenje u medije je u prvom valu pandemije značajnije poraslo nego u „normalnim“ okolnostima, te su žene iskazivale veću razinu povjerenja kao i osobe starije životne dobi. To jednako tako znači, da medijsko izvještavanje i učestalost informiranja može imati za učinak percepciju realne i potencijale opasnosti i potaknuti javnost na pridržavanje propisanih epidemioloških mjera na korist šire javnosti.

4. Uloga medija

Dobro je poznato kako su informativni mediji temeljna leća kroz koju ljudi vide društvo i svijet. Zahvaljujući svom dosegu i sveprisutnosti, pojedinci sada imaju više prilika za pronalaženje vijesti i informacija nego ikad prije. Uz tradicionalne medije, poput televizije, novina i radija, cirkulacija vijesti na Internetu i društvenim mrežama nudi ljudima mogućnost izlaganja informacijama, čak i ako ih ne traže. Na prvi pogled obilje informacija može se smatrati povoljnim čimbenikom za bolje informiranje građana, pogotovo jer količina i raznolikost informacija u medijima promiče učenje o najrelevantnijim javnim pitanjima (Barabas, Jerit, 2009). U kriznim vremenima, poput onih u kojima se događaju velike prirodne katastrofe, teroristički napadi ili izbijanje bolesti, važnost ovog čimbenika raste i informacije iz medija postaju ključni element za funkcioniranje društva. Zbog visoke razine nesigurnosti većina ljudi vjeruje medijima da razumiju okolinu u kojoj žive i donose odluke u vezi s tom okolinom te se u tim situacijama utjecaj medija često pojačava. Dakle, upotreba pouzdanih izvora informacija jedan je od najvažnijih čimbenika društvenog ponašanja (Longstaff, 2005).

4.1. Teorija ovisnosti o medijskom sustavu

Kao teorijski okvir ove cjeline uzimaju se neki od elemenata koji karakteriziraju teoriju ovisnosti o medijskom sustavu (Ball-Rokeach, DeFleur 1976), jer ovaj model pomaže u definiranju važnosti koju mediji preuzimaju u kontekstu sadašnjosti kojoj svjedočimo. U svojim najopćenitijim obilježjima, ovaj teorijski okvir pretpostavlja da u modernim društvima ljudi ovise o medijima i objašnjenju o onome što se događa.

„Ova ovisnost pronalazi se u mnogim svakodnevnim situacijama, od potrebe za pronalaženjem najboljih ponuda u supermarketu do općenitijih potreba, poput dobivanja vrste informacija koje omogućuju održavanje povezanosti i poznavanja socijalnog svijeta "izvan susjedstva“. Što je veća potreba i, posljedično tome, što je jača ovisnost, to je veća vjerojatnost da će pružene informacije izmijeniti spoznaje, osjećaje i ponašanje ljudi (Ball-Rokeach, DeFleur 1976:9). Sada, kako društva postaju složenija, i u vrijeme kada se kvaliteta medijacijskih tehnologija i općenitost njihove upotrebe šire, mediji se pretvaraju u sve ekskluzivniji način informiranja, žrtvujući i druge izravnije načine da dođu do tih informacija. Teorija ovisnosti medijskog sustava predviđa da

ovisnost koju ljudi osjećaju o medijima raste u kriznim situacijama (Ball-Rokeach, 1985). Početni radovi ove teorije navode dva glavna čimbenika koji mogu utjecati na intenzitet i prirodu ovisnosti: razina dvosmislenosti i prijetnja. To znači da kada važne karakteristike društvenog okruženja postanu nepredvidive (što se događa u kriznim situacijama poput prirodnih katastrofa ili izbijanja bolesti), ovisnost o medijima raste, pogotovo ako ih se doživljava kao najbolji ili glavni izvor dostupnih informacija (Ball-Rokeach 1985).

Kad su početne informacije koje pružaju mediji nepotpune, javljaju se osjećaji dvosmislenosti, odnosno pojedinci znaju da se događaj dogodio, ali ne znaju što znači ili kako ga protumačiti. Kao rezultat toga, tražit će se više informacija u pokušaju rješavanja ove dvosmislenosti - što povećava postojeću ovisnost (Ball-Rokeach, 1985).

Ovaj proces sve veće ovisnosti opisan je, između ostalog, u studijama usredotočenim na terorističke napade 11. rujna 2001. (Lowrey 2004), u izbijanju N1H1 u Kini 2009. (Hu, Zhang 2014) ili potresu 2008. u Kini (Jiang, Ouyang, 2008). U istoj kategoriji je i slučaj sadašnje pandemije COVID-19 - izbijanje s mnogim neizvjesnostima, u kojem znanstvenici ne mogu dati sve odgovore i jamstva, u kojima je razumljivo da su ljudi uplašeni i da slike maski i velikih napuštenih gradova uzrokuju više tjeskobe (Sahni, Sharma 2020).

4.2. Masovni mediji za vrijeme pandemije

Masovni mediji uvelike doprinose utvrđivanju načina razmišljanja, uglavnom određujući ideje, navike i običaje. Masovni mediji nekako su postali "suci istine", diktiraju modu, potrošnju i načine života. Oni utvrđuju što je ispravno, a što nije u redu i odlučuju koji su važni i značajni događaji u svijetu (Gever, 2020). Da bi educirali širu javnost o zdravstvenim problemima, mediji moraju prvo nadzirati okoliš i prepoznati potencijalne zdravstvene opasnosti po život i pružiti odgovarajuće informacije koje će prosvijetliti ljude o aktualnim pitanjima (Gever, 2020).

Zdravstveno obrazovanje je važan aspekt javnog zdravlja i promicanja zdravlja te je cilj zdravstvenog odgoja pozitivan utjecaj na zdravstveno ponašanje ljudi putem informacija i podučavanja. To govori da je medijska pokrivenost ključna strategija zdravstvenog obrazovanja.

To je zato što će, putem medijskog izvještavanja, šira javnost biti informirana i upućena o pitanjima vezanim uz javnozdravstvena pitanja. To također znači da je nadzorna uloga masovnih medija ključna u proučavanju medijskog pokrivanja zdravstvenih problema (Gever, 2020).

Kada se ova tvrdnja objasni u perspektivi COVID-19, može se reći da su masovni mediji odgovorni za nadziranje širenja COVID-19 i koordinaciju vlade i građanstva kako najbolje odgovoriti na globalnu zdravstvenu krizu. Na temelju perspektive nadzora, kada je virus izbio u Kini i brzo se širio u druge zemlje, mediji su morali skrenuti pozornost i vladi i narodu na potrebu proaktivnog djelovanja. Za vladu je naglasak mogao biti na donošenju političkih odluka kojima će se izbjeći širenje virusa u zemlji, a istovremeno i donošenju odgovarajućih u slučaju izbijanja. Za građanstvo, središnja točka mogla ih je educirati o virusu u područjima poput simptoma, istovremeno ih potičući da slijede preventivne mjere zdravstvenog ponašanja (Gever, 2020).

Prema istraživačima matematičkog modeliranja tehnološkog instituta Georgia i Sveučilišta Marshall, što se prije započne medijsko izvještavanje o pandemiji, to će na kraju biti zaraženo manje pojedinaca. Na temelju njihova modeliranja, gotovo svako medijsko izvještavanje pomaže u smanjenju opsega pandemije. Što mediji snažnije pružaju informacije o pandemijskim infekcijama i smrtnim slučajevima, to se više smanjuje ukupan broj infekcija. Za ove istraživače informiranje publike o učinku / mjerama predostrožnosti izbijanja uvijek doprinosi zaštiti, ali što duže netko čeka, manje pomaže, ako je vremensko razdoblje predugo, učinak medijske pokrivenosti u osnovi je zanemariv (Gever, 2020).

Tijekom pandemija, istraživanja pokazuju da se izvještavanje u vijestima uglavnom fokusira pretežno na utjecaj pandemije, poput žrtava, ekonomskog i društvenog utjecaja. Što više vijesti o koronavirusu postaju česte i istaknute, to će javnost (publika) doživljavati sigurnost kao hitno pitanje i mijenjati svoje ponašanje u skladu s datim prijedlozima službeni tijela (Gever, 2020).

4.3. Društveni mediji za vrijeme pandemije

Danas više od 2,9 milijardi ljudi redovito koristi društvene medije. Dakle, milijarde ljudi bili su željni dobiti informacije o bolesti COVID-19 putem društvenih mreža, a brzo širenje tema i informacija povezanih s COVID-19 utjecalo je na ponašanje javnosti tijekom epidemije (Han, Wang, 2020). Društveni mediji imaju nevjerojatnu brzinu širenja, pokrivenost i stopu prodiranja, a tijekom epidemije COVID-19 platforme društvenih mreža igrale su važnu ulogu u širenju informacija (Merchant, 2020).

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) otkrila je da su izbijanje COVID-19 i mjere upravljanja popraćene obiljem informacija, pa je teško pronaći pouzdane izvore i pouzdane smjernice te da je za glasine i lažne informacije koje se šire na društvenim mrežama potrebno koordinirati potragu za izvorima, identificirati i smanjiti njihovo širenje (Merchant, 2020).

Studija koja procjenjuje koliko su puta ljudi gledali medicinske videozapise o COVID-19 na YouTubeu otkrila je da je vjerojatnije da će neovisni korisnici objavljivati obmanjujuće videozapise nego korisne (D'Souza, Strand, 2019). Djelovanje vladinih agencija i divova društvenih medija pokazalo je da javno-privatna suradnja otkrivanja, provjeravanja činjenica, pa čak i brisanje lažnih ili zastarjelih informacija može biti učinkovit način da se spriječi da ovi mrežni podaci ometaju ili čak pogoršaju napore javnog zdravstva (Limaye, Sauer, 2020).

Zapravo, društveni mediji igraju vitalnu ulogu u širenju javnozdravstvenog znanja. Međutim, tijekom epidemije ponekad se zlostavljaju širenjem nerealnih vijesti, koje mogu uzrokovati probleme s mentalnim zdravljem. Stoga društveni mediji trebaju pravodobno objavljivati i ažurirati informacije o epidemiji te popularizirati znanje putem vlade i medicinskih stručnjaka kako bi pomogli u ispravnom usmjeravanju javnosti (Depoux, Martin, 2020).

U studiji Merchant i Lurie (Merchant, Lurie, 2020) izvješteno je da korištenje modernih elektroničkih metoda, uključujući platforme društvenih medija, pruža ljudima istinite i lažne podatke. Također, neke zemlje pojedincima nisu pružale informacije o pandemiji COVID-19, stoga su pojedinci ovisili o platformama društvenih medija kako bi znali više informacija o epidemiji COVID-19 (Depoux, Martin, 2020).

S druge strane, mnoge su zemlje pokazale dobar primjer uspješnog bavljenja platformama društvenih medija, gdje su nadležne vlasti stvorile formalne račune na društvenim mrežama kako bi objavile ispravne informacije u vezi s pandemijom COVID-19. Izvijesteno je da je porast širenja lažnih informacija, lažnih vijesti i glasina o koronavirusu na društvenim mrežama, posebno teorija zavjere i podrijetla novog virusa (Limaye, Sauer, 2020).

5. Budućnost hrvatskih medija

Hrvatsko medijsko tržište karakterizira snažna TV prisutnost, veliki broj internetskih portala i tiskarski sektor koji je godinama u padu. Osim hrvatske javne radiotelevizije (HRT) - financirane iz naknade za licencu koju plaćaju gledatelji i država - mediji se financiraju uglavnom oglašavanjem, a ne pretplatom ili potporom čitateljstva. COVID-19 utjecao je na hrvatske medije na više načina. S pozitivne strane, to je vjerojatno glavni faktor koji objašnjava vrlo snažan porast povjerenja u vijesti općenito u Hrvatskoj jer su se ljudi tijekom pandemije sve više oslanjali na medije (Đuho, Škomrlj i Žagmešter, 2021). No, negativan gospodarski utjecaj nadmašuje taj uspjeh.

Do 2016. medijski je prostor bio raznolikiji i uključivao je profitne, nezavisne medijske stranice, financijski podržane od države. Nakon izbora konzervativne vlade, shema državne financijske potpore ukinuta je 2016. godine i nikada nije vraćena. Iako mnoge od ovih neprofitnih web stranica i dalje postoje, one se bore za opstanak i ovise o raspoloživim potporama, subvencijama i, često, novinarima koji pristaju raditi bez plaće.

Financijske brige i nesigurni uvjeti rada bili su u središtu teškoća hrvatskih medija čak i prije pandemije. Krajem rujna Sindikat hrvatskih novinara, udruga koja promiče prava novinara i nudi besplatnu pravnu podršku svojim pridruženim članovima, upozorila je da su mnogi rukovoditelji medija iskoristili pandemiju za dodatno smanjenje troškova rada. Prema podacima koju je prikupio Sindikat i objavio početkom travnja, hrvatska javna televizija otkazala je sve svoje ugovore s *freelance* radnicima.

Hanza Media, jedan od najvećih hrvatskih privatnih medijskih holdinga, otpustila je 30 zaposlenika, smanjila plaće za 5 do 25% u nekim publikacijama i otkazala niz ugovora s *freelancerima* na samom početku pandemije. Plaće u dnevnom listu *Glas Istre* smanjene su za 50 posto, a smanjene su i plaće jednom od najvažnijih lokalnih novina u zemlji, *Novom listu*.

U istraživanju koje je Sindikat hrvatskih novinara proveo u travnju, gotovo 29 posto od 164 anketiranih novinara otkazani su svi zadaci (i 26 posto većina zadataka) otkako je počela kriza s COVIDOM-19. Nakon dva mjeseca lobiranja od strane Hrvatskog novinarskog društva (HND) i Sindikata hrvatskih novinara, 20. svibnja, Ministarstvo kulture RH potvrdilo je da će biti osigurana financijska potpora novinarima slobodnim profesijama čiji su prihodi opali od početka pandemije.

Istraživanje elektroničkih medija, koje je provela Agencija za elektroničke medije pod nazivom „Mogućnost uvođenja novih naplatnih usluga“ u siječnju 2021., pokazalo je da je 70% ispitanika izvijestilo da su prihodi smanjeni, a najteže su pogođeni televizijski i radijski emiteri. Pandemija je povećala strukturne probleme medijskog sektora u mnogim zemljama, ali Hrvatska je bila dodatno ranjiva s obzirom na njezinu veličinu tržišta i vrlo nisku razinu (7%) broja ljudi koji plaćaju vijesti putem interneta.

Potreba za novim digitalnim strategijama hitna je jer je pandemija dovela do daljnjeg pada korištenja tiska kao izvora vijesti, za sedam postotnih bodova u prošloj godini, što je ekvivalent padu u prethodne dvije godine. COVID-19 također je pridonio ionako teškom izvještajnom okruženju za hrvatske novinare. U travnju 2021. HND je objavio izvješće u kojem je dokumentirano daljnje korištenje tužbi kako bi se ušutkali novinari koji istražuju ljude na vlasti. Pronašli su 924 takva slučaja, prvenstveno protiv novinara koji rade za Hanza Media, izdavača najvećih dnevnih listova Jutarnji list, 24 sata i Vecernjeg lista. Komercijalni televizijski kanali RTL, N1 i NOVA TV bili su pod sve većim pritiskom premijera Andreja Plenkovića, koji je optužio medije za urotu protiv kandidata njegove stranke (HDZ), nakon lokalnih izbora u svibnju 2021.

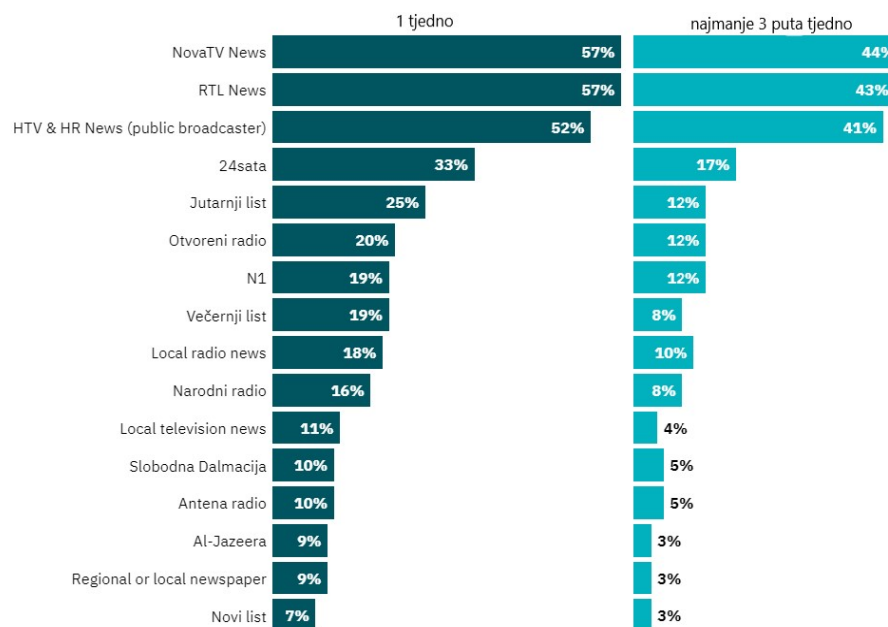
Predložene izmjene Zakona o elektroničkim medijima isprva su privukle pozornost zbog planova za ograničavanje govora mržnje u internetskim komentarima na vijesti. Prijedlog da se medijske organizacije smatraju odgovornim za ovaj sadržaj široko je kritiziran. Neki strahuju da bi mediji odlučili onemogućiti internetske komentare ako bi bili odgovorni za svoj sadržaj.

Još jedno pitanje oko zakona o medijima odnosi se na popularni kabelski informativni kanal N1, kojem se mnogi dive zbog neovisnog izvještavanja. U proljeće 2021. kanal je uklonjen iz paketa važnog telekomunikacijskog operatera A1. Budući da je N1 kabelski kanal u vlasništvu United Group-e, koji posluje iz Nizozemske, i nije besplatni televizijski kanal s nacionalnom licencom, nije obuhvaćen pravilima o kabelskoj televiziji koja se odnosi na postaje licencirane u Hrvatskoj.

6. Statistički pokazatelji utjecaja bolesti COVID-19 na upotrebu medija u RH

Reutersov institut za studij novinarstva proveo je istraživanje utjecaja koronavirusa na upotrebu medija u RH te je pomoću statističkih alata jasno demonstrirao promjene koje su se dogodile u periodu od 2017. do 2021. godine. Istraživanje je pokazalo da su komercijalni i javni servisi i dalje su vodeći izvori vijesti među naslijeđenim medijima, a slijede ih dnevne tiskane novine, ali s vidljivim padom, a Nova TV je najbolji je izvanmrežni izvor vijesti (Grafikon 1), dok je Index.hr najbolji na internetu (Grafikon 2).

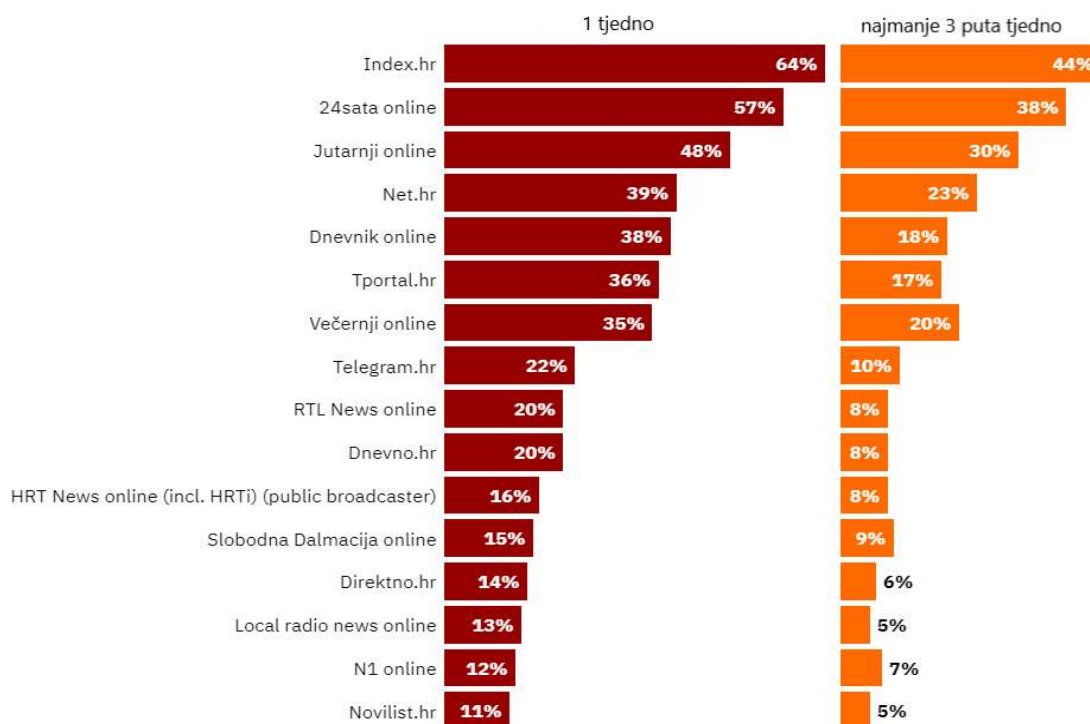
Grafikon 1. Izvanmrežni izvori vijesti prema upotrebi



Izvor: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/croatia>

Grafikon 2. Upotreba izvora vijesti na internetu

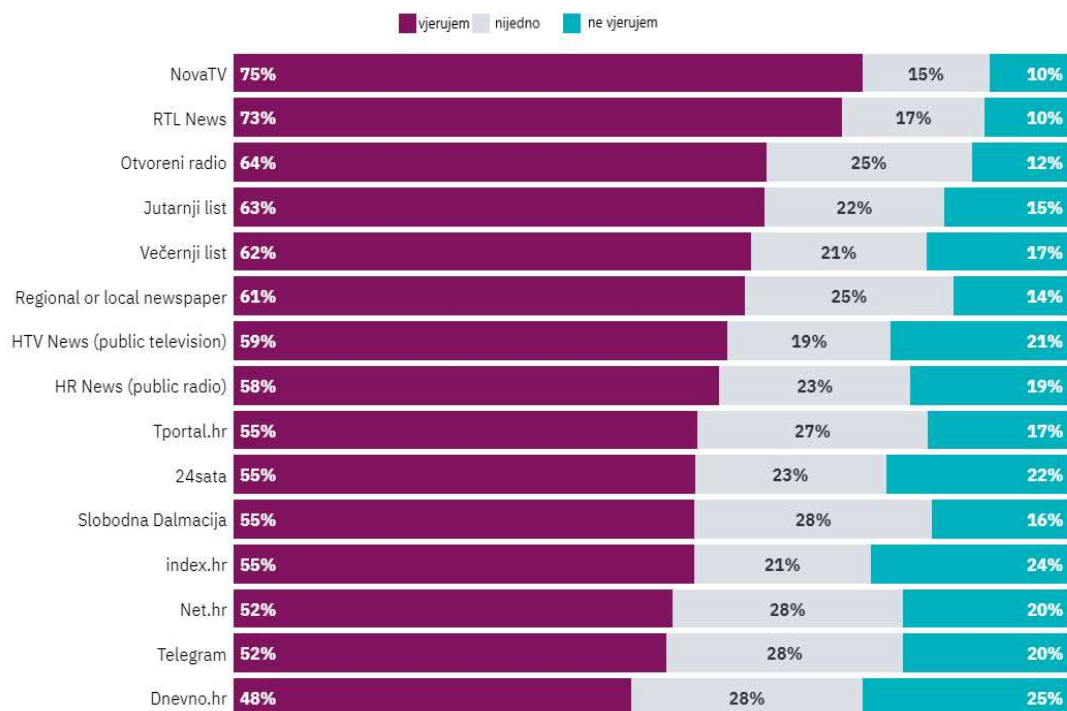
Croatia



Izvor: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/croatia>

Nadalje, povjerenje u vijesti općenito je poraslo i za izvore koje ljudi sami koriste. Komercijalni emiteri Nova TV i RTL dva su branda kojima se najviše vjeruje, a slijede ih kvalitetne novine, a izvori povezani s lijevom ili desnom stranom političkog spektra (Index.hr i Dnevno.hr) nose veću razinu nepovjerenja od ostalih (Grafikon 3). Dakle, unatoč naporima političkih tijela u pokušaju kontroliranja medija, rezultati istraživanja ukazuju na to da publika prepoznaje snažne utjecaje politike te takvim izvorima ne vjeruje. S obzirom da je srž ovog rada analiza sadržaja Jutarnjeg i Vecernjeg lista (online), važno je primijetiti da su prema povjerenju čitatelja i Jutarnji i Vecernji list visoko na ljestvici, odnosno čak na prvom i drugom mjestu ako analiziramo samo novine.

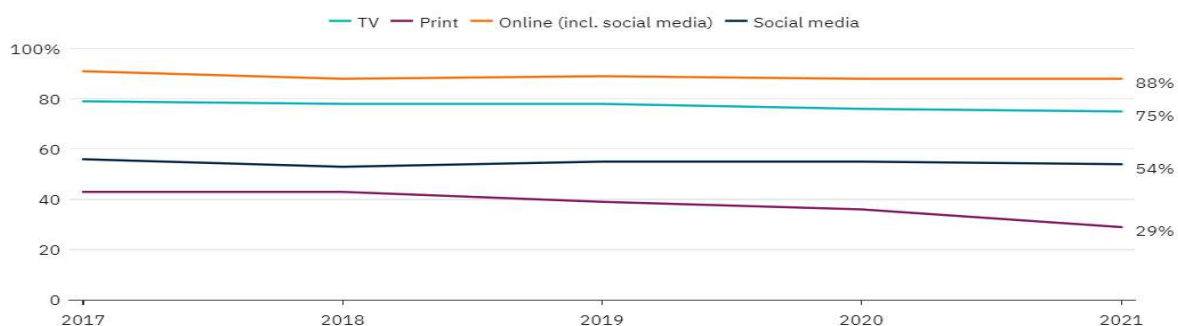
Grafikon 3. Izvori vijesti prema povjerenju publike



Izvor: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/croatia>

Istraživanje je pokazalo i pad uporabe tiskanih novina u periodu od 2017.-2021. (Grafikon 3), trend kojeg je dodatno osnažila pandemija. S obzirom da su online portali većine novina u hrvatskoj u potpunosti besplatni, postoji rizik od istrebljivanja glavnog izvora prihoda istih, prodaje novina. Međutim, situacija se promijenila tijekom same pandemije. Većina portala razmišlja o uvođenja digitaliziranog sadržaja, koji bi se naplaćivao, prema tome sadržaji s Jutarnjeg i Vecernjeg lista također sadrže pojedine članke kojima se može pristupiti jedino putem pretplate.

Grafikon 4. Izvor vijesti



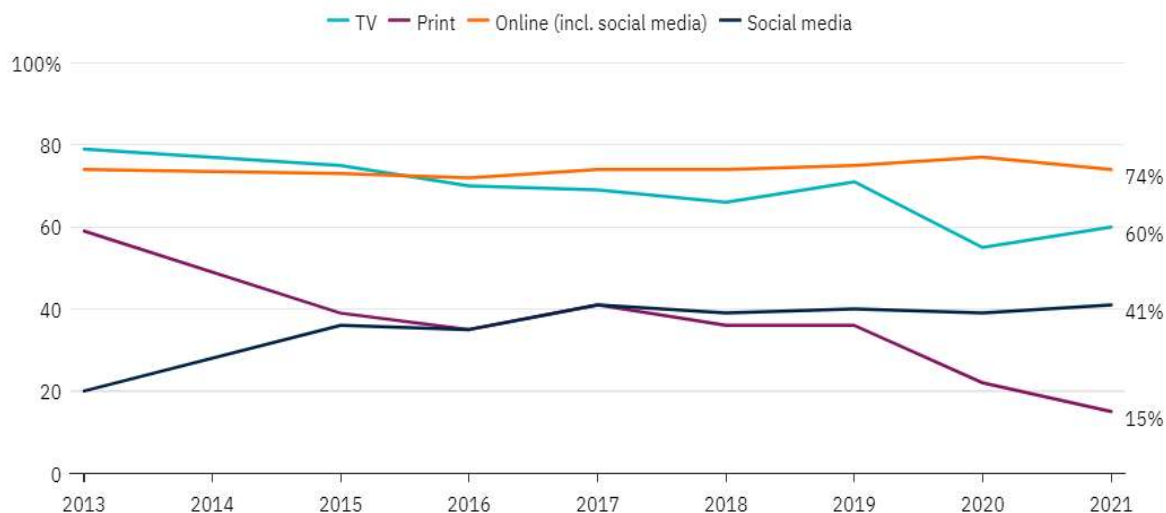
Izvor: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/croatia>

7. Statistički pokazatelji utjecaja bolesti COVID-19 na upotrebu medija u svijetu

Koristeći rezultate istraživanja spomenutog instituta, ovo poglavlje osvrće se na prikaz promjena i u drugim zemljama s naglaskom na izvor vijesti s obzirom da je to pokazatelj koji je najčešće korišten za usporedbu među zemljama.

Za Ujedinjeno Kraljevstvo je provedeno istraživanje u periodu od 2013. do 2021. godine. Udar COVID -a za TV vijesti maskira povijesni pad publike - osobito među mlađim gledateljima. Društveni mediji postali su sve važniji izvor vijesti, potaknuti raširenim pristupom pametnim telefonima (68%) koji se udvostručio u posljednjih devet godina, a tiskane novine doživljavaju strmoviti pad. Slična situacija je i u Hrvatskoj. Opremljenost i korištenje pametnih telefona omogućilo je publici pristup informacijama koje se potom koriste za kreiranje novinarskog sadržaja. Publika danas više no ikad sudjeluje u kreiranju vijesti. Međutim, osim slobode izražavanja i neograničene mogućnosti širenja vijesti, to reducira kvalitetu sadržaja i rapidno povećavanje lažnih vijesti i legitimizira medija općenito.

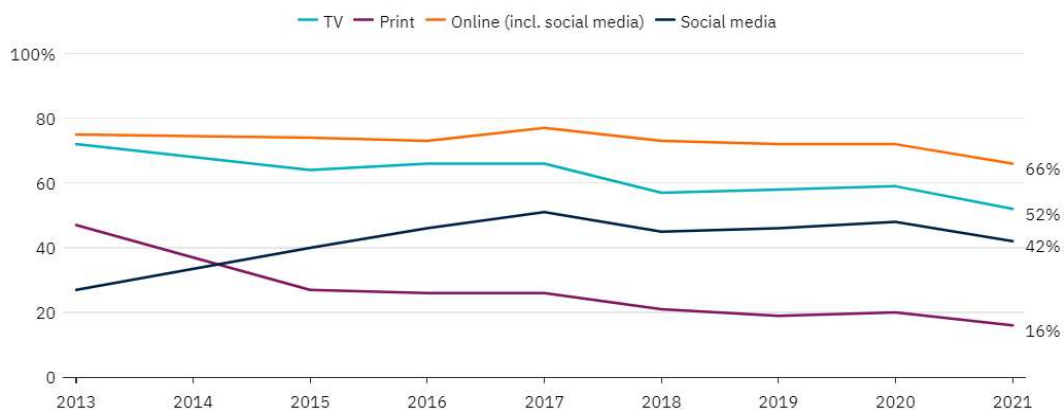
Grafikon 5. Izvori vijesti u UK



Izvor: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/united-kingdom>

Iduće razmatrano područje je SAD. U SAD-u je također promatran period od 2013. do 2021. godine a zabilježeno je da su svi glavni kanali za vijesti - TV, tiskani, mrežni i društveni - zabilježili paralelna opadanja kao redovni izvori vijesti, a tisak i TV pali su na povijesne padove (Grafikon 6).

Grafikon 6. Izvori vijesti u SAD-u



Izvor: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/united-states>

Živimo u umreženom svijetu u kojem je pravovremena informacija od iznimne važnosti. Autor Rubin slaže se da ljudi konzumiraju medije za različite svrhe. Vrsta medija koju će netko konzumirati ovisi o dostupnosti tog medija i vrsti potrebe koja se želi zadovoljiti. U hrvatskom kontekstu, televizija je još uvijek najkorišteniji medij te je pojedinci koriste prosječno 177 minuta u jednom danu. Usprkos tome, učestalost korištenja Interneta sve više raste. Tisak je jedini medij koji je zabilježio pad u odnosu na učestalost korištenja. Zanimljivost istraživanja je kako nije utvrđena statistički značajna razlika u odnosu na dob i učestalosti korištenja Interneta (Balabanić, 2020). U kontekstu pandemije, prema istoimenom istraživanju, podaci ukazuju da čak 45% Hrvata vjeruje u medije. U kontekstu informiranja, na hrvatskom uzorku pokazalo se kako 75% ispitanika koristi televiziju kao primaran izvor informiranja, njih 29% tisak, 24% radio, 88% online internetske portale, te 54% ispitanika koristi društvene mreže za svakodnevno informiranje (Reuters, 2021).

8. Istraživačka pitanja, hipoteze i metodologija

Glavni cilj ovog istraživanja je kvantitativnom i kvalitativnom analizom sadržaja kroz studiju slučaja portala Vecernji.hr i Jutarnji.hr utvrditi u kojoj mjeri su objavljivali relevantne informacije o razvoju bolesti COVID - 19 u Hrvatskoj i svijetu.

Prema Žugaju i sur. (2006) analiza sadržaja odnosi se na empirijsku metodu koja je sastoji od prikupljanja podataka u svrhu istraživanja, a primjenu posebice pronalazi u društvenim znanostima. Svrha ove metode je da je sadržaj analiziran prema značenju, ideji, misli i sudovima. S obzirom da se analiza sadržaja može smatrati alatom za sabiranje primarnih podataka iz primjerice pisanih tekstova, idealna je za potrebe ovog istraživanja.

Kvantitativne analiza medijskog sadržaja koristi se za objektivan, kvantitativan i opravdan opis analiziranog sadržaja (Elezović, 2012), te je riječ o tehnici kojom se na objektivan način opisuje sadržaj nekog aspekta komunikacije. Kvalitativna ili nefrekvencijska analiza sadržaja zasniva se na otkrivanju i bilježenju određenog sadržaja čija se obilježja zatim analiziraju i daju se odgovori na pitanja: „što?“ i „kako?“. (Tkalac Verčić i dr., 2010). Kako bi se mogla provesti analiza sadržaja, ključno je konstruiranje matrice istraživanja čiji elementi su prikazani u nastavku teksta.

Analizom je obuhvaćeno ukupno 318 članaka koji su objavljeni na najčitanijim portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr. Jedinica analiza bio je članak. Kriterij pri odabiru članka bila je sadržajna obrada teme i postavljenih ciljeva i hipoteza istraživanja. Članci su analizirani prema konstruiranoj matrici u kojoj se bilježilo nekoliko kategorija: datum objave, tema članka, tip informacija, promocija psihološkog zdravlja, izvještavanje o utjecaju pandemije na ekonomiju i gospodarstvo, promocija političkih ličnosti, promocija nadležnih tijela, izvještavanje o propustima politike i nadležnih tijela, autor teksta, izvori informacija, tip članka, način plasmana, popratne ilustracije, tip ilustracije. Analizu je provela autorica ovog rada. Radi postizanja jednoznačnosti kriterija izrađena je ponajprije radna verzija matrice i provedeno je nekoliko pokusnih analiza.

8.1. Hipoteze

Glavna hipoteza: Portali Vecernji.hr. i Jutarnji list imali su većinom informativnu ulogu tijekom 2020. godine vezano uz pandemiju bolesti COVID- 19.

Pomoćne hipoteze:

1. Portali Vecernji.hr. i Jutarnji.hr u 2020. godini. nisu pisali o teorijama zavjere o COVID-19.
2. Portali Vecernji.hr. i Jutarnji.hr u 2020. godini nisu promovirali lažne vijesti o COVID-19.

9. Rezultati istraživanja

9.1. Analiza medijskog sadržaja – Jutarnji.hr

Prvi promatrani vremenski period je od veljače do ožujka 2020. Godine, koji je istovremeno označen kao početak epidemije unutar kojeg je i potvrđen prvi slučaj bolesti COVID-19 u Hrvatskoj. Tema koja je prevladavala u ovom periodu je kategorija „situacija u svijetu“, „broj novih slučajeva zaraze“ te „upute i smjernice za ponašanje i zaštitu zdravlja“, a pred kraj tog perioda i kategorija „broj umrlih“. Naslovi su napisani tiskanim slovima crne boje te su korišteni snažni izrazi poput 'prvi', 'panika', 'oprez' te su u ovom razdoblju najčešće plasirani na način da najavljuju sadržaj teksta ili navode broj novoizaraženih, umrlih i sl. (Slika 1, Slika 2). Primjeri nekih naslova u spomenutom periodu prikazani su Tablicom 1.

Tablica 1. Primjer naslova u Jutarnji.hr (siječanj-ožujak 2020.)

<i>Datum objave</i>	<i>Naslov</i>
21.veljače	PANIKA U SUSJEDSTVU ZBOG KORONAVIRUSA Zabilježen prvi smrtni slučaj, u jednom danu 17 zaraženih, u nekim gradovima zatvorene škole, dućani, kafići...
25. veljače	PLENKOVIĆ I BEROŠ POTVRDILI PRVI SLUČAJ KORONAVIRUSA U HRVATSKOJ 'Rezultati testiranja 9 radnika koji su nedavno pristigli iz Italije još nisu gotovi'
26. veljače	PRVI SLUČAJ ZARAZE KORONAVIRUSOM U SJEVERNOJ MAKEDONIJI Zaražena žena se iz Italije vratila kombijem, ostali putnici iz tog vozila se testiraju
3. ožujka	NOVE INFORMACIJE O DEVETOM ZARAŽENOM HRVATU, Nije riječ o vozaču kamiona kako je jutros bilo objavljeno, nego o poznatom Varaždincu...

4. ožujka	PRVI SLUČAJ KORONAVIRUSA U UREDIMA EUROPSKE UNIJE Zaražen muškarac koji se nedavno vratio iz Italije, a jedan slučaj zabilježen i u zgradi Vijeća EU-a nema autora
10. ožujka	NA OTOKU KRCATOM MIGRANTIMA POTVRĐEN PRVI SLUČAJ KORONAVIRUSA Grčka bilježi 11 novih slučajeva, ukupno ih je dosad 84
20. ožujka	PRVI SLUČAJ KORONAVIRUSA U LIČKO-SENJSKOJ ŽUPANIJI Mladić iz Senja zarazio se u Austriji: 'On može biti primjer savjesnog ponašanja'

Izvor: Izrada autorice, https://www.jutarnji.hr/pretraga?q=koronavirus&time_range=2021

Tekstovi su uglavnom formirani u obliku vijesti ili članaka te su uvijek popraćeni fotografijom, no rijetko fotografijom od konkretnog događaja o kojem članak piše. Nadalje, neki članci su sadržavali i video snimke. Primjeri takvih članka prikazani su na slikama u nastavku.

Slika 1. Vijest iz Jutranji.hr

U HRVATSKOJ IMAMO JOŠ 15 POZITIVNIH OSOBA NA KORONAVIRUS, UKUPNO IH JE 128 Načelnica stožera: 'Nismo zadovoljni pridržavanjem mjera samoizolacije'

Piše: Jutarnji.hr

Objavljeno: 20. ožujak 2020. 18:59

Share Twitter Email



Slika 2. Vijest iz Jutarnji.hr

JUTARNJI NESLUŽBENO DOZNAJE Hrvat koji je zaražen koronavirusom bio je na utakmici Lige prvaka u Milanu

Potvrđen je prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj, riječ je o mlađem čovjeku. Zaraženi pacijent ima blage simptome bolesti, a bio je nedavno u Milanu na utakmici Lige prvaka. Zaraženi pacijent radi u jednoj našoj tehnološkoj kompaniji, a u petak je bio na poslu. U svijetu ukupno zaraženo više od 80.000 ljudi, od koronavirusa umrlo više od 2700 ljudi. Broj zaraženih u Južnoj Koreji popeo se na 893, čime su drugi iza Kine. Broj zaraženih osoba u Italiji porastao na 270.

Piše: Hina

Objavljeno: 25. veljača 2020. 08:28

Share Twitter Email



Klinika Fran Mihaljević, ilustracija laboratorija
© Goran Mihaljević / Profimedia / Hamza Media

Informacije u tekstovima u tom periodu su nove i informativne, no mnogi tekstovi nisu potpisani što ih čini nepouzdanima. Navođenje izvora je također vrlo rijetko, a ukoliko je naveden, radi se o samo jednom izvoru informacija. Primjerice u članku objavljenom 26. ožujka 'RASPADAM SE,

KAŠLJEM, IMAM TEMPERATURU...' Ovaj slučaj umirovljene liječnice najbolje govori kako u Americi tretiraju borbu protiv koronavirusa', opisan je slučaj razvoja bolesti kod američke liječnice. Autor nije naveden, a kao izvor se navodi BBC. Fotografija uz članak je preuzeta s Facebooka. Članak je preuzet s američkog portala te je navedena autorica tog teksta, no informacije se mogu izokrenuti u prijevodu, te nijedan članak nema naveden izvor informacija o kojima pišu. S druge strane u članku objavljenom 23. ožujka pod naslovom "NJEMAČKA ZABRANILA OTVARANJE NOVIH STEČAJEVA DOK TRAJE KORONAVIRUS, ČEKA SE POMOĆ DRŽAVE", iznesene su informacije koristeći citate osoba iz javnosti, tekst ima 562 riječi, što znači da i nije toliko sažet, autor je potpisan i spominje se još jedan članak koji potvrđuje navedene informacije. To sve zajedno su karakteristike pouzdanog teksta. Članci su svakodnevno komunicirali mjere zaštite od zaraze i smjernice za ponašanje prema uzoru na slučajeve iz svijeta i prema uputama nadležnih tijela u Hrvatskoj. Primjeri naslova tekstova koji su komunicirali navedenu su kako slijedi.

Tablica 2. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr (travanj-lipanj 2020.)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
15. ožujka	SMIJU LI ZARAŽENI KORONOM UZIMATI IBUPROFEN Naš krizni stožer o temi koju je otvorio francuski ministar zdravstva
21. ožujka	BEROŠ 'Kao građanin, liječnik i ministar zahtijevam: Poštujte upute'
13. ožujka	BOŽINOVIĆ: 'Prekida se međugradski autobusni i željeznički promet'
13. ožujka	MINISTARSTVO OBRAZOVANJA OBJAVILO UPUTE ŠKOLAMA ZA ONLINE NASTAVU Pročitajte kako će izgledati komunikacija između ravnatelja, učitelja i učenika
27. ožujka	ŠTO NAJBOLJE ŠTITI OD ZARAZE KORONAVIRUSOM Kirurške maske ne nosite dulje od dva-tri sata, inače postaju žarište virusa i bakterija

Izvor: izrada autorice, <https://www.jutarnji.hr/>

Analizom sadržaja članaka, primijećeno je i da se u ovom periodu na bolest pretežito referira kao 'koronavirus', a izraz 'covid' i COVID-19 koristi se u kasnijim mjesecima pandemije.

Slijedeće analizirano razdoblje je od travnja do lipnja koje je karakteristično prema naglom porastu broja zaraženih te se može nazvati vrhuncem pandemije u 2020. godini. Naslovi se i dalje ističu velikim, crnim tiskanim slovima, te su i dalje pisani s određenom mjerom neizvjesnosti, primjerice naslov članka od 3. travnja glasio je: "VIRUS OD KOJEG DRHTI SVIJET, OD ŠIŠMIŠA DO LJUDSKIH PLUĆA: TAJNA EVOLUCIJE COVIDA-19 Njegove su mutacije strahovito efikasne, znamo zašto se rapidno širi, ključna karika nedostaje". Također, način plasiranja naslova ostaje gotovo jednak prethodnom promatranom razdoblju, no počinju se koristiti i citati u sklopu naslova. Primjerice naslov od 14. travnja "MINISTAR BEROŠ POTVRDIO 'U sljedećem periodu čeka nas promišljanje o opuštanju mjera' " ili 1. travnja; "PROFESORICA MARKOTIĆ 'Sve ovo mi sličí na SP u nogometu, to je igra živaca. Voljela bih da pobijedimo u regularnih 90 minuta, da ne idemo na penale'. Nadalje, iako je gotovo svaki dan zabilježen porast broja zaraženih, izvještavalo se o smirujućim porukama tijela vlasti kao što je primjerice članak objavljen 3. travnja pod naslovom "TROJE ČLANOVA NACIONALNOG KRIZNOG STOŽERA GOSTOVALO U OTVORENOM Capak: 'Naša epidemiološka situacija je dobra, od nas je u svijetu bolji samo Japan" ili onaj objavljen 10. travnja pod naslovom "PRVI ZARAŽENI NA BRAČU Gradonačelnica: 'Bez panike, u kontaktu sam s oboljelim, osjeća se dobro. Ostanite doma!'", pa čak i članak objavljen 26. lipnja; "Vladin savjet: 'Nije potrebna karantena već praćenje epidemije i samodisciplina'". S druge strane, članci koji su izvještavali o iskustvima zaraženih i znanstvenim istraživanjima ukazivali su na dramatične posljedice bolesti COVID-19 i karantene, ne samo na fizičko već i na psihičko zdravlje. Primjerice članak objavljen 7. travnja naslovljen je "KARANTENA NAM JE UNIŠTILA KOŽU, KOSU I NOKTE: OSIM NA MENTALNO, OSTAVLJA TRAGOVE I NA FIZIČKO ZDRAVLJE" te iznosi primjere stvarnih slučajeva zaraze u Hrvatskoj i čitavom svijetu te s kakvim posljedicama se bore.

Iz navedenih primjera vidljivo je i da su teme tekstova proširene s kategorija „broj zaraženih“, „situacija u svijetu“ i „mjere i smjernice“ na kategorije „testiranje“, „politika“ ali i povećan broj članaka koji su povezani s kategorijom „teorije zavjere“. Tako je 4. travnja objavljeno je: "PANDEMIJA POKRENULA LAVINU TEORIJA ZAVJERE Stručnjak objašnjava zašto padaju na plodno tlo: 'Prvo treba razlikovati opravdane od neopravdanih teorija'". Taj članak je napisan u obliku opsežnog teksta (1875 riječi) u kojem je citiran poznati znanstvenik koji ne opovrgava postojeće teorije već objašnjava zašto ih ljudi razvijaju i zašto u njih vjeruju. Nadalje, naveden je

autor teksta što čini ovaj članak relativno pouzdanim i korisnim za informiranje čitatelja koji su možda zbunjeni postojanjem teorija zavjere.

31. svibnja Jutarnji.hr objavljuje "TEORIJE ZAVJERE OSVAJAJU HRVATSKU Omiljena meta je Bill Gates, a zbog filmića na YouTubeu puno ljudi vjeruje da je korona stvorena u laboratoriju". Iako na neki način Jutarnji.hr promovira postojeće teorije zavjere, njihovim samim navođenjem, u samom tekstu članka navodi kako prepoznati lažne vijesti i "klikbejt" tehniku, što je ponovo korisno i djeluje u smjeru promocije istinitih informacija i provjere njihovog izvora. Jednako tako, u članku objavljenom 7. travnja, Jutarnji.hr teorije zavjere naziva "suludima", te upozorava na lažne informacije – "ZBOG SULUDIH TEORIJA ZAVJERA NEKI BRITANCI UNIŠTAVAJU ODAŠILJAČE ZA 5G MREŽU Društvenim mrežama šire se dezinformacije da je ona uzrok koronavirusa". U ovom periodu tek se počinje raspravljati o nadolazećoj ekonomskoj krizi uzrokovanoj bolešću COVID-19, no jako malo u kontekstu Hrvatske i s većim fokusom na općenitu situaciju ekonomije u svijetu. To je vidljivo iz naslova članka objavljenog 4. svibnja: "PREGLED TRŽIŠTA: EKONOMIJA EUROZONE ZABILJEŽILA NAJSNAŽNIJU KOREKCIJU U POVIJESTI, Vodeći ekonomista Europske centralne banke u međuvremenu je upozorio kako će biti potrebno i do tri godine da se ekonomija oporavi od šoka izazvanog koronavirusom, zatim 9. lipnja: "NAJVEĆI PAD AMERIČKE EKONOMIJE OD VELIKE DEPRESIJE: Recesija u SAD-u bit će duboka, ali možda i najkraća u povijesti. Evo kada bi mogla završiti", 6. svibnja: "RUSKI MINISTAR FINACIJA: 'NAŠA EKONOMIJA MOŽE I UZ CIJENU BARELA OD 10 DOLARA' ", 29. lipnja: "PODACI UKAZUJU DA ĆE EKONOMSKI OPORAVAK EU BITI KAO VOŽNJA PO MAKADAMU PUNOM RUPA", 8. svibnja: " 'AMERIČKA EKONOMIJA JE NA APARATIMA' Otkrivaju se razmjeri krize u koju pada SAD, čuveni Nobelovac upozorava: 'Pogledajte samo nezaposlenost...' " itd.

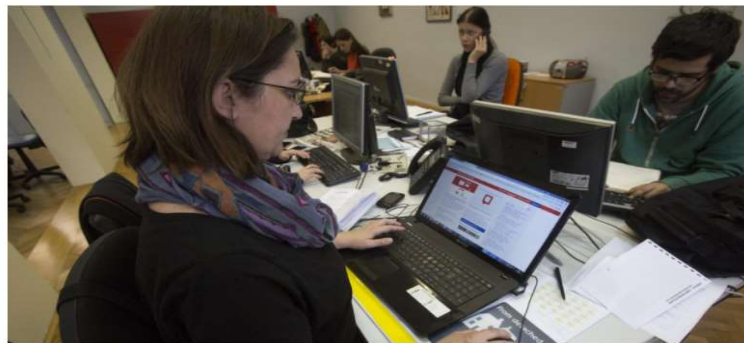
Slika 3. Primjer članka iz Jutarnji.hr

'Pandemija je ubrzala digitalizaciju Hrvatske, ali ti su procesi još nedovoljni i prespori'

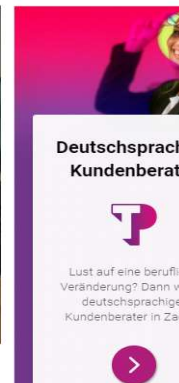
'Važnost digitalnih usluga za građane, gospodarstvo, obrazovanje, trgovinu i druge segmente društva potvrdila se u vrijeme pandemije'

Piše: Hina Objavljeno: 30. lipanj 2020. 19:41

Share Twitter Email



Prostorije Fine u Splitu
Vladimir Dugandzic/Cropix



Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/pandemija-je-ubrzala-digitalizaciju-hrvatske-ali-ti-su-procesi-jos-nedovoljni-i-prespori-15005539>

Razdoblje analize koje slijedi je od srpnja do rujna 2020. kada je Hrvatska dosegla preko 100000 zaraženih, nalazi se na crvenim listama mnogih zemalja te je zabilježena rekordna brojka novih slučajeva. U ovom razdoblju ističe se prisutnost politike u tematici tekstova i zanimljivo je da su naslovi više nisu napisani velikim tiskanim slovima. Također, počinje se više pisati o utjecaju bolesti COVID-19 na ekonomiju i gospodarstvo. Naslovi su nastavljeni pisati malim tiskanim slovima te su uglavnom formirani kao najava teksta koji slijedi. Navedeno se može vidjeti na primjerima naslova iz ovog razdoblja u tablici u nastavku.

Tablica 3. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr (srpanj-rujan 2020.)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
6. srpnja	Nacionalni stožer objavio nove podatke o koronavirusu u Hrvatskoj: Imamo 69 novozaraženih
14. srpnja	Plenković će se opet testirati na koronavirus: Ovaj put zbog sastanka na kojem je bila i Divjak

15. srpnja	ECDC objavio novu korona kartu: Hrvatska obala od danas je na narančastoj listi
28. srpnja	Zbog pandemije koronavirusa turizam u svijetu izgubio najmanje 320 milijarda dolara
3. kolovoza	Ministar Malenica prebolio Covid-19, negativan je na koronavirus: Sutra izlazim iz samoizolacije
11. kolovoza	Koronavirus se probio u crkveni zbor, odmah otkazana procesija za Veliku Gospu
13. kolovoza	Europska unija daje 128 milijuna eura za 23 projekta vezana uz Covid, na tri rade Hrvati- navedena autorica
11. rujna	Koronavirus je najbolja stvar koja se mogla dogoditi hrvatskom pravosuđu
21. rujna	Uskoro nova pravila za koronavirus: Skraćuje se izolacija, uvode se prioritete za testiranje

Izvor: izrada autorice, <https://www.jutarnji.hr/>

Članci koji su povezani s politikom, prvenstveno promoviraju sve odluke nadležnih tijela, no kao što je vidljivo iz Tablice 3, bave se privatnim životima političara i prate kako se oni nose s cjelokupnom situacijom. Informacije u člancima vezane za samu bolest i smjernice za zaštitu zdravlja su sada već ponavljane, pa tekstovi počinju 'naginjati' prema tabloidnom stilu pisanja kako bi i dalje držali interes čitatelja na visokoj razini. Primjerice članak objavljen 16. kolovoza s naslovom "Sedam najvažnijih spoznaja o koronavirusu do kojih smo došli tijekom sedam mjeseci pandemije" podsjeća na članak koji bismo pročitali u nekom tabloidu. Nadalje, tabloidni stil se raspoznaje i u češćem pisanju o teorijama zavjere i elementima humora u naslovu. Primjerice "Ima nešto utješno u teorijama zavjere: Kad nas svi napuste, Bill Gates i dalje se zanima za nas" (18.7). Ovaj naslov je napisan s namjerom da nasmije čitatelja. Također napisan je svijetlo plavim slovima na svijetlo žutoj pozadini. Dakle, vidljivo je da se stil pisanja u ovom periodu počeo mijenjati i da je sadržaj postao opušteniji, neozbiljniji, počeo je istraživati aspekte pandemije koje se ne odnose samo na opasnost po zdravlje, već koji bi mogli izazvati intrigu i neku vrstu senzacije. Humor u naslovima bio je gotovo nedopustiv u prvom promatranom razdoblju, jer je to bilo vrijeme velike neizvjesnosti i neznanja o težini opasnosti i posljedicama koje nas čekaju. Što se tiče teorija zavjere, u ovom vremenskom intervalu objavljivanja primjetno je učestalije spominjanje teorija

zavjere, a člancima se nastojalo raspraviti najnovije službene rezultate istraživanja o mutaciji pandemije bolesti COVID-19 s dominantnim teorijama zavjere koje ih nastoje opovrgnuti. Tako je na primjeru u članku objavljenom 18. rujna pod naslovom " Novo istraživanje o mutacijama virusa SARS-CoV-2 donijelo sjajne vijesti: ‘Ovo pruža nadu!’ " raspravljano koje teorije zavjere novi dokazi opovrgavaju, dok se u prijašnjem razdoblju nije raspravljalo ni o pretpostavkama teorije, ni o mogućnosti da su one istinite. Iz isječka spomenutog članka - "Druga otkrića iz studije pokazuju da se koronavirus prirodno razvio kod šišmiša i da nije umjetno stvoren u kineskom laboratoriju, kako tvrde neke teorije zavjere." – vidi da to više nije slučaj. Povremeni tabloidni stil pisanja, otvorenost za teorije zavjere i fokus na teme iz politike ukazuju na potencijalni pad pouzdanosti tekstova. Članak objavljen 19. srpnja pod naslovom " Pitali smo hrvatske znanstvenike je li Covid-19 opasan jednako kao i gripa, evo što su odgovorili" ukazuje na suprotno. Naime, potpisan je autor, korišteni su citati u sadržaju, navedeno je nekoliko izvora koji potvrđuju napisano, a tekst nije sažet (1305 riječi). Najučestalije forme novinskog teksta ostaju vijesti i članci i u ovom razdoblju te je svaki tekst popraćen fotografijom kao i u proteklom razdobljima.

Ovo razdoblje obilježava i pisanje o utjecaju pandemije na gospodarstvo i ekonomiju. Ono što je zanimljivo, u ovom razdoblju fokus je pretežito na Hrvatskom gospodarstvu u odnosu na svjetsko što je vidljivo iz odabranih primjera naslova ovog razdoblja u nastavku.

Tablica 4. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr vezanih za ekonomiju i gospodarstvo (srpanj-rujan 2020.)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
16. srpnja	HZZ objavio rok za prijave za potpore za očuvanje radnih mjesta za rujna
15. kolovoza	Korona prepolovila dobit banaka, stvaraju zalihe zbog izglednog rasta loših kredita
16. kolovoza	U prvih 6 mjeseci najviše podbacio prihod države od PDV-a, najviše rasle subvencije
21. kolovoza	S obzirom na bolje rezultate turizma moguć i manji pad BDP-a, snažan oporavak već iduće godine

27. kolovoza	Kako su vodeće hrvatske kompanije poslovale u prvih šest mjeseci 2020. Godine (1)
28. kolovoza 28. kolovoza	Hrvatsko gospodarstvo ne može izdržati novi "lockdown" Očekivanja za hrvatsko gospodarstvo u kolovozu znatno poboljšana zbog jednog sektora
8. rujna	Jedna od važnih grana koje bi mogle spasiti hrvatsko gospodarstvo je bačena na koljena!

Izvor: izrada autorice, <https://www.jutarnji.hr/>

Posljednje analizirano razdoblje je listopad – prosinac 2020. U ovom periodu je Hrvatska dostigla ukupan broj od 200 tisuća zaraženih, no najistaknutija vijest bila je dolazak cjepiva. Broj zaraženih, mjere i smjernice nisu toliko zastupljene teme u člancima u posljednjem promatranom razdoblju. Mogući razlog je izbjegavanje ponavljanja informacija. Osim toga, nova vijest je bila dolazak cjepiva što je bila najzastupljenija tema. Naslovi su i dalje pisani u obliku najave teksta te malim tiskanim slovima. Primjeri nekoliko naslova dati su u nastavku.

Tablica 5. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr (listopad – prosinac 2020.)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
1. listopada	Koronavirus znatno usporio useljavanje u Njemačku, osjetno pao broj useljenika iz Hrvatske
21. listopada	Koronavirus znatno usporio useljavanje u Njemačku, osjetno pao broj useljenika iz Hrvatske
11. studenog	Ugovori su sklopljeni, cjepitelji određeni, a evo i kada očekujemo prve doze
12. studenog	Cjepivo će se prevoziti u 'ledenim sarkofazima' i čuvati u hladnjačama Lure, Konzuma i Lidla?

19. studenog	Cjepivo protiv Covida-19 AstraZenece izaziva snažan imunološki odgovor kod starijih ljudi
24. studenog	Poznato koliko će koštati cjepivo AstraZenece, neće se prodavati po tržišnoj cijeni
30. studenog	Plenković pozitivan na koronavirus: 'Osjeća se dobro, nastavlja s aktivnostima od kuće'
4. prosinca	Dok svi čekaju cijepljenje za koronavirus, Njemačka se već sprema za iduću pandemiju
11. prosinca	Problemi s razvojem cjepiva: Sanofi/GSK neučinkovit kod starijih, Australija odustaje
15. prosinca	Prva osoba u Hrvatskoj primit će cjepivo 28. prosinca? Capak nam je otkrio najnovije planove
22. prosinca	Cjepivo nam stiže šleperima iz Belgije, zove se 'Comirnaty', evo tko bi ga prvi mogao primiti
25. prosinca	Predstavnica WHO-a: Najnovija mutacija koronavirusa u Engleskoj je beznačajna, ne utječe na cjepivo
26. prosinca	Znanstvenica s Ruđera: 'Cjepivo je sigurno, kraj se nazire, ali maske ćemo imati i na jesen...'

Izvor: izrada autorice, <https://www.jutarnji.hr/>

Osim cjepiva, u ovom razdoblju teme zadiru u različita područja koja su u prethodnim razdobljima bila stavljana u drugi plan. Primjerice, članak objavljen 25. prosinca naslovljen "Pandemija nas je morala potaknuti na razmišljanje o tome kako mijenjati otrovani svijet" donosi religijsku

perspektivu situacije. Kao takva se istaknula i tematska kategorija „mentalno zdravlje“. Tako je 29. studenog objavljen članak "Zadarski studenti istražili utjecaj pandemije na mentalno zdravlje: 'Stožer je ubio građane u pojam' ", 9. listopada nadalje je objavljeno " 'Mentalno zdravlje Hrvata sve je lošije, zatvaraju se odjeli psihijatrije. Usluga se smanjuje' ", 10. studenog objavljeno je " Naši stručnjaci za mentalno zdravlje: Ne zatvarajte škole, djeci i adolescentima to teško pada!", 12. studenog "Istraživanje: 20 posto oboljelih od korone razvije mentalne poremećaje" itd. Analizom sadržaja može se razlučiti da je strah koji je bio zaista vidljiv u prvim razdobljima, sada u velikoj mjeri splasnuo, te se čitatelje više ne plaši tekstovima jer se bolest COVID-19 ne opisuje više kao tihi ubojica već kao obična viroza. To dokazuje članak objavljen 26. listopada čiji je naslov : "Vodič za covid pacijente: 'To je u biti viroza, pa tako i liječite blage simptome' ".

Navedeno bi objasnilo i pisanje o teorijama zavjere, no sada u ozbiljnom kontekstu. Dakle, nešto o čemu se u prvom promatranom razdoblju pisalo takoreći podrugljivim stilom, u ovom je ozbiljno razmatrana tema kao i svaka druga. Na primjer u članku objavljenom 5. prosinca pod naslovom "Dolazi nam nova epidemija: Pitanje je samo hoćemo li odgovoriti brzo i bolje nego na COVID-19", raspravlja se o teoriji zavjere o dolasku novog, snažnijeg virusa koji će pokolebati pola svijeta. Autorica teksta je potpisana, korišteni su citati, članak je potkrijepljen i drugim člancima koji navode iste informacije te nije pisan u sažetoj formi. Dakle, u ovom razdoblju tekst o teorijama zavjere ima više pokazatelja pouzdanosti nego neki tekstovi koji su govorili o smjernicama za zaštitu zdravlja u prethodnim razdobljima. U pogledu osvrta na ekonomsko stanje i gospodarstvo, tekstovi se uglavnom odnose na špekulacije i predviđanja za budućnost. Tako je primjerice 24. listopada objavljeno: " Ekonomska drama bit će dulja i teža nego što smo mislili: zato si ne možemo priuštiti lockdown", 2. studenog: "Novi lockdownovi vode eurozonu u novi pad ekonomije: 'u jednom sektoru sigurno će doći do potopa", 7. studenog: "Korona, biti ili ne biti: Nakon pandemije dolazi nova ekonomija za koju Hrvatska nije pripremljena" i 26. prosinca: "Pandemija donosi globalno preslagivanje: Amerika vrlo brzo više neće biti ekonomski najmoćnija".

9.2. Analiza medijskog sadržaja – Vecernji.hr

Članci objavljeni na portalu Vecernji.hr analizirani su u istim razdobljima kao i oni s portala Jutarnji.hr. U prvom promatranom periodu, odnosno od veljače do ožujka 2020., Vecernji list nije mnogo pisao o bolesti COVID-19. Članci su od 1. do 25. veljače gotovo nepostojeći, te su svi

smješteni u kontekst drugih zemalja. 25. veljače objavljena je vijest " Potvrđen prvi slučaj u Hrvatskoj: Mladić u Zagrebu ima koronavirus". Dakle, naslov je napisan kratko, malim tiskanim slovima i bez korištenja snažnih izraza, a vrlo često je plasiran i u obliku citata.

Tablica 6. Primjer naslova tekstova iz Vecernji.hr (veljača – ožujak 2020.)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
25. veljače	Potvrđen šesti oboljeli od koronavirusa u Hrvatskoj
29. veljače	I mi imamo koronavirus! Histerije je bilo i ranije, ali tek sada možemo pokazati pravi potencijal
11. ožujka	Slijede nove intervencije: Razmak barem jedan metar, zabrana manjih skupova...
25. ožujka	ECDC: Nije vjerojatno da će ljeto zaustaviti širenje koronavirusa
31.ožujka	'Kada bi broj oboljelih padao nekoliko dana, išli bi prema dodatnim olakšavanjima'

Izvor: izrada autorice, <https://www.vecernji.hr/>

Već u prvom promatranom razdoblju na portalu Vecernji.hr vidljivi su i neki naslovi tabloidnog stila kao npr. onaj objavljen 29. ožujka pod naslovom "Ovako se slavi rođendan u karanteni: Mama za sinov 21. garažu pretvorila u klub". Nadalje, iako izvještava o smjernicama i uputama za ponašanje (npr. "Preporuka za osobe u samoizolaciji: Ne smiju izaći iz kuće, ali postoji još pravila..., 3. ožujka) fokus je više na sankcijama koje će snaći one koji ih ne poštuju nego na zaštiti vlastitog zdravlja npr. "Promijenite ponašanje, za one koji se ne pridržavaju postoje i represivne mjere"(19. ožujka). Tekstovi su formirani kao članci i vijesti, a informacije koje sadrže su nove. U tom prvom razdoblju teško je procijeniti koliko je korisna informacija u obliku izjave političara, kao što je npr. 'Počeli smo raditi na pripremi naše zemlje za posljedice od koronavirusa' (3.

ožujka) samo sedam dana nakon potvrde prvog slučaja. Postavlja se pitanje jesu li nadležni onda već prije znali da će bolest COVID-19 imati ovolike razmjere? Zanimljivo je i da je već u prvom promatranom razdoblju, osim broja zaraženih, pisano i o političkom i ekonomskom aspektu epidemije. Tako je na primjer 23. ožujka objavljeno: "Ministar Horvat: Spremni smo i za rezanje plaće u javnom sektoru", 24. ožujka: "Marić: U prvom danu 2.000 zahtjeva za odgodu plaćanja poreza", 26. ožujka: "Plenković krenuo u osnivanje kriznog stožera za gospodarstvo", i "Ministar Beroš se oglasio na Twitteru, a građani mu poručili: 'Vilija za premijera' ". Što se tiče pouzdanosti informacija u ovom razdoblju, ona je upitna. Savršen primjer je članak objavljen 28. ožujka pod naslovom: "Čak 94 posto građana Vladine mjere ocjenjuje odgovarajućima". Autor teksta nije naveden, tekst sadrži samo 275 riječi što je vrlo malo riječi za iznijeti rezultate istraživanja. Za istraživanje nije naveden ni jedan izvor. Izrazitu nepouzdanost pokazuje i članak objavljen 30. ožujka pod naslovom "Vodeći znanstvenici predviđaju kad bi mogla završiti pandemija". Ovdje je važno obratiti pozornost na izraz "vodeći znanstvenici" jer je u tekstu od 153 riječi naveden citat samo jednog znanstvenika za kojeg je daljnjom analizom utvrđeno da se spominje samo u člancima Vecernjeg lista. Nadalje, članak nema navedenog autora, drugih izvora, a naslov ukazuje na korištenje „klikbejt“ tehnike jer u tekstu nije navedeno kada bi pandemija mogla završiti kako je to najavljeno u naslovu.

Svi tekstovi su popraćeni fotografijom ili video snimkom kako je prikazano na slikama u nastavku.

Slika 4. Primjer članka na web stranici Vecernji.hr. (veljača-ožujak)

Još jedan liječnik u KB Dubrava zaražen koronavirusom

Riječ je o liječniku s hematologije.

17. OŽUJKA 2020. U 23:13 | 15 KOMENTARA | 8275 PRIKAZA | Sviđa mi se



Izvor: <https://www.vecernji.hr/vijesti/jos-jedan-lijecnik-u-kb-dubrava-zarazen-koronavirusom-1386616>

Iduće razmatrano razdoblje je od travnja do lipnja 2020. obilježeno naglim porastom broja zaraženih. U ovom razdoblju već osim prije navedenih tema, počinje se pisati i o razvoju cjepiva (6.travnja; "Za COVID-19 istražuje se 40 lijekova, dva cjepiva u kliničkom ispitivanju"). Naslovi su pisani na isti način, malim tiskanim slovima, kao najava teksta ili kao citat. Primjeri nekih istaknutih naslova prikazani su u tablici.

Tablica 7. Primjer naslova tekstova iz Vecernji.hr (travanj- lipanj 2020.)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
15. travnja	Liječnik objasnio ono što mnoge buni kada je u pitanju smrtnost od koronavirusa
20. travnja	U Italiji umrle još 454 osobe, ukupno je oboljelih manje nego jučer
4. svibnja	'Bez učinkovitog cjepiva nećemo suzbiti koronavirus'
23. svibnja	Vratile su se dobre stare pregrade. Dobro je da iza njih drže i političare
18. lipnja	Božinović otkrio hoće li se ponovno uvoditi stroge mjere. Capak: Nemojte putovati u susjedne zemlje
26. lipnja	'Vjerujem da će se i Beroš složiti da virus nije oslabio i da će povući nesmotrenu izjavu'
30. lipnja	Capak najavio tešku jesen: Virus će se lakše prenositi, a poklopit će se i sa sezonom drugih infekcija

Izvor, izrada autorice, <https://www.vecernji.hr/>

Pisanje o situaciji u svijetu je prevladavalo u ovom razdoblju, iako je Hrvatska bilježila rekordan broj zaraženih osoba. Tekstovi su pisani u obliku članaka, vijesti i kolumna, a informacije koje sadrže bile su nove, informativne i edukativne. No s obzirom na ista obilježja pouzdanosti utvrđena u prethodnom razdoblju i na aktualnost izbora u ovom periodu, postoji i mogućnost lažnih vijesti. Nadolazeće razdoblje, odnosno period od srpnja do rujna obilježava tabloidnost naslova na web stranici Vecernji.hr. Tabloidnost karakteriziraju teme koje nisu toliko ozbiljne i ključne za zaštitu zdravlja. Primjerice, privatni život političara, zvijezda i sl., primjerice članak objavljen 8. srpnja: "Zaražen i dogradonačelnik Ogulina Daniel Vukoja, nema temperaturu i osjeća se dobro" ili onaj objavljen 22. kolovoza: "Zbog korone opet odgođena utakmica Europske lige". Nadalje, tekstovi su i u ovom periodu napisani kao vijesti, članci ili kolumne te sadrže fotografije povezane s naslovom i sadržajem teksta. Zanimljivo je i da nisu pronađeni naslovi o teorijama zavjere kao što je to slučaj kod portala Jutarnji.hr. No, pronađeno je mnogo više članaka koji imaju karakteristike nepouzdanosti, te se više koristi tabloidni stil u pisanju. Važno je primijetiti da se u ovom periodu počinje spominjati i mentalno zdravlje građana. Tako je 7. srpnja objavljen članak pod naslovom "Stručnjaci upozoravaju: Ne fokusiramo li se i na psihičko zdravlje nacije, posljedice će biti teške", zatim 7. kolovoza "Stručnjaci savjetuju: Kako pobijediti tjeskobu zbog izolacije i straha od virusa",

te 10. srpnja "Hrvatska među 30 zemalja koje provode istraživanje o utjecaju korone na mentalno zdravlje".

Posljednje razmatrano razdoblje je od listopada do prosinca 2020. Najznačajnija karakteristika toga razdoblja je dolazak cjepiva. O tome se u kontekstu bolesti COVID-19 najviše i pisalo. Neki od naslova su kako slijedi.

Tablica 8. Naslovi članaka o cjepivu (listopad-prosinac 2020)

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
26. prosinca	U Hrvatsku stigle prve doze Pfizerovog cjepiva. Provjerite detalje o planu cijepljenja
26. prosinca	'Dolazak cjepiva je početak kraja nenormalnog stanja, ali teško da ćemo skinuti maske na jesen'
27. prosinca	U 2021. podijelit ćemo se na cijepljene i necijepljene. Ove druge čeka izolacija
28. prosinca	Sanja Musić Milanović: Cijepit ću se odmah čim dođem na red. Objasnila i zašto
31. prosinca	Obiteljskim doktorima cjepivo stiže u drugoj polovini siječnja

Izvor: Izrada autorice, <https://www.vecernji.hr/>.

Iako se u slučaju portala Vecernji.hr. kroz sva promatrana razdoblja stabilno piše o temama ekonomije, učinci bolesti COVID-19 na gospodarstvo posebno su zastupljeni u ovom periodu. Primjeri takvih naslova prikazani su tablicom u nastavku.

Tablica 9. Primjer naslova u kontekstu gospodarstva i ekonomije

<i>Datum</i>	<i>Naslov</i>
<i>28. listopada</i>	Vujčić otkrio kada će se BDP vratiti na razinu iz 2019. godine
<i>27. studenoga</i>	Hrvatsko gospodarstvo u trećem kvartalu palo oko 10 posto? Očekuje se brži oporavak nego 2008
<i>2. prosinca</i>	Stečajevi u najranjivijim gospodarskim granama su neizbježni
<i>2. prosinca</i>	Sada je pravi trenutak za transformaciju hrvatskog gospodarstva

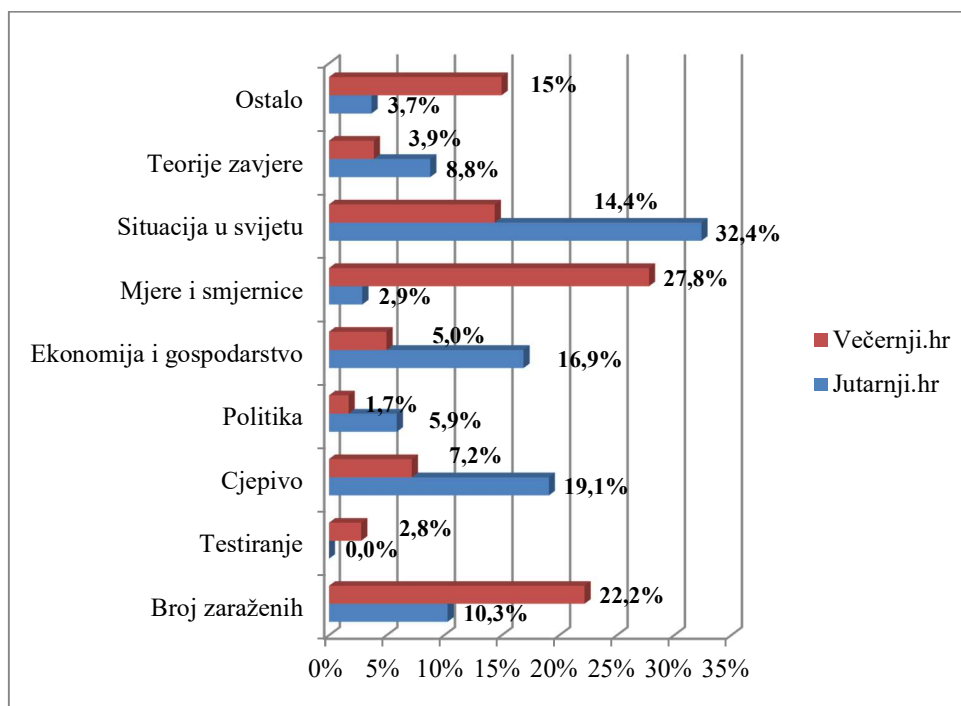
Izvor: Izrada autorice, <https://www.vecernji.hr/>.

9.3. Kvantitativna usporedba medijskog izvještavanja na odabranim portalima

Tijekom kvalitativne analize sadržaja uočeno je nekoliko dominantnih tema koje su se našle u člancima na portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr. Te teme mogu se svrstati u nekoliko ključnih kategorija: izvještavanje o broju zaraženih, izvještavanje o broju testiranih, izvještavanje o procesu cijepljenja, političke teme u kontekstu pandemije, utjecaj pandemije na ekonomiju i gospodarstvo, nove-stare mjere i smjernice kao upute za ponašanje, prikaz ili pregled situacije u svijetu glede

pandemije, spominjanje ili promicanje teorija zavjere. Uz tu kategoriju navedena je i kategorija „ostalo“ u kojoj su svrstani svi oni sadržaji koji koriste pojam bolesti COVID-19 usprkos tome što članak ne govori direktno o samoj pandemiji, već nekim popratnim fenomenima koji nemaju veze s ekonomskim, zdravstvenim ili društvenim posljedicama iste. Usporedbom sadržaja članaka na navedenim portalima, uočeno je kako su oba portala najvećim dijelom tijekom cijelog razdoblja pandemije imali informativnu ulogu, što se može vidjeti po broju članaka koji se prvenstveno odnose na informiranje javnosti o situaciji u svijetu, najnovijim mjerama i smjernicama te broju zaraženih, kao što se može vidjeti iz Grafikona 8. Usprkos takvom dojmu na prvi pogled, možemo uočiti da se portali po tematskoj usmjerenosti ipak razlikuju jedan od drugih. Primjerice, dominantni tematski okvir članaka koji su objavljeni na portalu Vecernji.hr uglavnom su mjere i smjernice (27.8%), broj zaraženih (22.2%) te situacija u svijetu (14.4%), dok je na portalu Jutarnji.hr tematski okvir usmjeren prema izvještavanju ponajprije o situaciji u svijetu (32.4%), cjepivu (19.1%) te ekonomskoj ili gospodarskoj situaciji (16.9%).

Grafikon 8. Usporedba najzastupljenijih tema na portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr

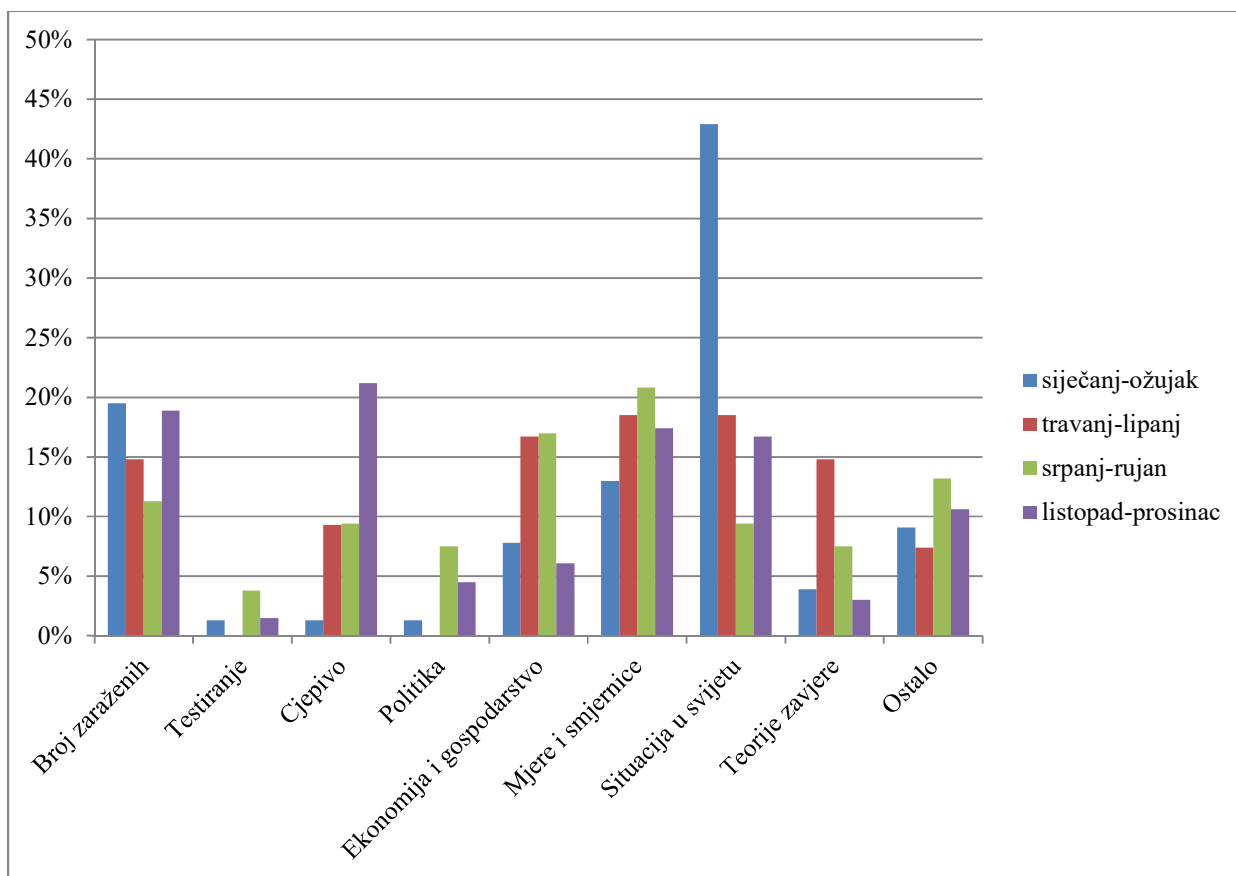


Glede postavljenih ciljeva istraživanja, možemo se dotaknuti i konteksta teme „teorija zavjera“. Naime, ni jedan ni drugi portal nisu se istaknuli objavom ili promocijom teorija zavjere, radi se tek o nekoliko članaka koji su za cilj imali „objašnjenje“ pojedine teorije zavjere, a ne nužno njezinu promidžbu. Ista stvar uočena je s količinom lažnih vijesti. Dakle, većina sadržaja koji su objavili navedeni portali pozivali su se na postojeće ili prethodno objavljene brojke zaraženih, oboljelih ili umrlih, neovisno o tome radi li se o slučajevima iz inozemstva ili unutar lokalnog okvira. Stoga se u člancima portala Jutarnji.hr kontekst teorija zavjere spominje u tek 8.8% slučajeva, dok se na primjeru portala Vecernji.hr spominje tek 3.9%.

Kada se promotri izvještavanje prema pojedinim vremenskim intervalima prema Grafikonu 11. (siječanj – ožujak, travanj – lipanj, srpanj – rujanj, listopad – prosinac) može se primijetiti kako postoje četiri dominantne tematske kategorije neovisno o portalu: situacija u svijetu, cjepivo, mjere i smjernice te broj zaraženih. Tijekom prvog vremenskog intervala, od siječnja do ožujka kao najdominantnija tema istaknula se kategorija „situacija u svijetu“ što se može opravdati praćenjem situacije s pojavom prvih slučajeva zaraze pa sve do pojave i prvog slučaja u Hrvatskoj. Tijekom travnja do lipnja, za vrijeme lockdowna najistaknutije teme bile su „situacija u svijetu“ te „mjere i smjernice“ što je također razumljivo s obzirom da se Hrvatska tada nalazila u lockdown-u, a s dolaskom ljeta su krenule i rasprave o popuštanju mjera. U trećem intervalu, od srpnja do rujna

najistaknutije teme ponovno su bile „mjere i smjernice“ (kao priprema nadolazećeg drugog vala) te tema ekonomije i gospodarstva gdje su se zbog oslabljenog turizma već brojale štete, bilo za radnike, poduzetnike, bilo za državni proračun i daljnje investicije. Od listopada do prosinca kao najdominantnija tema istaknuo se broj zaraženih te tema o cjepivima, kada je i krenula intenzivnija rasprava o mogućnostima i načinima cijepljenja svjetske populacije.

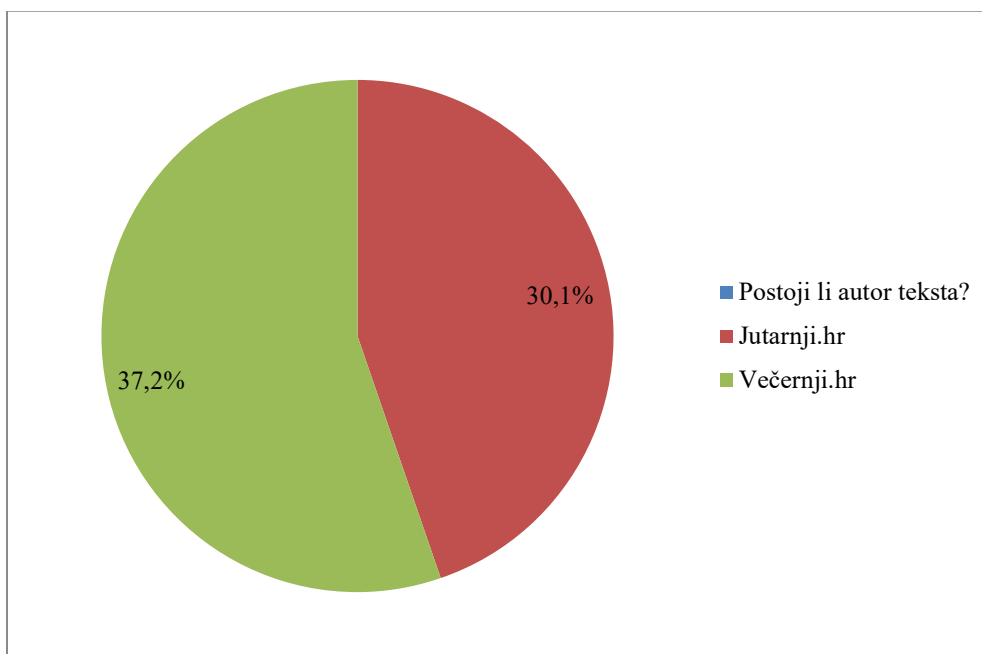
Grafikon 9. Dominantna tema izvještavanje prema vremenskom intervalu



Usprkos tome što nisu zabilježeni slučajevi širenja ili promidžbe teorija zavjere ili širenja lažnih vijesti, uočene su pojedine razlike u smislu vjerodostojnosti portala Jutarnji.hr i Vecernji.hr. Primjerice, prilikom objave pojedinog članka tek se u 30.1% slučajeva navodi autor teksta na portalu Jutarnji.hr, dok se autor teksta na portalu Vecernji list potpisuje u tek 37.2% slučajeva, kao što je vidljivo iz Tablice 12. Naravno, navođenje autora teksta u velikom mjeri utječe na

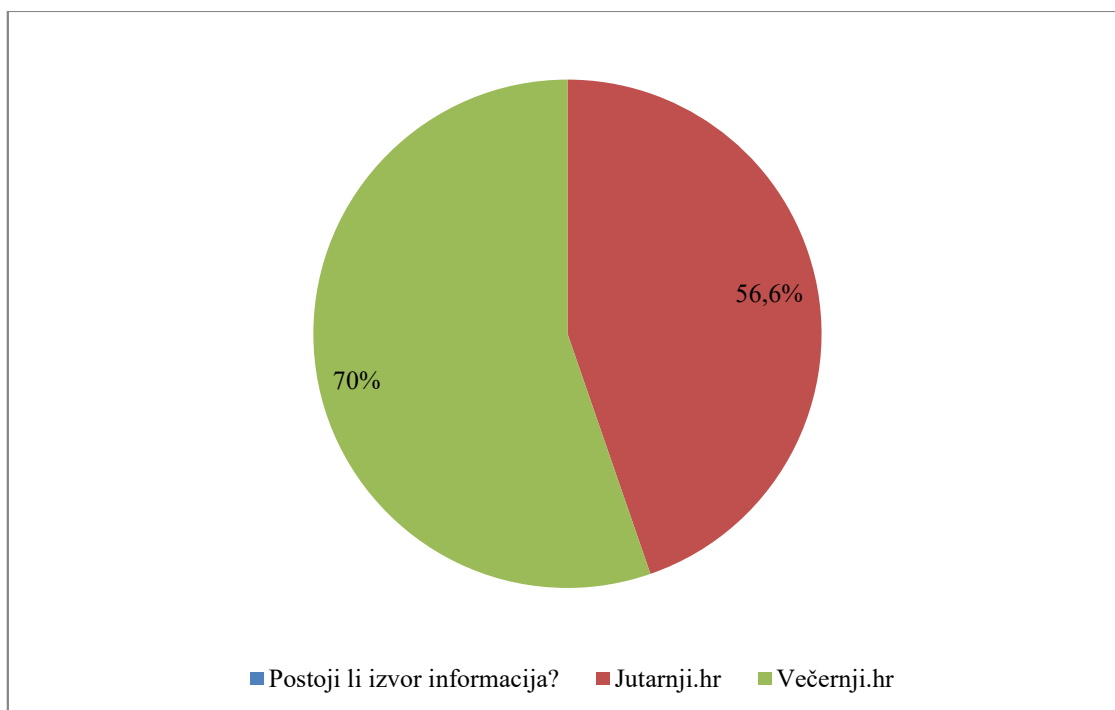
povjerenje, pouzdanost i pozitivnu percepciju pojedinog članka i portala, dok se članak bez navedenog autora manje vrednuje od strane šire javnosti.

Grafikon 10. % navođenja autora teksta prema portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr



Usprkos tome što se autor rijetko navodi, kada je riječ o navođenju izvora informacija, situacija je i kod jednog i kod drugog portala puno optimističnija. Međutim, treba navesti kako je ovdje riječ o značajnijoj razlici između navedenih portala, kao što je to vidljivo iz Grafikona 11. Naime kad je riječ o navođenju izvora informacija primjetno je kako Jutarnji.hr u nešto više od pola objavljenih sadržaja (56,6%) navodi i izvor odakle je preuzeta pojedina informacija koja se prenosi, dok se na portalu Vecernji.hr izvor informacija navodio u čak 70% objavljenog sadržaja koji se odnosi na temu bolesti COVID-19. S tog aspekta, veću vjerodostojnost u očima javnosti mogao bi imati upravo Vecernji.hr. Kao što je prethodno spomenuto u teorijskom dijelu, kada su početne informacije koje pružaju mediji nepotpune, javljaju se osjećaji dvosmislenosti, odnosno pojedinci znaju da se događaj dogodio, ali ne znaju što znači ili kako ga protumačiti (Ball-Rokeach 1985), te može doći do smanjenog povjerenja i učestalije upotrebe i konzumacije drugih neprovjerenih sadržaja, kao što je to primjerice na društvenim mrežama.

Grafikon 11. % navođenja izvora informacija u objavljenim člancima



Osim navedenih tema, u istraživanju se nastojalo ispitati u kojoj mjeri su portali izvještavali o specifičnim temama, koje se odnose na poboljšanje psihološkog i mentalnog zdravlja pojedinaca i društva, kao i otkrivanje istina te naglašavanje propusta ili stvarnih aktivnosti nadležnih tijela. Prema dobivenim podacima, najzastupljenije teme bile su: podizanje svijesti o opasnostima i smjernice za zaštitu te promocija odluka nadležnih tijela. U kontekstu prvog tematskog okvira nije uočena razlika, no razlika je vidljivija u kontekstu teme promocije odluka nadležnih tijela. Naime, čini se kako portal Večernji.hr češće promovira odluke nadležnih tijela (60,6%) te rjeđe navodi njihove propuste (5,6%) u odnosu na portal Jutarnji.hr koji ih promovira u nešto većem postotku (11%), i promovira u tek 48,5% članaka. Autorica Sonia Livingstone (2009) i Michael Schillmeier (2008) smatraju kako društvo i kulturu u sve većoj mjeri definira logika i način funkcioniranja medija i informacija koje se šire kroz javni prostor. Naravno, na taj proces ne gleda se jednostrano već se mediji gledaju kao sastavni dio društvenog i kulturnog života koji su i sam pod utjecajem okruženja u kojem djeluju. Medijski sadržaji tako su kombinacija rada samih medija ali i

društvenog i kulturnog, pa tako i političkog okruženja, u kojem mediji mogu imati ulogu zaštite ili promocije interesa vladajućih pojedinaca ili stranaka. Psihološko ili mentalno zdravlje pojedinaca kao i otkrivanje istine koju su političari „zataškali“ rijetko se spominju kao relevantne teme u kontekstu pandemije na navedenim portalima, te nije uočena značajnija razlika.

Tablica 10. Postotak izvještavanja o odabranim temama na portalima

Jutarnji.hr i Vecernji.hr

	Podizvanje svijesti o opasnosti i smjernice za zaštitu	Psihološko zdravlje	Otkrivanje istine	Propusti nadležnih tijela	Promocija odluka nadležnih tijela
Jutarnji.hr	54,4%	6,6%	4,4%	11%	48,5%
Vecernji.hr	56,7%	2,8%	2,2%	5,6%	60,6%

7. Zaključak

Bolest COVID-19 još uvijek je dio naše svakodnevice, a život će se još dulje vrijeme zasigurno odvijati pod „posebnim režimom“. U uvjetima neočekivanih rizika i prijetnji, pokazalo se da mediji mogu imati ključnu ulogu u informiranju i obrazovanju šire javnosti. No, ključno obilježje medijskog izvještavanja u tom slučaju mora biti prilagodba komuniciranja kriznim uvjetima, kao i senzibilizacija prema javnosti koja je u trenucima neočekivanih rizika, prijetnji i strahova sklona paničariti i ponašati se na nepredvidljiv način. Biti na mjestu novinara u uvjetima pandemije bilo je izazovno i mukotrpno. Pandemija je omogućila brže širenje i prilagodbu na digitalizaciju medija, ali smo se suočavali i s velikom količinom širenja lažnih vijesti i dezinformacija, ponajprije putem društvenih mreža. U tom smislu mediji moraju voditi računa o društveno odgovornom izvještavanju kako bi ostvarilo suglasje i konsenzus na društvenoj razini i omogućilo relativno „normalno“ funkcioniranje cjelokupnog društvenog sustava. Osim toga, posljedice nesistematičnog medijskog izvještavanja može dovesti do niza nepovoljnih događaja u društvenom okruženju. Kada razmišljamo o bolesti COVID-19 trebamo imati na umu da ona nije samo zdravstveni rizik ili javnozdravstveni problem, već ekonomski, društveni, pa tako i medijski fenomen koji zaslužuje pažnju šire javnosti. U skladu s time glavna hipoteza ovog istraživanja bila je pretpostavka da su najčitaniji portali u Hrvatskoj, poput Jutarnji.hr i Vecernji.hr imali informativnu ulogu tijekom 2020. godine u kontekstu izvještavanja o pandemiji bolesti COVID-19. Također, njihova informativna uloga pretpostavlja da navedeni portali nisu promovirali teorije zavjere te da nisu promicali lažne vijesti (fake news) o bolesti COVID-19. Naglašavana važnost medija u kontekstu pandemije bolesti COVID-19 proizlazi iz činjenice da mediji kao posrednici između institucija i javnosti kreiraju našu percepciju o pojedinim fenomenima koji nas okružuju, pa jednako tako i našu percepciju o riziku bolesti COVID-19. Mediji to mogu raditi na više različitih načina, onim što odluče prešutjeti, prikazati, ili izbrisati. S obzirom da današnje teorije provlače tezu o postojanju „medijskog društva“ mogli bismo reći da nitko od nas ne može pobjeći vrtlogu informacija koje nas svakodnevno okružuju.

Rezultati istraživanja ukazuju kako su portali Jutarnji.hr i Vecernji.hr tijekom 2020. godine, u kontekstu bolesti COVID-19 imali prvenstveno informativnu ulogu. To se može opravdati temama koje su bile dominantan okvir izvještavanja, poput: izvještavanje o broju zaraženih, izvještavanje o broju testiranih, procesu cijepljenja, političkim temama, utjecaju pandemije na ekonomiju i

gospodarstvo, novim mjerama i smjernicama, situacijom u svijetu i slično. Usporedbom članaka na navedenim portalima uočeno je kako su se posebno istaknule teme „mjere i smjernice“, „broj zaraženih“ te „situacija u svijetu“, dok se na portalu Jutarnji.hr može i istaknuti tema „ekonomske ili gospodarske situacije“. U kontekstu pomoćne hipoteze glede promoviranja teorija zavjere, možemo potvrditi hipotezu u smislu da navedeni portali nisu učestalo promovirali ili općenito pisali o teorijama zavjere. Tijekom kvalitativne analize također je uočeno kako je riječ tek o nekoliko članaka, od kojih su neki za cilj imali „objašnjenje“ ili „pobijanje“ pojedine teorije zavjere, i ne nužno njezinu promidžbu. U kontekstu druge pomoćne hipoteze, također nije uočena promocija lažnih vijesti (fake news). Međutim, kada govorimo o vjerodostojnosti, potrebno je ipak ukazati na dva važna aspekta. Oba portala tek u manje od pola objavljenih sadržaja navode autora teksta, što može dovesti do smanjenog povjerenja, kredibiliteta i pozitivne percepcije općenito svakog pojedinog portala. S druge strane, nešto je povoljnija situacija glede navođenja izvora informacija, no u tom je kontekstu uočena nešto značajnija razlika između navedenih portala. Primjerice, Jutarnji.hr tek u 56,6% sadržaja navodi izvor, dok Vecernji.hr svoj izvor navodi u 70% objavljenog sadržaja.

Uz prihvaćanje postavljenih hipoteza u ovom istraživanju, potrebno je naglasiti da dublji podaci pokazuju da ipak postoji pojedina sprema između medija i političkih institucija. Primjerice oba portala uglavnom su promovirali odluke nadležnih tijela, te su rijetko njihov autoritet dovodili u pitanje. Takvi nalazi upućuju na aktualnost teorije medijalizacije i u današnjim uvjetima „kriznog“ komuniciranja u kojima su mediji i medijski sadržaji proizvodi ne samo medija, već šireg društvenog, kulturnog, ekonomskog i najvažnije političkog dinamičnog konteksta. Dosad još uvijek ne postoji dovoljan broj istraživanja na temu medijskog izvještavanja i pandemije bolesti COVID-19, s obzirom da je ista još uvijek aktualna. Preporuka za daljnja istraživanja svakako je kontinuirano praćenje medijskog izvještavanja, promjena u medijskom izvještavanju sukladno političkim i ekonomskim događajima kao i ispitivanje mišljenja javnosti o funkcijama i učinku medijskog izvještavanja u svrhu stjecanja holističkog uvida u ovu problematiku.

Literatura

1. Akesson, J., Ashworth-Hayes, S., Hahn, R., Metcalfe, R. D., Rasooly, I. (2020). Fatalism, Beliefs, and Behaviors During the COVID-19 Pandemic (Working Paper No. 27245; Working Paper Series). National Bureau of Economic Research.
2. Aljazeera. (2020). Timeline: How the new coronavirus spread. Coronavirus pandemic News. Al Jazeera. Dostupno na: <https://www.aljazeera.com/news/2020/01/timeline-china-coronavirus-spread-200126061554884.html>
3. Aminjonov, U. (2020). Trust and Compliance to Public Health Policies in Times of Covid-19. Social Science Research Network.
4. Andersen, M., Maclean, J. C., Pesko, M. F., Simon, K. I. (2020). Effect of a Federal Paid Sick Leave Mandate on Working and Staying at Home: Evidence from Cellular Device Data (Working Paper No. 27138; Working Paper Series). National Bureau of Economic Research.
5. Babić, D., Babić, M. i Ćurlin, M. (2020). Kako se sačuvati od stresa za vrijeme pandemije koronom. *Zdravstveni glasnik*, 6 (1), 25-32.
6. Bagić, D. i Šuljok, A. (2021). „Stavi masku i odmakni se“ – istraživanje determinanti protektivnog ponašanja od bolesti COVID-19 u Hrvatskoj, *Sociologija i prostor*, 59 (219), 119-147.
7. Balabanić, I. (2014). Medijalizacija rizika – primjer televizijskog izvještavanja o pandemiji gripe. *Medijska istraživanja*, 20 (1), 65-84.
8. Ball-Rokeach, Sandra J., Melvin Lawrence DeFleur. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research* 3(2), 3–21.
9. Baloban, J., Črpić, G. i Ježovita, J. (2019). *Vrednote u Hrvatskoj od 1999. do 2018. Prema Europeand Values Study*. Zagreb: Hrvatsko katoličko sveučilište, Katolički bogoslovni fakultet.
10. Barabas, Jason, Jennifer Jerit. (2009). Estimating the Causal Effects of Media Coverage on Policy-Specific Knowledge. *American Journal of Political Science* 53(9), 73–89.
11. Barrios, J. M., Hochberg, Y. (2020). Risk Perception Through the Lens of Politics in the Time of the COVID-19 Pandemic (Working Paper No. 27008; Working Paper Series). National Bureau of Economic Research.
12. Baunez, C., Degoulet, M., Luchini, S., Pintus, P., Teschl, M. (2020). Sub-National Allocation of COVID-19 Tests: An Efficiency Criterion with an Application to Italian Regions. Social Science Research Network.
13. Brodeur, A. (2020). Literature review of the Economics of Covid-19. *Discussion paper serie*, 13(13411), 7-63.

14. CCSA(2020). How COVID-19 is changing the world: a statistical perspective, COVID-19 Diffusion Patterns, National Bureau of Economic Research.
15. Čaldarović, O. Sociološki aspekti informiranja kao pretpostavka efikasnog suprostavljanja opasnostima. *Socijalna ekologija*, 14 (9), 353-376.
16. Čerkez, I. (2009). Osnovna obilježja medijske komunikacije u demokratskoj kulturi. *Socijalna ekologija*, 18 (1), 28-45.
17. D'Souza RS, D'Souza S, Strand N, et al. (2019) YouTube as a source of medical information on the novel coronavirus 2019 disease (COVID-19) pandemic.
18. Dave, D. M., Friedson, A. I., Matsuzawa, K., McNichols, D., Sabia, J. J. (2020). Did the Wisconsin Supreme Court Restart a COVID-19 Epidemic? Evidence from a Natural Experiment. National Bureau of Economic Research.
19. Depoux A, Martin S, Karafillakis E, et al. (2020) The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *J Travel Med.*, 27(3), 1-31.
20. Durante, R., Guiso, L., Gulino, G. (2020). Asocial Capital: Civic Culture and Social Distancing during COVID-19 (SSRN Scholarly Paper ID 3611606). Social Science Research Network.
21. DZS (2020) Effects of the COVID-19 pandemic on socioeconomic indicators, Dostupno na: https://www.dzs.hr/Eng/Covid-19/gdp_1_q.html
22. Đuho, N, Žagmešter, M. i Škomrlj, M. (2021). Uloga medijskog izvještavanja u razdoblju prvog vala pandemije bolesti COVID-19 u Hrvatskoj.
23. Ferguson, N., Laydon, D., Nedjati Gilani, G., Imai, N., Ainslie, K., Baguelin, M., Bhatia, S., Boonyasiri, A., Cucunuba Perez, Z., Cuomo-Dannenburg, G., Dighe, A., Dorigatti, I., Fu, H., Gaythorpe, K., Green, W., Hamlet, A., Hinsley, W., Okell, L., Van Elsland, S., Ghani, A. (2020). Impact of non-pharmaceutical interventions (NPIs) to reduce COVID19 mortality and healthcare demand. Imperial College London.
24. Fraser, C., Donnelly, C. A., Cauchemez, S., Hanage, W. P., Kerkhove, M. D. V., Hollingsworth, T. D., Griffin, J., Baggaley, R. F., Jenkins, H. E., Lyons, E. J., Jombart, T., Hinsley, W. R., Grassly, N. C., Balloux, F., Ghani, A. C., Ferguson, N. M., Rambaut, A., Pybus, O. G., Lopez-Gatell, H., Collaboration, T. W. R. P. A. (2009). Pandemic Potential of a Strain of Influenza A (H1N1): *Early Findings*. *Science*, 324(5934), 1557–1561.
25. Gevert, V. (2020). The media and health education: Did Nigerian media provide sufficient warning messages on coronavirus disease?. *Health Education Research*, 35(5), 461-466.
26. Gollier, C., Gossner, O. (2020, March). Group Testing Against Covid-19. EconPol Policy Brief. Dostupno na: https://www.econpol.eu/publications/policy_brief_24
27. Grbeša, M. (2020). Communicating COVID-19 pandemic: Media coverage of the - headquarters and the use of persuasion strategies in Croatia. *Anali*, 17(1), 57-78.

28. Hsiang, S., Allen, D., Annan-Phan, S., Bell, K., Bolliger, I., Chong, T., Druckenmiller, H., Hultgren, A., Huang, L. Y., Krasovich, E., Lau, P., Lee, J., Rolf, E., Tseng, J., Wu, T. (2020). The Effect of Large-Scale Anti-Contagion Policies on the Coronavirus (COVID-19) Pandemic. Dostupno na: <https://www.krisinformation.se/en/hazards-and-risks/disasters-and-incidents/2020/official-information-on-the-new-coronavirus/sa-minskar-vi-smittspridningen>
29. <https://www.krisinformation.se/en/hazards-and-risks/disasters-and-incidents/2020/official-information-on-the-new-coronavirus/sa-minskar-vi-smittspridningen>
30. Jarus, O. (2020). 20 of the worst epidemics and pandemics in history, Live Science. Dostupno na: <https://www.livescience.com/worst-epidemics-and-pandemics-in-history.html>
31. Jinjark, Y., Ahmed, R., Nair-Desai, S., Xin, W., Aizenman, J. (2020). Accounting for Global
32. Joseph, A., Branswell, H. (2021). The short-term, middle-term, and long-term future of the coronavirus. Stat, Dostupno na: <https://www.statnews.com/2021/03/04/the-short-term-middle-term-and-long-term-future-of-the-coronavirus/>
33. Krisinformation. (2020). Slow down the spread of Covid-19 - Krisinformation.se. Dostupno na:
34. Limaye RJ, Sauer M, Ali J, et al.(2020). Building trust while influencing online COVID-19 content in the social media world. *Lancet Digit Health*, 2(6),277-278.
35. Longstaff, H. (2005). Security, Resilience, and Communication in Unpredictable Environments Such as Terrorism, Natural Disasters and Complex Technology. Cambridge: Harvard University and the Center for Information Policy Research.
36. Lowrey, W. (2004). Media Dependency During a Large-Scale Social Disruption: The Case of September 11. *Mass Communication and Society* 7(4), 339–57.
37. Makris, M. (2020). Covid and Social Distancing. In Studies in Economics (No. 2002; Studies in Economics). School of Economics, University of Kent. Dostupno na: <https://ideas.repec.org/p/ukc/ukcedp/2002.html>
38. Merchant R., Lurie N. (2020) Social media and emergency preparedness in response to the novel coronavirus. JAMA.
39. Mikić, A. (2019). Objektivno izvještavanje i krizno komuniciranje kao društveno odgovorno ponašanje. Studija slučaja: Glas Koncila o „hercegovačkom slučaju“ 1968. – 1971. godine. *South Eastern European Journal of Communication*, 1(2), 7-14.
40. Sahni, H., Hunny, S. (2020). Role of social media during the pandemic COVID-19: Beneficial, destructive, or reconstructive? *International Journal of Academic Medicine*, 6(2), 70–75.

41. Snowden, F. M. (2020). Epidemics and society : from the Black Death to the present.
42. Taylor, S. (2019). The psychology of pandemics : preparing for the next global outbreak of infectious disease (1st ed.).
43. Walsh, B. (2020). Covid-19: The history of pandemics - BBC Future. Dostupno na: <https://www.bbc.com/future/article/20200325-covid-19-the-history-of-pandemics>
44. WHO. (2020). Coronavirus disease (COVID-19) advice for the public: Myth busters. Dostupno na: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters>.

Popis priloga

Grafikon 1. Izvor vijesti prema povjerenju publike.

Grafikon 2. Izvor vijesti

Grafikon 3. Izvor vijesti u UK

Grafikon 4. Izvor vijesti u SAD-u

Grafikon 5. Usporedbna najzastupljenijih tema na portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr

Grafikon 6. Dominantna tema izvještavanja prema vremenskom intervalu

Grafikon 7. % navođenja autora teksta prema portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr

Grafikon 8. % navođenja izvora informacija u objavljenim člancima

Slika 1. Vijesti iz Jutarnji.hr

Slika 2. Primjer članka iz Jutarnji.hr

Slika 3. Primjer članka iz Jutarnji.hr

Slika 4. Primjer naslova tekstova iz Vecernji.hr

Tablica 1. Primjer naslova u Jutarnji.hr (siječanj-ožujak 2020)

Tablica 2. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr (travanj-lipanj 2020)

Tablica 3. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr (srpanj-rujan 2020)

Tablica 4. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr vezanih za ekonomiju i gospodarstvo (srpanj-rujan 2020)

Tablica 5. Primjer naslova tekstova iz Jutarnji.hr (listopad-prosinac 2020)

Tablica 6. Primjer naslova tekstova iz Vecernji.hr (veljača-ožujak 2020)

Tablica 7. Primjer naslova tekstova iz Vecernji.hr (travanj-lipanj 2020)

Tablica 8. Naslovi članaka o cjepivu (listopad-prosinac 2020)

Tablica 9. Primjer naslova u kontekstu gospodarstva i ekonomije

Tablica 10. Postotak izvještavanja o odabranim temama na portalima Jutarnji.hr i Vecernji.hr

Sažetak

Pandemija bolesti COVID-19 u potpunosti je promijenila naš svakodnevni život. Pandemiju možemo promatrati ne samo kao javnozdravstveni, već i kao širi ekonomski, politički i društveni rizik. U takvim okolnostima, koje su danas poznatije u medijskom diskursu pod nazivom „novog normalnog“ mediji su imali glavnu ulogu u informiranju javnosti, kao posrednici između institucija (ključnih stručnjaka) i javnosti. Medijsko izvještavanje iziskivalo je prilagodbu na „krizne“ uvjete u kojima se svako pojedino društvo našlo. S ciljem informiranja javnosti, prema teorijskim pristupima mediji su trebali izvještavati društveno odgovorno, učinkovito i objektivno, te izbjegavati širenje i promidžbu lažnih vijesti, dezinformacija i teorija zavjere. Takav pristup medijskom izvještavanju ključan je za održavanje opće društvene stabilnosti i kredibiliteta medija uopće. Sukladno tome, cilj ovog diplomskog rada bio je istražiti u kojoj su mjeri, najčitaniji nacionalni portali, poput portala Jutarnji.hr i Vecernji.hr izvještavali i informirali javnost o najvažnijim aspektima bolesti COVID-19. Za analizu podataka korištena je kvalitativna i kvantitativna analiza medijskog sadržaja navedenih portala. Analizom je obuhvaćeno ukupno 318 članaka navedenih portala koji su objavljivani tijekom 2020. godine u kontekstu pandemije bolesti COVID-19. Rezultati ukazuju kako je dominantan okvir izvještavanja navedenih portala bio tematski usmjeren prema broju zaraženih, mjerama i smjernicama za ponašanje te općenitim informiranjem javnosti o situaciji u svijetu. Širenje lažnih vijesti i teorija zavjere u ovom kontekstu nije zabilježeno, no rezultati upućuju na zaključak kako se vjerodostojnost i kredibilitet i dalje mora „jačati“ pojedinim postupcima poput navođenja autora teksta ili izvora informacija.

Ključne riječi: *COVID-19, medijsko izvještavanje, analiza medijskog sadržaja, Jutarnji.hr, Vecernji.hr*

Abstract

The pandemic caused by COVID-19 disease has completely changed our everyday life. This pandemic could be seen not only as a public-health, but rather as a wider economic, political and

social risk. In such circumstances, which are nowadays better known in the media discourse as „new normal“, the media played a major role in informing the public, as mediators between institutions (experts) and the public. Media coverage was in need to adjust to the „crisis“ conditions in which each society found themselves. In order to inform the public, according to theoretical approaches, the media should have reported socially responsible, efficient and objective with aim to avoid spreading and promoting fake news, disinformation and conspiracy theories. Socially responsible informing is crucial for maintaining general social stability and media credibility in general. Accordingly, the aim of this study was to investigate the extent to which the most widely read national internet portals, such as the Jutarnji.hr and Vecernji.hr, reported and informed the public about the most important aspects of COVID-19 disease. Qualitative and quantitative analysis of the media content was used for data analysis. In total, 318 articles published during 2020 were analyzed. The results indicate that the dominant reporting framework was focused on the number of infected persons, behavioural measures and guidelines, and general public information on the situation in the world. The spread of fake news and conspiracy theories in this context has not been recorded, but the results point to the conclusion that credibility must be „strengthened“ by certain actions such as citing the author of the text or citing the source of information.

Keywords: *COVID-19, media coverage, media content analysis, Jutarnji.hr, Vecernji.hr*