

Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu

Vadas, David

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:886509>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 223/OJ/2022

**Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji
na Ukrajinu**

David Vadas, 2641/336

Varaždin, 2022. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za odnose s javnostima

Završni rad br. 223/OJ/2022

Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu

Student

David Vadas, 2641/336

Mentor

Majda Tafra-Vlahović, dr. sc.

Varaždin, 2022. godine

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za odnose s javnostima

STUDIJ diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima

PRISTUPNIK David Vadas

MATIČNI BROJ 0067552952

DATUM 8. 4. 2022.

KOLEGIJ Upravljanje krizom

NASLOV RADA Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Impact of Media Outlet Index.hr on Student Perception of Agression against Ukraine

MENTOR dr. sc. Majda Tafra Vlahović

ZVANJE Redovni profesor

ČLANOVI POVJERENSTVA

1. izv. prof. dr. sc. Nikša Sviličić - predsjednik
2. doc. dr. sc. Saša Petar - član
3. prof. dr. sc. Majda Tafra Vlahović - mentorica
4. doc. dr. sc. Ivana Stanić - zamjenska članica
5. _____

Zadatak diplomskog rada

BROJ 223/OJ/2022

OPIS

Ovaj rad sastoji se od dva dijela: sekundarno istraživanje te empirijsko istraživanje. Prvi dio rada odnosi se na sekundarno istraživanje. Primjenom stručne literature na temu medija, odnosa s javnostima, njihove uloge u društvu, kriznih situacija te detaljnom analizom medijskog sadržaja koji se odnosi na temu Ruske agresije na Ukrajinu na portalu Index.hr, prvi dio prikazuje način na koji se Index.hr obraćao javnosti u ožujku te što drugi autori govore o utjecaju medija na medijsku publiku u kriznim situacijama. Drugi dio rada odnosi se na empirijsko istraživanje koje se provelo putem ankete te se odnosi na utjecaj koji je portal Index.hr imao na percepciju studenata vezano na temu agresije na Ukrajinu.

Glavno pitanje na koje se nastoji dati odgovor jest:

Kakav utjecaj ima Index.hr na percepciju studenata o krizi Ruske invazije na Ukrajinu?

ZADATAK USUŠEN

15. 6 2022



Majda Tafra Vlahović

—
MIZON
ALISBRAINO

Sveučilište
Sjever

—
VA KC



—
MIZI

—
SVEUČILIŠTE
Sjever
—

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, David Vadas pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor diplomskog rada pod naslovom Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:
David Vadas

David Vadas
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, David Vadas neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu čiji sam autor.

Student:
David Vadas

David Vadas
(vlastoručni potpis)

Predgovor

Mediji su kroz cijelu povijest imali veliku ulogu u kreiranju javnog mnijenja, ali isto tako i u kreiranju panike ili smirivanja situacije u nekim trenucima. U posljednje dvije godine svijet je prošao kroz pandemiju korona virusa koja je dovela do općeg kolapsa na svim poljima ljudskog života. Nakon smirivanja pandemije na istoku Europe izbija rat 24.2.2022.. Riječ rat koja ljudskom uho predstavlja veliku opasnost počela se provlačiti kroz portale i širila se opća panika. Veliki broj informacija što krivih, što točnih kružila je internetom. Način na koji su portali širili određene vijesti i informacije javnost je stavilo u još veću paniku i strah. Stanje u kojem se svijet nalazio na početku izbijanja rata potaknulo me je da medijski popratim događaja koji su vezani uz rat, ali i da popratim način izvještavanja medija. Koja je stvarna uloga u medija u vrijeme rata, smiruju li javnost ili dižu paniku, pišu li nepristrano, provjeravaju li informacije te jesu li objektivni u pisanju vijesti? Ovaj diplomski rad nastao je iz želje kako bih proučio jesmo li se kao javnost, ali i mediji kao mediji digli na novu razinu u izvještavanju u kriznim situacijama nakon pandemije korona virusa ili smo ostali na istoj razini.

Ovim bih se putem želio zahvaliti svim profesorima i djelatnicima Sveučilišta Sjever koji su bili puni strpljenja, razumijevanja, ali su također bili poticaj i spremni na pomoć u posljednje dvije godine studiranja. Zahvalio bih se posebno svojoj mentorici dr. sc. Majdi Tafri-Vlahović na njezinoj pomoći, vodstvu, uputama, mentorstvu i motivaciji pri pisanju ovog diplomskog rada. Za kraj zahvalio bih se svojoj obitelji, zaručnici i prijateljima koji su mi kroz cijeli period školovanja bili velika podrška.

Sažetak

Mediji su glavni kreatori javnog mnijenja jer mogu stvoriti sliku o nečem kako god žele. S obzirom na mogućnost dvosmjernu komunikaciju mediji su stvorili komunikacijski kanal u kojem cirkulira veliki broj informacija. Nakon globalnog problema s korona virusom svijet se nažalost, dvije godine kasnije našao u još većem problemu sukobu između Rusije i Ukrajine. Sukob koji je također udario na sve aspekte ljudskog života. Doveo do inflacije, nestašice, velikih poskupljenja i tako dalje. Mediji imaju veliku ulogu u kriznim situacijama jer usprkos lošim vijestima, oni moraju biti u stanju obuzdati mase jer bi u protivnom nastali veliki problemi i panika. U ovom će se radu istraživati na koji način mediji utječu na studente, koriste li ovakve situacije za podizanje gledanosti, kakvu su sliku stvorili o Rusiji, pomažu li objavljivanjem informacija o ratu agresorima?

Ključne riječi: mediji, sukob Ukrajine i Rusije, medijska manipulativnost, online mediji.

Summary

The media are the main creators of public opinion, considering their ability to create an image of something however they want. Given the possibility of two-way communication, the media have created a communication channel which enables a large amount of information to circulate. After the global challenge concerning corona virus, only two years after the start of the pandemic, the world faces an even bigger issue with the Ukraine-Russia conflict. This conflict has an enormous effect on all aspects of life. It led to inflation, shortages, significant price changes and so on. In situations of crisis, the media play an important role. Despite bad news, they have to restrain the masses to prevent problems and mass panic from arising. This master's thesis will explore how the media influence students, whether they use such situations to improve visibility, what kind of picture have they created about Russia and if they help aggressors by publishing information about the war.

Keywords: media, Ukraine-Russia conflict, media manipulateness, online media/digital media.

Popis korištenih kratica

NATO – *North Atlantic Treaty Organisation*, hrv. Sjeverno atlantski savez

Hina – Hrvatska izvještajna novinska agencija

EU – Europska unija

ANSA - Agenzia Nazionale Stampa Associata, talijanska novinska agencija

AFP - Agence France-Presse, francuska novinska agencija

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
1.1.	Problem, predmet istraživanja te struktura rada.....	1
1.2.	Svrha, cilj i hipoteza istraživanja	2
1.3.	Metodologija	2
2.	Mediji.....	4
2.1.	Društvo u medijskom prostoru.....	4
2.2.	Masovni mediji.....	5
2.3.	Utjecaj masovnih medija na društvo	7
2.3.1.	<i>Pozitivan utjecaj medija na društvo</i>	9
2.3.2.	<i>Negativan utjecaj medija na društvo.....</i>	10
2.3.3.	<i>Zaključno o utjecaju medija</i>	10
3.	Profesionalni standardi izvještavanja.....	12
4.	Medijsko izvještavanje o ratnim sukobima.....	13
5.	Lažne vijesti	16
5.1.	Oblici lažnih vijesti	16
5.1.1.	<i>Loše vijesti.....</i>	16
5.1.2.	<i>Clickbait.....</i>	17
5.1.3.	<i>Satirični i humoristični sadržaj.....</i>	17
5.1.4.	<i>Promidžbeni tekstovi</i>	17
5.1.5.	<i>Sponzorirani sadržaj.....</i>	18
5.1.6.	<i>Politički sadržaj</i>	18
5.1.7.	<i>Zastrašivanje.....</i>	18
5.1.8.	<i>Pseudoznanost.....</i>	18
5.1.9.	<i>Teorije zavjere.....</i>	19
5.1.10.	<i>Dezinformacije</i>	19
5.2.	Širenje lažnih vijesti	19
6.	Ruska agresija na Ukrajinu 2022. godine	20
6.1.	Pozadina događaja iz 2014. godine	20
6.2.	Ruska agresija 2022. godine.....	21
7.	Portali.....	22
7.1.	Index.hr	22
7.2.	Hina.hr.....	23
8.	Analiza sadržaja	26
8.1.	Analiza sadržaja na Index.hr	26
8.2.	Analiza sadržaja na portalu Hina.hr	36
8.3.	Usporedba portala	39
9.	Empirijsko istraživanje - Anketa	43

9.1. Analiza ankete	43
9.2. Ograničenja istraživanja	57
10. Zaključak.....	58
11. Literatura.....	60
11.1. Knjige:.....	60
11.2. Znanstveni članci:	61
11.3. Internet izvori:	61

1. Uvod

Mediji su danas stvorili novi svijet u kojem je brzi prijenos vijesti, informacija, multimedijских sadržaja postao temelj kako bi neki medij mogao opstati. Čitatelji traže informacije istog trenutka i svaki medij koji je u stanju što prije prenijeti vijest ima veće šanse kod čitatelja. Nažalost veliki broj informacija koji kruže internetom doveo je povećanog broja krivih vijesti, to jest lažnih informacija na koje ljudi mogu nasjesti. Medijska publika 2020. godine bila je svjedokom velikom broju informacija koji je kružio internetom, a ticao se koronavirusa što je na kraju dovelo do dezorijentiranosti vijesti. Također veliki broj lažnih vijesti doveo je do stvaranja teorija zavjera o virusu, ali i općenite odbojnosti prema političkim figurama u Hrvatskoj.

Danas u 2022. godini teško je bilo zamisliti pisati o ratnom stanju u Europi, ali nažalost 21. stoljeće donosi nove izazove i iznenađenje te se Europa, to jest Ukrajina suočava s Rusijom koja je krajem veljače ove godine započela svoju agresiju na spomenutu zemlju. Novinari, urednici, medijske kuće općenito imaju za zadatak vjerodostojno izvještavati o događajima koji se zbivaju u ratno vrijeme. Ljudi su prestrašeni, mnogi stradali i poginuli, izbjeglički val, inflacija, financijska kriza, manjak energenata sve su to stvari s kojima se ljudi u Europi suočavaju tako da im dodatna panika i stres putem društvenih mreža nije potrebna. Portalima se šire svakakve vijesti u ratu te su te vijesti mnogobrojne što dovodi do teškog snalaženja u moru informacija.

1.1. Problem, predmet istraživanja te struktura rada

Svako istraživanje polazi od nekog problema koji se nastoji analizirati kroz rad. U ovom istraživanju nastoji se istražiti problem medijskog utjecaja na medijsku publiku u ovom slučaju radi se o utjecaju portala Index.hr na percepciju studenata o Ruskoj agresiji na Ukrajinu. U uvodnom se dijelu iznose važnosti i značajke koje mediji imaju u svojem djelovanju, zatim se govori o profesionalnim standardima izvještavanja te koliko su oni bitni u krizna vremena, lažnim vijestima te o pozadini rusko-ukrajinskih odnosa unatrag nekoliko godina. Kasnije se analizira sam portal Index.hr i na kraju slijedi empirijsko istraživanje koje je provedeno putem online ankete. Problem o kojem govori istraživanje jest medijska briga odnosno ne briga o načinu prezentiranja pojedinih vijesti u ratno vrijeme te kako te vijesti mogu utjecati na medijsku publiku u ovom slučaju studente. Također na koji način studenti stvaraju sliku o ratu, ali i kako to utječe na njihovo raspoloženje, ali i na raspoloženje javnosti.

1.2. Svrha, cilj i hipoteza istraživanja

Svako istraživanje također sadrži i svoju svrhu koja je u ovom slučaju prikazati kako je Index.hr svojim vijestima utjecao na percepciju studenata o Ruskoj agresiji na Ukrajinu. Istražuju se bitne karakteristike ratnog izvještavanja te kako ono utječe na medijsku publiku. Kakvu su sliku studenti stvorili o ratu te kakva je atmosfera nastala u javnosti.

U radu se iznose sljedeća istraživačka pitanja:

1. Ima li Index.hr utjecaj na kreiranje stavova studenata o krizi Ruske invazije na Ukrajinu?
2. Kakva stavove o Rusiji imaju studenti nakon čitanja vijesti na portalu Index.hr?

Hipoteze koje se postavljaju u radu su:

1. Index.hr svojim medijskim izvještavanjem ima utjecaj na kreiranje stavova studenata o rusko-ukrajinskom ratu.
2. Studenti imaju negativne stavove o Rusiji nakon čitanja vijesti na portalu Index.hr.

1.3. Metodologija

Na samom početku rada provodi se povijesna metoda te metode sinteze i analize. Metode koje su se koristile u prvom dijelu rada odnose se na proučavanje same literature te prijašnjih istraživanja koja se odnose na temu sličnu temi istraživanja ovog diplomskog rada. Te metode korištene su kako bih se mogao bolje upoznati sa problemom, ali i općom tematikom rada o kojoj su već pisali drugi autori. Nakon prvotnog dijela koristila se metoda analize sadržaja. Sama metoda može se nazvati metodom promatranja što u suštini ona zapravo i jest jer pomoću nekih određenih kriterija koje poštujemo, promatramo određeni medij te pratimo i bilježimo određene podatke koje tražimo u analizi. Analiza sadržaja koristi se za analize masovnih medija, koji su nekad bili samo pisani, no danas se ona koristi za slikovne, filmske, verbalne materijale te sve ostale sadržaje koji su kvantitativni. Nedostatak ove metode jest taj što postoji mogućnost pogreške zbog pristranosti te subjektivnosti istraživača. Odabrana metoda koristila je kako bi se usporedio rad portala Index.hr s portalom koji u Hrvatskoj predstavlja portal s točnim, istinitim, nepristranim, objektivnim i pravovremenim vijestima, a to je portal Hina.hr. Period koji se proučavao u analizi sadržaja na oba portala iznosi 31 dan. Na kraju rada korištena je eksperimentalna metoda to jest metoda ankete. Metoda ankete često je korištena metoda u istraživačkim radovima jer se najbrže može doći konkretnih informacija koje zanimaju istraživača. Mogu se dijeliti pismenim putem, usmenim ili u obliku online upitnika koji jest najbrži način prikupljanja informacija. Tako se i u

ovom slučaju koristi anketa, kreirana u obliku online upitnika, kako bi se dobio uvidu u konkretne stvari vezane uz istraživački problem.

2. Mediji

Prije samog proučavanja i razmatranja o tome što su mediji definirat ćemo što su uopće mediji. Mediji su svakako dio svakog društva. Današnji svijet nije zamisliv bez medija s obzirom na to da 21. stoljeće ovisi o informacijama, a informacije prenose mediji. Današnje se društvo koristi raznim medijima kao što su na primjer: radio, televizija, internet, knjige, društvene mreže, novine, časopisi i tako dalje. Rad se odnosu na portal Indeks.hr pa stoga i najveći naglasak moramo staviti na online medije to jest: portale, društvene mreže s obzirom na to da su to kanali kojima se služi navedeni portal. To su trenutno mediji koji šire najjači medijski utjecaj putem interneta. Sama riječ medij dolazi iz latinskog jezika u kojem medius označava posrednika. U ovom slučaju posrednik označava onoga putem kojeg se neka informacija prenosi. Informacije se koje se prenose putem interneta netko mora oblikovati što znači da postoji netko tko njima upravlja, bilo da se radi o urednicima i novinarima ili o zakonima kojima su regulirane informacije (Peruško 2011: 20)

Mediji jesu posrednici koji nam prenose informacije te stoga imaju veliku i odgovornu ulogu u društvu. Oni su najjednostavnije rečeno sustavi javnog informiranja. Pomoću medija mogu se prenijeti razne informacije od lijepih vijesti kao što je osvajanje srebra nogometne reprezentacije Hrvatske na Svjetskoj prvenstvu u Kataru pa sve do onim manje lijepih vijesti kao što je početak ruske agresije na Ukrajinu to jest početak rata. Društvo 21. stoljeća uvelike se oslanja na informacije koje proizlaze iz medija stoga te iste informacije mogu oblikovati javno mnijenje. Sve informacije mogu se naći na mobilnim uređajima koje danas posjeduje većina stanovništva. Informacije su društvu mogli bismo slobodno reći „nadohvat ruke“ u svakom trenutku.

2.1. Društvo u medijskom prostoru

Kad se općenito govori o medijima i masovnim medijima ne može se preskočiti vjerodostojnost spomenutih. Mnogi ljudi žive u lažnom uvjerenju da su mediji baš ono što bi trebali biti: isitniti, poštteni, nepristrani, uravnoteženi te točni, u suštini trebali bi biti vjerodostojni. Spomenuti mediji bi trebali biti u službi javnosti, javno orijentirani te bi trebali iznositi konkretne i utemeljene informacije koje bi bile orijentirane prema svim ljudskih profilima. U demokratskih se društvima poima činjenica da su mediji temeljni korektiv iz čega direktno proizlazi to da se posredstvom medija omogućuje komunikacija vladajućih s širom javnosti i obrnuto. Spomenutim se načinom provodi informatizacija javnosti o trenutačno aktualnim i važnim zbivanjima te događajima koji vrše pritisak na društvo. Medijima se lako mogu manipulirati mase i pomoću njih lakše se stvara javno mnijenje (Campbell i sur., 2018).

Ne može se ignorirati činjenica da komunikacija novih medija koji su napustili tradicionalne koncepte planiranja i provedbe odnosa s javnostima uvelike ovisi o društvenom, političkom te ekonomskom kontekstu društva u kojem novi mediji djeluju, ali naravno i o samoj ekonomskoj i političkoj poziciji neke medijske organizacije. Novi mediji istisnuli su tradicionalne medije koji gube bitke iz dana u dan, ali neki drugi tradicionalni mediji privlače pažnju nove javnosti u promatranom području (Tafra-Vlahović, 2015).

Globalizacija je proces koji je imao utjecaja u svakom spektru društva 21. stoljeća. Bilo da se govori o politici, ekonomiji, turizmu, pravu te svim ostalima granama pa tako i u medijima. Informacijske tehnologije donijele su, ali još uvijek donose velike promjene u načinu funkcioniranja društva. U današnje vrijeme ne može se dogoditi to da pojedinac ostane neinformiran ili da ne bude barem u doticaju s jednom od mnogih medijskih platforma. Uz pomoć novih tehnologija u informacijskom svijetu pojava novih vrsta medija nije neočekivana. Uz pomoć spomenutih tehnologija mnogi tiskani mediji su svoja načela pronašli upravo na internetu, točnije rečeno na internetskim portalima (Kukić, 2017).

Komercijalizacija medija direktno je povezana s razvojem tehnologija te prelaskom na online oblik nekog medija. Ujedno uz tehnološki napredak mediji su nazadovali po pitanju svoje prvobitne svrhe koja je zbog utjecaja novih tehnologija pala u drugi plan. Današnji mediji često svoj sadržaj, koji čini i temelj nekog medija orijentiraju na bezvrijedno zacrtavanja ljudskog uma, gdje vrlo često ne dolazi do velikih reakcija. Takav način komunikacije medijima osigurava veliku moć i utjecaj na društvo, ali i na samog pojedinca. Trodioba izvršne, zakonodavne i sudske vlasti svima je dobro poznata, no u današnje vrijeme možemo slobodno govoriti i o medijima kao novoj vrsti vlasti (Vozab, 2017).

2.2. Masovni mediji

Osnovni medijski postulati jesu: informirati, educirati i zabaviti, to su najbitnije stvari koje bi mediji trebali poštovati u svojem radu. Kao što je prije napomenuto da su nam informacije „nadohvat ruke“ tako možemo govoriti u o velikom broju ljudi na koje mediji utječu, to jest govorimo o masovnim medijima koji predstavljaju medija čija se doseg publike mjeri globalno diljem svijeta. Oni se mogu podijeliti prema sljedećim kriterijima:

- prema vrsti – knjiga, tisak (novine, časopisi), radio, televizija, radio, nosači slike i zvuka
- prema dosegu – međunarodni, nacionalni ili lokalni

- prema obliku vlasništva – privatni, javni, državni, ili mediji trećeg sektora (community) (Peruško 2011: 22)

Podjelu masovnih medija prema vrste ne treba posebno objašnjavati. Dije se na ono što predstavljaju bio to film, knjiga ili nešto treće. Definicija dosega predstavlja medije koji djeluju međunarodno što znači da imaju veliki doseg publike ne samo u zemlji u kojoj djeluju već i na međunarodnoj razini također imaju i najveći utjecaj, zatim nacionalni mediji koji imaju jak utjecaj i doseg na nacionalnom nivou jedne države te lokalni za koje i sam naziv govori da imaju doseg publike u nekoj lokalnoj zajednici te imaju najmanji doseg publike. Mediji se također mogu okarakterizirati kao alternativni ili matični mediji. Govoreći o masovnim medijima nikako se ne smije zaboraviti spomenuti činjenica da u svojem djelovanju već imaju medije koji su zastarjeli, a to su: novine, radio, televizija. Usprkos činjenici da masovni mediji svoje korijene i temelje polažu na upravo spomenutim medijima, oni danas kao takvi ne mogu parirati internetu (Campbell, 2018).

Knjiga *Uvod u medije* donosi nam definiciju masovnih medija koja glasi: „Masovne medije možemo definirati kao institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne informacije.“ Mediji uvelike utječu na javnost te mogu lako kreirati javno mnijenje. Isto tako javnost ne može previše utjecati na medije već im može samo pomoći u radu, ali ih ne može ispravljati i mijenjati kako bi htjela. Medije koje medijska publika čita bira sama s obzirom na neke svoje afinitete, političku orijentaciju, vjeru, politiku medija. Sve navedene stavke, ali i mnoge druge utječu na odabir medija svakog pojedinca (Peruško 2011: 15).

Gledajući kronološki razvoj masovnih medija može se vidjeti da je sve počelo od knjige koja je bila prvi oblik masovnih medija dok knjigu jednog dana nisu zamijenile novine. Nakon pojava novina kroz neko određeno vrijeme razvio se radio koji je u onom trenutku zamijenio novine zbog svoje brzine prijenosa informacija. Nakon radija u svijet masovnih medija zakoračila je televizija koja je u to vrijeme bila veliko otkriće te je i dan danas jedan od najutjecajnijih i najpopularnijih medija. Danas u društvu najveću moć i utjecaj na mase, ali i pojedinca imaju upravo mediji, internet te medijsko oglašavanje. Internet kao platforma mijenja životni ciklus čovjeka te se pojedincu daje mogućnost da samostalno istražuje informaciju koja ga zanima. Ukupna slika daje zaključak da ni jedan medij nije imao pozitivne strane već su uvijek bile u pitanju i negativne stoji je sa sobom nosio pojedini medij (Campbell, 2018).

Posljedice novih medija u modernom svijetu u kojem su informacije dostupne gdje god se nalazili. Masovni online mediji doveli su do prevelikog broja informacija koje se svakodnevno daju publici na izbor, no u moru svih informacije postoji veliki broj krivih, lažnih i netočnih informacija koje publika može naći i u njih povjerovati što na kraju vodi do dezinformiranja javnosti. Stoga bi se svi izvori i navodi trebali provjeriti kroz više izvor jer jedan izvor nije

dovoljan da bi se potvrdila točnost neke informacije. Online mediji su uvelike diskreditirali novine kao klasični medij s obzirom na to da se njihovom pojavom broj tiraža kroz godine uvelike smanjio te se danas rijetko gdje može vidjeti da netko čita novine. Sve novine danas se mogu naći na internetu u obliku portala koji prenose vijesti. Najveća prednost portala je to što su pravovremeni, informacije stižu u stvarnom vremenu, besplatni su, nalaze se nam se „nadohvat ruke“, pregledniji su, publika brže dolazi do stvari koje ju zanimaju pomoću linkova, interaktivniji su te prepuni multimedijskog sadržaja (fotografija, videa, zvukova).

2.3. Utjecaj masovnih medija na društvo

Kroz realistički aspekt razmišljanja govori se o tome da su masovnim mediji onoliko otvoreni prema društvu koliko je neko društvo otvoreno prema njima. Televizija, novine i internet jesu izvori informacija koji su pristupačni i potpuno slobodni svakom pojedincu koji takve informacije želi primiti i afirmirati. Slobodno pretraživanje informacija kao i njihovo primanje te afirmacija određuju orijentiranost neke društvene zajednice te demokratizaciju. Kako bi se potvrdila i objasnila teza u prijašnjoj rečenici potrebno je dati primjer. Današnje društvo na neki način predstavlja društvo koje teži maksimizaciji materijalističkih vrijednosti te stoga ne treba čuditi činjenica da se takve vrijednosti pojavljuju i kod medija te stoga mediji na taj način postavljaju svoje funkcije, ali i poslovanje kako bi ostvarili što veći profit što direktno djelovanje prema javnom dobru stavlja u drugi plan (Filipović, 2017).

Pojedincu se svakodnevno želi skrenuti na put koji mediji imaju zacrtan to je cilj medija jest uvjeravanje osoba u određene stavove. Pojedinaac se putem medija usmjerava prema sadržajima koji su mu namijenjeni te se istim tim sadržajima pojedincu podsvjesno kreiraju misli u smjeru u kojem mediji to žele. S obzirom na rečeno upitna je i sama sloboda govora, ali i sloboda medija kad se pogleda trenutačno stanje. Većina se pojedinaca dobro snalazi te mogu primijetiti nedosljednosti i irelevantnosti u medijskom prostoru kojim se informiraju mase te uočavaju neistinitosti te neprovjerenost u objavljenim informacijama na internetu. Bez obzira na uočavanje grešaka od strane pojedinaca, mediji i dalje imaju veliku moć i utjecaj jer mogu određenim sadržajima podsvjesno utjecati na kreiranje percepcije nekog pojedinca. Svaki pojedinac pronade svoj izvor koji može biti neadekvatan te tu dolazi do prelijevanja informacija kroz medijski prostor gdje se brzo može izgubiti trag istine i zbilje. Provjera informacija je u tom slučaju onemogućena te tu dolazi do povrede vjerodostojnosti informacije. Vjerodostojnost se ne može tražiti u medijima s obzirom na to da je društvo podvrgnuto mnogim manipulacijama, obmanama, lažnim pričama koje svoje priče temelje na navodno istinitim i točnim izvorima koje je nemoguće provjeriti.

Manipulacije koje se ne mogu točno odrediti su one najgore vrste, ali i one koje se samo ignoriraju (Winston, 2016).

Rezultati koji se mogu pronaći u velikom broju istraživanja, ali i u znanstvenim radovima pomažu nam da lako možemo odrediti kakav su utjecaj mediji imali od svojih početaka do dana današnjeg. Teorija o medijima svoje predstavnike nalazi u Schrammu, Petersonu te Siebertu koji čvrsto stoje uz tezu da mediji mogu biti autoritarni ili slobodarski. Navedeni znanstvenici pokrenuli su neke od velikih rasprava o tome kako mediji utječu na društvo. U tim se raspravama oglasio i hrvatski autor koji analizira utjecaj novih medija na kreiranje politike nekog društva (Grbavac, 2014).

Autoritarni mediji imaju zadatak da podupiru trenutnu vlast neke zemlje. To im jest primarni zadatak dok za razliku od autoritarnih medija, slobodni su mediji okrenuti pojedincu te ga pokušavaju zaštititi od trenutne vlasti. Mediji prema društvu imaju veliku razinu društvene odgovornosti koju bi društvo trebalo preispitivati. Svi mediji trebali bi se jednako služiti pojedincu, ali i društvo te ukoliko se dokaže suprotno društvo bi trebalo imati pravo da poduzme mjere zaštite kao bi se zaštitilo. U današnje vrijeme situacija baš i nije takva. Društvo je često žrtva manipulativnih medijskih igara koje se pokušavaju sakriti u medijskom prostoru. Javnost, svjesna problema koji se događaju u medijskom prostoru, odlučno ignorira i pokazuje veliku nezainteresiranost za zaštitom slobode pojedinaca, ali i društva općenito (Vuković, 2015).

Istraživači i različiti autori na razne načine tumače utjecaj medija na društvo i pojedinca. Jedni tvrde da su učinci utjecaja medija pozitivni dok drugi istovremeno tvrde da su ti učinci negativni. Suglasnost oko ove odluke ne postoji kod znanstvenika. Mediji se sredstvo masovne komunikacije koji su bitan čimbenik djelovanja suvremenog čovjek te su shodno tome i vrlo bitan faktor kroz razvoja čovjekove osobnosti. Kao što je prije u radu napomenuto mediji imaju osnovni zadatak educirati, informirati i zabaviti publiku te sa svim sadržaje imaju utjecaj na medijsku publiku. Također bitno je spomenuti kako je vrlo važan medija da pojedincu omogući informacije o svim bitnim društvenim događajima i procesima. Kad se govori o utjecaju medija potrebno je napomenuti njegove dobre strane. Mediji društvu omogućuju stjecanje znanja i novih umijeća, obogaćuju moralnu i socijalnu dimenziju, omogućuju usvajanje kulturnog i znanstvenog nasljeđa te pomažu kod razvoja stvaralačkih sposobnosti. Često kad se govori o utjecaju medija danas, više se govori o negativnim nego li pozitivnim stranama medija. Na pojedinca se putem medija vrši negativan pritisak te mu nameće društveno ponašanje. Negativan se utjecaj najviše ogleda kroz prezentaciju onih informacija koje favoriziraju loša i nepoželjna ponašanja kao što su: kriminal, pretjerano trošenje, nasilje i tome slični sadržaji. Autori se ne slažu oko učinaka medija na društvo te je Frankfurtska škola smatrala da medij zaglupljuje medijsku publiku dok je s druge strane

Baudrillard (2001.) svojim postmodernističkim pristupom tvrdi da su mediji istisnuli vlastiti prostor svakog pojedinca te su ga smjestili u univerzum „simulakruma“. Noam Chomsky govori o tome da mediji imaju najveću ulogu u sustavu kontrole i nadzora masa dok istovremenom tim istim medijima upravljaju kapital i javni interes. Osim što smatra da su mediji najveći aparat za manipulaciju svijetom, Chomskyog najviše smeta to što se sustav tome predao te školske ustanove ne čine ništa po pitanju obrane ljudi od tog aparata već su i same postale dio aparata za indoktrinaciju i dezinformaciju (Jurčić, 2017.)

2.3.1. Pozitivan utjecaj medija na društvo

Istraživanja o utjecaju medija na medijsku publiku započela su još početkom 20. stoljeća. Vrijeme je promijenilo način na koji znanstvenici gledaju na medija pa su se tako kroz godine i stavovi mijenjali od pozitivnih pa sve do negativnih. Također pokušavalo se odgonetnuti na koji način mediji utječu na odrasle, a osobito na djecu. Kako ističe Tom O’Sullivan ta istraživanja bila su vrlo složena s obzirom na to da je najbitniji čimbenik istraživanja medijska publika. O’Sullivan tvrdi kako pasivnost okoline te osobna pasivnost uz informacije koje publika prima putem medija utječu na pojedinca. Kod pasivnosti okoline misli se na pasivnost obitelji i prijatelji dok se kod osobne pasivnosti misli na inteligentnu i emotivnu nesprijetnost na život s medijima. Autor W.T. Potter u djelu *Media Literacy* (2001.) govori o podjeli utjecaja medija na pojedinca u dvije skupine, a to su: kratkoročne i dugoročne. Skupine se razlikuju po tome pojavi li se utjecaj medija odmah po primanju medijske poruke ili nakon nekog duljeg vremena. Istaknuo je i niz bitnih stvari koje nam govore o utjecaju medija. Medijska publika putem medija uči tako da mediji imaju posljedice na znanje pojedinca. Također mediji mogu djelovati na naše misli te ih time ojačati, ali i oblikovati. Mediji uz sve navedeno djeluju i na emocije s obzirom na to da medijska publika može osjećati: ljutnju, strah, veselje, tugu gledaju neki medijski sadržaj kao što je na primjer neki film. Fiziološke reakcije su nešto na što mediji također imaju učinak te utječu na ponašanja medijske publike koja prima medijske poruke. Učinak na fiziološke reakcije izraženiji je kod osoba mlađe životne dobi te djece (Jurčić, 2017.)

2.3.2. Negativan utjecaj medija na društvo

Iako mediji potiču neke pozitivne učinke te mogu poboljšati i doprinijeti razvoju društva, postoje i mnogi negativni učinci koji utječu na publiku. Svijet u kojem živi današnji čovjek jest informacijski svijet stoga ne čudi potreba za informacijama jer omogućuju funkcioniranje društvenog života. Utjecaj koji mediji imaju na pojedinca je raznolik i velik. Preko medija dobivamo informacije o svijetu oko nas. Imaju veliki utjecaj na formiranje javnog mnijenja, stavova te ponašanja. U novijem su dobu mediji postali glavni odgajatelji posebice kod mladih i djece. Osim što educiraju i šire naše spoznaje mediji imaju i veliku ulogu u zabavljanju publike čiji je cilj publici pomoći razbiti monotoniju te joj ponuditi razbibrigu i opuštanje. Glavni cilj je maknuti ljude od svakodnevnih briga. Eksploatacija zabavnih sadržaja vidljivija je u razvijenim državama svijeta. Potrebno je naglasiti da mediji ne mogu sami po sebi imati takav utjecaj već da je potrebno sagledati širu sliku društva u kojem neki medij djeluje. Moć i negativan utjecaj medija na medijsku publiku najviše se očituje u tome što mediji potiču:

- a) pretjeran konzumerizam
- b) opsjednutost zabavom
- c) manipulaciju
- d) jezičnu nekulturu
- e) pornografiju
- f) rodnu diskriminaciju
- g) pasivizaciju
- h) nasilje (Jurčić, 2017.)

2.3.3. Zaključno o utjecaju medija

Kroz sve različita istraživanje i članke možemo zaključiti da se mediji ne mogu okarakterizirati kao samo štetni ili samo korisni. Kao i svaka pojava, predmet ili bilo što drugo mediji djeluju pozitivno i negativno na medijsku publiku. Mediji djeluju na osjećaje pojedinca, na njegove stavove te formiranju mišljenja o nekoj temi interesa. Znanstvenici se danas najčešće bave negativnom tematikom medija te se često prikazuju negativne strane medija poput utjecaja na pretjeran konzumerizam, nasilno ponašanje, jezičnu nekulturu, ali usprkos tome mediji mogu biti vrlo koristan i dobar izvor informacija. I pozitivni i negativni učinci utječu na formiranje mišljenja i stavova kod pojedinaca. Izlaz iz ove situacije u kojoj se mediji krive za mnoge stvari, znanstvenici vide u tome da se medijska publike okrene pitanju što mi radimo medijima, a ne što mediji rade

njoj. Sve u svemu o medijima treba raspravljati, treba učiti o njima kako bi ih se moglo poznavati, razumjeti, primjenjivati te na koncu i tumačiti. Medijska pismenost društva trebala bi dostići viši nivo kako društvo ne bi nesvjesno upalo pod negativan utjecaj medija (Jurčić, 2017.)

3. Profesionalni standardi izvještavanja

Kvalitetno i dobro izvještavanje mora biti uređeno u novinarskom svijetu nekim normama i pravilima, ali i naravno profesionalnih standarda izvještavanja. Postoji pet profesionalnih standarda kojih bi se novinari trebali držati kako bi svoj posao odradili profesionalno, a to su: istinitost, poštenje, točnost, uravnoteženost te nepristranost. (Malović, 2005: 18).

Istina kao prvi standard je preduvjet da bi vijest uopće vijest. Vijest koja nije istinita ne može se smatrati viješću. Istina u medijskom prostoru ne poznaje alternativu. Vijest u suštini mora sadržavati točne podatke kako bi mogla predstavljati istinu pred medijskom publikom. Svaka laž ili poluistina koju novinar iznosi smatra se manipulacijom. Podatke koje novinar dobiva uvijek mora provjeriti kod drugih izvora kako bi mogao potvrditi istinitost istih (Malović, 2005: 19).

Sljedeći spomenuti standard jest poštenje. Taj se standard odnosi na zadatak novinar da mora donijeti priču iz svih mogućih uglova koje može pronaći. Shodno tome novinar svakoj strani i svakom spomenutom u priči mora dati priliku da iznese svoje stajalište o nekom događaju, dok istovremeno novinar ne smije podupirati stajalište bilo koje od strana (Malović, 2005: 25).

Novinar uz istinu i poštenje mora biti točan u svojem iznošenju informacija. Vijesti koje se mogu naći u medijskom prostoru moraju biti napisane točno, bez obzira bile velike ili male. Sve što se nalazi u tekstu mora biti točno od citati koji moraju biti napisani točno onako kako su izrečeni do brojki koje na kraju teksta moraju dati jednak zbroj onome koji se spominje u tekstu (Malović, 2005:25).

Svaka vijest mora se sagledati sa svih strana jer svaka strana ima drugačiji pogled na istu priču. Novinarska je dužnost ispitati i donijeti priču obje strane u medijski prostor. Ukoliko je priča u medijskom prostoru neuravnotežena počinje za sobom povlačiti brojna pitanja i probleme te moguće da ostaviti posljedice na događaj (Malović, 2005: 37).

Kako bi medijska publika dobila cjeloviti prikaz neke vijesti ta ista vijest mora biti napisana uravnoteženo. Uravnoteženost u vijest donosi balans između dviju strana te bi publika morala sama odabrati kojoj su strani skloniji vjerovati. Novinar međutim ne može u vijesti odabrati jednu stranu već mora ostati nepristran i dati javnosti potpunu sliku događaja. Naravno novinar može svoje stajalište i mišljenje iznijeti u naknadnom komentaru (Malović, 2005: 53)

4. Medijsko izvještavanje o ratnim sukobima

Ratni sukobi predstavljaju veliku prijetnju nacionalnoj sigurnosti, no ne isključivo ratovi već i teroristički napadi te oružani sukobi koji iz dana u dan odnose veliki broj žrtava. Definirane granica između rata i terorizma ne postoji. Borba jest osnovno obilježje rata, dok terorizam s druge strane naglašava osjećaj straha i panike među društvom. Stoga se može zaključiti da je rat fizički te predstavlja najviši stupanj sukoba, a terorizam mentalni. Uloga medija u ratno vrijeme je vrlo velika s obzirom na važnost i brojne posljedice koje rat donosi te također mediji imaju veliku ulogu u kreiranju javnog mnijenja u ratno doba (Townshend, 2003: 16).

Nacionalno oslobodilački ratovi protiv totalitarnih režima u posljednja su dva desetljeća najveći trag što se tiče sukoba, a u nekim sukobima došlo je i do međunarodnih intervencija koje su pokazale suvremena načine ratovanja. Oružani sukobi kakve danas svijet poznaje doživjeli su prekretnicu u Zaljevskom ratu 1991. godine. Razvitak komunikacijske tehnologije utjecao je istovremena i na razvoj rata, ali i prirodu medija. Komunikacijska tehnologija odigrala je važnu ulogu u ratovima te se kroz nju uočava povezanost između medija i modernog rata (Čerina, 2012: 103).

Moderni rat sa sobom je donio promjene u odnosu na klasično ratovanje te za razliku od ratova prije elektronika u modernom naoružanju čini gotov 40%, ali ne samo to već se rat poima na drugačiji način. Pobjednik rata danas ne ovisi o količini i jačini naoružanja već o posredovanju informacija koja su ključne za rat, a samim time bitno je uspostaviti informacijski nadzor na samom bojištu. Samo težište rata prebačeno je što brže prikupljanje informacija, njihovoj obradi te reakciji koja mora biti instiktivna kako bi se pravodobno reagiralo. Moderni rat zbog same činjenice da komunikacijski sustav ima veliku ulogu u samom ratu može se nazvati „informacijskim ratom“. U takozvanom informacijskom ratu najveću ulogu ima upravo elektronički rat iz razloga jer se veliki dio rata temelji na upotrebi računala. Informacijski rat donio je promjene i na ratnom bojištu koje više fizički ne postoji s obzirom da se rat preselio na online platformu te se ratuje pomoću informacija, za njih te unutar samih informacija. Manipulacija informacija koja se provodi tijekom rata nad medijskom publikom putem televizije vrlo je bitan faktor kod informacijskog rata jer se koristi radi lakšeg kreiranja javnog mnijenja u doba rata. (Klun, 2000: 80).

Uloga medija u pripremanju javnosti na ratni sukob jest nezamjenjiva s obzirom na to da se vojno i političko vodstvo putem medijskih kanala obraća javnosti kako bi argumentiralo ratnu intervenciju. Za vrijeme trajanja oružanog sukoba medijska se publika oslanja na informacije iz medija kako bi došla do bitnih informacija pomoću kojih bi tumačili događaje koju su se događali

prije rata te koji su i direktno ili indirektno doveli do ratnog sukoba. Pomoću medija u ratu se dobivaju i informacije o trenutačnoj ratnoj situaciji. (Čerina, 2012: 110)

Ratno izvještavanje oblikovano je trima čimbenicima, a to su: vrijeme, prostor te pristup bojnopolju. Zbog ratnog je stanja vremenski period prikupljanja informacija postao puno kraći te je i sam proces obrade podataka postao kraći što je direktno posljedica razvoja tehnologija (Taylor, 2009: 68). U ratno se doba mijenja i sama priroda prikupljanja informacija i vijesti. U prijašnja vremena rokovi su bili danima dok se u ratnom stanju vijesti očekuju uživo, po mogućnosti dok još događaj traje. Rata situacija sa sobom često donosi i pojavu „CNN“ efekta. „CNN“ efekt jest pojava koja seže u doba zaljevskog rata 1991. godine kad su se vodila cjelodnevna izvještavanja o događajima s bojišta. Zaljevski je rat te godine i iz tog razloga donio veliku promjenu u ulogu medija u ratu koji su izvještavali gotovo direktno s ratnog bojišta. (Čerina, 2012: 102). Na kraju je rat postao medijski spektakl koji se vodio „uživo“ na malim ekranima (Klun, 2000:80).

Vjerodostojnost ratnog izvještavanja uvelike je narušena za vrijeme rata zbog kratkog vremena za provjeru informacija kod drugih izvora, isto tako i za obradu istih te na kraju zbog činjenice da sve treba biti u medijima u što kraćem roku. Nepotpun pristup informacijama vodi ka manipulaciji dok koja uz isključenje vlastitog mišljenja o nastalom događaju postaje najbitniji faktor za pridobivanja publike za sudjelovanje u ratnom sukobu (Čerina, 2012: 102)

Medij koji je nekad imao najveću ulogu u ratnom zbivanju jest televizija, ali i radio s obzirom na to da su imali mogućnost izvještavati u realnom vremenu o događajima na bojnopolju. Danas su tu ulogu preuzeli internetski mediji poput društvenih mreža portala, no veliki broj informacija koje kruže medijskim prostorom doveo je do velikog broja krivih i netočnih informacija. Mediji publici prikazuju stvarnost koju oni žele pomoću odabira informacija koje se puštaju u javnost kako bi se stvorilo poželjno javno mnijenje. Novi mediji poput interneta donijeli su tu mogućnost da se iskrivljena slika koju pojedini mediji mogu odaslati u medijski prostor može brzo razotkriti pomoću stvarnih priča, videa i fotografija s područja pogođenih ratom. Dvosmjernu komunikaciju koju je sa sobom donio internet, to jest društvene mreže omogućile su sudionicima ratnih sukoba da brže i točnije podijele stvarnu sliku ratnog stanja. Upravo su društvene mreže i internet u velikoj mjeri pridonijele vjerodostojnosti informacija koje se mogu naći u medijskom prostoru tijekom ratnog sukoba.

Kako bi mediji mogli što točnije, istinitije i vjerodostojnije izvještavati o ratnom sukobu nužno je novinarima omogućiti pristup bojnopolju što je u većini slučajeva uskraćeno. Uskraćivanje pristupa bojnopolju najčešće se opravdava zaštitom vojnika i novinara te potrebom za tajnošću. Samim ograničavanjem i nedozvoljavanjem novinarima da uđu na bojno polje, automatski se

kontrolira situacija u kojoj se ne želi prikazati stvarna slika i situacija iz ratne zone što na kraju krajeva utječe na objektivnost i nepristranost kod izvještavanja (Klun, 2000: 80).

Ukoliko se u ratnom stanju dogodi to da postoje dvojbe oko intervencije koja se izvršila tad mediji imaju samo jednu zadaću, a to je da fotografijama ranjenih civila, žrtava progona i pljački javnost pokušaju uvjeriti da je ta ratna intervencija bila potrebna (Čerina, 2021: 106). Čimbenici koju su gore spomenuti: vrijeme, prostor te pristup bojnem bolju imaju direktan utjecaj na vjerodostojnost medija koji izvještava o ratnom stanju. Nove tehnologije komunikacije omogućile su prenošenje informacija direktno s bojišta u realnom vremenu. Sadržaji koji nastaju u takvom okruženju često slove za najgledanije sadržaje. U ovom se kontekstu često spominje i velika zainteresiranost gledatelja da ponovo pogledaju sadržaje koji se tiču ratnih sukoba, a motivi gledatelja slični su onim istim motivi koji se tiču gledanja nekog filmskog spektakla (Čerina, 2012: 103).

Kad se rat krene prenositi u medijima kod ljudi se javlja problem s doživljavanjem realnosti. S obzirom na činjenicu da se negdje vodi rat za ljude u ratnom području taj rat je vrlo stvaran, dok se gledatelje koji rat prate preko malih ekrana taj rat postaje kao poseban „*reality show*“. Gledatelji su zavaljeni u svoj kauč te preko televizora gledaju strašne borbe, moglo bi se reći da se gledateljima rat događa u dnevnoj sobi te ga gledatelji mogu isključiti pritiskom na gumb i prijeći na neke vedrije i veselije teme (Klun, 2000: 84).

Zaštita civilnog stanovništva temeljna je obaveza medija prilikom izvještavanja u ratnim sukobima. Rat sa sobom nažalost nosi veliki broj žrtava, a civilno stanovništvo i po završetku rata pati godinama zbog velikih gubitaka. Fotografije koje se stavljaju u medijski prostor imaju veliku moć jer se fotografijama stradanja te fotografijama patnje stanovništva može jako lako manipulirati javnost iz tog je razloga potrebno da izvještavanje bude vjerodostojno, istinito, točno i objektivno. Također u ratnim se vremenima često krše temeljna ljudska prava te mediji moraju posebno pozornost posvetiti izvještavanju o zaštiti civila te kršenju temeljnih ljudskih prava, a za to je potrebno proširiti granice klasičnog izvještavanja (Čerina, 2012: 114)

Novinar koji se nađe na izvjestiteljskom poslu u ratno vrijeme mora biti svjestan da je nemoguće da izbjegne ranjene ili mrtve osobe, no zadatak novinara je u suštini da te informacije prenosi na etičan i dostojanstven način, a ne da prenosi scene užasa i strave koje je moguće vidjeti na ratnom bojištu (Barović, 2010: 126).

5. Lažne vijesti

Medijska je publika svakodnevno izložena velikom broju informacija koja dolazi sa svih strana iz različitih izvora. Veliki broj informacija u medijskom prostoru donio je sa sobom problem velikog broja netočnih, neistinitih i neprovjerenih informacija. Informacije koje kruže internetom imaju karakteristiku brzog kreiranja te se lako mogu objaviti. Nakon objave te se informacije mogu internetom vrlo brzo proširiti i dijeliti. Vjerodostojnost informacije leži u rukama osobe koja je objavila pojedinu informaciju. Internetom kruže različite informacije kojima je lako pristupiti, ali ih je i lako promijeniti putem grafičkih obrada, izmjenjivanja teksta stoga nije čudno što u današnje vrijeme imamo sve veći broj lažnih vijesti. Upravo takva vrsta vijesti danas predstavljaju veliku opasnost za digitalni svijet i digitalno društvo u kojem živimo iz razloga brzog širenja putem interneta, pogotovo putem društvenih mreža (Kurelović, 2021: 120).

Kroz dobar dio prošlosti postajalo je uvjerenje da je Zemlja ravna ploča, no tada ta vijest nije predstavljala lažu vijest s obzirom da nisu postojale mogućnost da se ta teorija ispita. Kroz 20. stoljeće može se naći niz primjera lažnih vijesti i to u klasičnim medijima radija, tiska i televizije. Ne samo da su lažne vijesti prenošene tekstualno već ih se moglo pronaći i kod fotografija (Dejanović, 2020.)

Postoje također i vrste vijesti kod kojih se autor primi jedne tvrdnje koju zatim stavi u iskrivljeni kontekst te medijska publika dobiva potpuno krivu sliku o nekom događaju. Takva vrsta vijesti ponekad je napisana krivo nenamjerno, ali u većini slučajeva te su pogreške rađene s nekom namjerom (Dejanović, 2020: 20).

5.1. Oblici lažnih vijesti

5.1.1. Loše vijesti

Loše vijesti jesu tip lažnih vijesti kod kojih se pogreška ne događa namjerno već potpuno slučajno. Takve vijesti nemaju cilj zbuniti te dezinformirati medijsku publiku. U profesionalnom novinarstvu pogreške su normalna pojava iako te pogreške mogu dovesti i do loših posljedica važno je napomenuti da loše vijesti nisu pisane s lošom namjernom (Dejanović, 2020: 20).

5.1.2. Clickbait

Clickbait je vrsta lažne vijesti koja nužno ne sadržava netočne informacije. Ona je u suštini vijest kojoj je cilj privući što veći broj medijske publike da otvori pojedini članak. Takve vijesti često započinju naslovima: „Nećete vjerovati“, „Dogodilo se nešto nevjerojatno“ ili „Reakciju koju je pokazao nitko nije očekivao“ i mnogi drugi kojima je cilj namamiti čitatelja da otvori vijest. Nakon što čitatelj otvori vijest na portalu se otvaraju reklame koje su plaćene ovisno o tome koliko se puta otvorio određeni članak. Cilj takvih vijesti je prodaja marketinškog prostora te prikupljanje podataka određenog čitatelja kako bi se otkrile njegove preferencije (Dejanović, 2020: 21)

5.1.3. Satirični i humoristični sadržaj

To su vijesti koje u sebi sadrže dozu satire i humora koji. Ukoliko se humor ili satira dobro sroče dio medijske publike mogao bi krivo protumačiti ono što je vijest zapravo htjela naglasiti te može doći do potpunog zbunjivanja i dezinformiranja dijela medijske publike. Iako su u većini slučajeva takve vijesti napisane bezopasno one i dalje mogu dovesti do negativnih posljedica (Dejanović, 2020: 21).

5.1.4. Promidžbeni tekstovi

Ovakve vrste tekstova nalaze se u medijskom prostoru kako bi favorizirali određenu stvar u odnosu na neke druge stvari. Postoje dvije vrste promidžba, a to su promidžba velikih i malih. U suštini te dvije vrste promidžba ciljanu na emocije kod medijske publike te im je cilj promijeniti mišljenje i stavove publike o nekoj stvari. U velike promidžbe možemo svrstati države, korporacije, dok u male svrstavamo: nevladine organizacije, političke stranke, građanske udruge. Kod velikih se promidžba naglašava napredak, pobjednički mentalitet sve u svrhu što boljeg prikazivanja određenog predmeta koji uopće ne mora biti istinit, dok male promidžbe pokušavaju više probuditi emociju te zadobiti simpatije publike za neku temu. Promidžba ne mora nužno biti loša. Postoji i dobra vrsta promidžba kojima je cilj povećati svjesnost o nekom problemu kao što je na primjer: cijepljenje protiv HPV-a. Toj promidžbi Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo nije u cilju povećanje profita, već povećanje svjesnosti o bolesti te smanjenje smrtnih slučajeva od te bolesti (Dejanović, 2020: 22).

5.1.5. Sponzorirani sadržaj

Sadržaj koji možemo naći u medijskom prostoru, a odnosi se na plaćena sponzorstva naziva se sponzorirani sadržaj. Takvu vrstu sadržaja urednik ne može kontrolirati već takav sadržaj kontrolira naručitelj. Naručitelji često igraju razne igre kako bi namamili medijsku publiku te urednik mora pripaziti da publici bude jasno da se radi o sponzoriranom sadržaju te takvu vrstu sadržaja treba posebno naglasiti kao sponzorirani sadržaj (Dejanović, 2020: 22).

5.1.6. Politički sadržaj

Sadržaj koji političari, političke stranke svakodnevno plasiraju u javnost ne treba previše objašnjavati. Takvom sadržaju treba pristupati s dozom opreza jer političke vijesti mogu prenijeti točnu i provjerenu informaciju dok s druge strane u svojem proširenom obliku mogu namjerno iznijeti krive informacije (Dejanović, 2020: 23).

5.1.7. Zastrašivanje

Sadržaj kojim se čitatelji zastrašuju u medijskom prostoru jest jedan od najpopularnijih oblika lažnih vijesti. Takve je vijesti lako izmisliti i plasirati. One igraju na emocije čitatelje te će većina čitatelja snažno reagirati na njih što će definitivno izazvati brzo širenje u medijskom prostoru. Vijesti koje zastrašuju uglavnom žele čitatelja na nešto navesti, bilo da nešto kupi, napravi neku transakciju ili nešto slično što će čitatelja spasiti od grozote koje mu se mogu dogoditi. Lako se mogu prepoznati po lošim stvarima koje se nabrajaju da se mogu dogoditi čitatelju, a na kraju nude instant rješenje (Dejanović, 2020: 23).

5.1.8. Pseudoznanost

Lažna znanost, to jest lažni znanstvenici vrlo često se mogu naći u medijskom prostoru kako hrane čitalačku publiku lažnim istraživanjima lijekovima i slično (Dejanović, 2020: 23).

5.1.9. Teorije zavjere

Najekstremniji oblik lažnih vijesti jesu teorije zavjere, no one su često bezopasne jer i kad se prošire ne uspijevaju privući veliki broj ljudi koji će u tu teoriju vjerovati dulje vrijeme. Postoje pojedinci koji su uvjereni kako se baš njima um prosvijetlio putem teorije zavjere s obzirom da na tu kartu i igraju takve lažno sročene priče. Ponekad teorije zavjere mogu imati i negativne učinke i veliki utjecaj ukoliko medijska publika ne može sama sebi objasniti neku neshvatljivu pojavu u društvu pa tu pojavu objašnjava na najjednostavniji mogući način (Dejanović, 2020: 23).

5.1.10. Dezinformacije

Oblik dezinformacije ne postoji kao poseban oblik lažnih vijesti, ali može se ponekad pronaći u medijskom prostoru. To je informacija napisana točno s nekim ciljem, a to je dezinformirati javnost. Velikim su dijelom takve vijesti neistinite, ali četo se isprepliću s istinitim dijelovima zbog čega se teže otkrivaju dezinformacije (Dejanović, 2020: 24).

5.2. Širenje lažnih vijesti

Lažne vijesti imaju tendenciju brzog širenja, no neke brzo utihnu ovisno o tome koliko su spretno sročene. U prijašnja se vremena lažne vijesti nisu mogle naći u medijima s obzirom na novinarsku profesionalnost koja nije dozvoljavala širenje lažnog sadržaja na postojećim medijima. Nove tehnologije donijele su velike promjene kod širenja lažnih vijesti. Lakše se stvaraju grupe istomišljenika koje vjeruju u određene lažne vijesti pa tako danas postoji broj ljudi koji vjeruju u to da je Zemlja ravna ploča i tome slično. Društvene mreže i novi mediji omogućili su dvosmjernu komunikaciju putem interneta te danas svatko može slobodno iznijeti svoje mišljenje ili tvrdnju, iako ta ista tvrdnja može biti potpuno kriva, netočna i može dezinformirati javnost (Dejanović, 2020: 26).

6. Ruska agresija na Ukrajinu 2022. godine

6.1. Pozadina događaja iz 2014. godine

Ukrajina i samoprogllašena Donjecka Narodna Republika te Luganska Narodna Republika vode bitke od 2014. godine na istoku Ukrajine iako sam problem seže još u doba Hladnog rata. U samoproglšenim državama na istoku Ukrajine vlast drže proruske separatičke vojne postrojbe koje su 7. travnja kad je Turčinov objavio da će se provoditi antiterorističke operacije s ciljem uspostave ustavnog poretka na istoku Ukrajine. A sukob započinje par mjeseci kasnije nakon što je u Ukrajini euromajdanskim prosvjedima s vlasti svrgnut proruski predsjednik Viktor Janukovič te na mjesto ukrajinskog predsjednika dolazi Oleksandar Turčinov koji je proeuropske te prozapadne političke orijentacije. Proruske pobunjenike je u tom pohodu vodio ruski državljani Igor Strelkov. Veliku podršku Rusije već tada su uživali proruski separatisti. Između 2014. te 2015. godine u Ukrajini je po nekoj gruboj procjeni poginulo 2000 ruskih vojnika te preko 3000 ruskih državljana. Ruske vlasti svoju su potporu skrivale te tvrdila je taj rat građanski rat u Ukrajini iako je 2016. godine u Ukrajini ostalo stacionirano 10000 ruskih vojnika koji su se naravno kretali i obavljali dužnosti bez službenih obilježja. U devetom mjesecu 2014. godine najveći dio rata je završio te se od tada izmjenjuju doba sukoba te primirja između separatisti te Ukrajinaca. Nakon objave takozvane antiterorističke operacije krenuo je niz manjih oružanih sukoba koji su kasnije eskalirali u veće oružane sukobe. Veći sukobi primorali su ukrajinsku vladu da zemlju obrani svim mogućim sredstvima te su se koristili vojnim topništvom, zrakoplovstvom te oklopnim jedinicama. Kroz lipanj i srpnja 2014. godine ukrajinske jedinice uspjele su pobijediti separatisti te ih protjerati s važnim uporišta poput Mariupolja te gradova Slavjanska i Kramatorska. Također 2014. godine separatisti su srušili malezijski zrakoplov u kojem je poginulo i nekoliko stotina državljana Europske unije. Obaranja aviona bio je dodatan razlog za eskalaciju sukoba. Ukrajinske su jedinice nizale uspjehe sve do sredine kolovoza dok nisu zaustavljene kod Donjecka te Luganska koji predstavljaju najveća i najvažnija uporišta separatista. Nakon toga ukrajinske su jedinice povučene daleko od ruske granice te su proživjele velike gubitke. Taj poraz Ukrajina je pripisala uključivanju ruskih postrojbi koje su pomogle separatistima. Nakon gubitaka taj se dio Ukrajine pripisao ruskim separatistima potpisom mirovnih ugovora. Spomenuti mirovni ugovori su se kršili te ponovno sklapali. Ukrajina je u tom sukobu imala snažno podršku NATO-a koji je izravno dopremio Ukrajini niz nesmrtonosnih sredstava kao što su računala, radari i slično. Također zemlje NATO-a kroz godine su slale oružje u Ukrajinu kako bi se Ukrajina što bolje vojno opremila iako je već tada Ukrajina imala jaku vojnu industriju. Ishod sukoba bio je gubitak gradova na istoku zemlje

koji su pali pod vlast proruskih separatista te preko 10500 smrtno stradalih (https://hr.wikipedia.org/wiki/Rat_u_isto%C4%8Dnoj_Ukrajini, 24.4.2022., 21:40).

6.2. Ruska agresija 2022. godine

Početak ratnog razdoblja u Ukrajini započinje 24.2.2022. nakon što je Putin objavio izvođenje specijalne vojne operaciji u Ukrajini. Nakon objave početka operacije počela su granatiranja diljem Ukrajine posebice na istoku zemlje te također i u glavnom gradu Kijevu. Nakon početka granatiranja ukrajinski predsjednik Volodimir Zelenskij objavio je izvanredno stanje u zemlju. Dva sata nakon početka operaciju ruske vojne jedinice ušle su u Ukrajinu te je ukrajinski predsjednik prekinuo sve diplomatske odnose s Rusijom i objavio opću mobilizaciju stanovništva. Nakon napada na Ukrajinu stižu osude ruskog napada sa svih strane počevši od zemlja Europske unije, NATO-a te SAD-a. I prije same invazije članice zemlje NATO-a pomagale su Ukrajini materijalno te oružjem iako sam NATO službeno nije pomogao Ukrajinu. Osim što su nakon napada na Ukrajinu navedene zemlje osudile Rusije, odlučile su i poreknuti sve moguće pakete sankcija kako bi se Rusija što više financijski te gospodarski oslabjela. Čak se i Švicarska uključila u izricanje sankcija Rusiji, zemlja koja je godinama bila neutralna po pitanju svih ratova. Europska unija te NATO do sada nisu vojno reagirali te su dali odgovor da neće vojno intervenirati kako se sukob ne bi još dodatno proširio iako zemlje članice pomažu Ukrajini ne direktno putem organizacije već svaka za sebe. Rusiji se u podršci pridružila i Bjelorusija na čelu s predsjednikom Aleksandrom Lukašenkom. Nakon tri tjedna od objave rata gotovo četvrtina stanovništva napustila je svoje domove te je otprilike 6,5 milijuna ljudi naseljeno unutar Ukrajine gdje se ne vode ratne operacije dok je oko 3,5 milijuna ljudi naseljeno van države. Ukrajina već dva mjeseca odlijeva napadima ruskih vojnih jedinica uz uspjehe i neuspjehe koje nižu na bojnom polju (https://hr.wikipedia.org/wiki/Invazija_Rusije_na_Ukrajinu_2022., 24.4.2022., 21:40).

7. Portali

7.1. Index.hr

Indeks.hr je internetski portal, to jest hrvatske internetske novine, koji je pokrenut prije gotovo 19 godina 10.12.2002. godine u Zagrebu. Portal je pokrenuo i osmislio Matija Babić. Na portalu se mogu naći svi mogući novinarski oblici koji postoje od komentara pa sve do kolumna. Indeks.hr je portal koji je osmišljen kako bi se bavio vijestima iz regije, no danas je prerastao u portal koji prenosi vijesti iz cijelog svijeta. Po mjerenjima Indeks.hr je jedan od najčitanijih portala u Hrvatskoj. Portal se proslavio razotkrivanjem skandala koji su zadesili Marka Perkovića 2003. godine te godinu dana kasnije skandala Severine Vučković (<https://en.wikipedia.org/wiki/Index.hr>, 24.4.2022., 22:26)

Portal danas slovi kao lijevo orijentirani portal što se može iščitati iz samih vijesti.. Sam portal pokriva mnoge aspekte ljudskog života te čitatelju donosi razne vijesti poput: političkih vijesti, gospodarskih vijesti, ekonomskih vijesti, vijesti iz regije i svijeta, sportske vijesti, vijesti iz svijeta zvijezda, ali donose i razne tračeve te političke komentare. Na stranici se mogu naći i recepti kao i naravno razni oglasi (<https://en.wikipedia.org/wiki/Index.hr>, 20.6.2022. 15:33).

Danas se na čelu portala nalazi glavna urednica Andreja Hudika te brojni zaposleni koji rade na portalu. Sjedište portala i danas se nalazi u Zagrebu (<https://www.index.hr/impresum>, 24.4.2022., 22:28).

Web adresa na kojoj se može naći portal Index.hr jest <https://www.index.hr/>. Svakog dana objavljuje se veliki broj vijesti na stranici Index.hr što je i dovelo do velike zasićenosti informacijama u kojima se lako izgubiti. Iz tog se razlog Index.hr ne smatra jednim od medija kojem se bezuvjetno vjeruje već se preispituju vijesti koje se mogu pronaći na stranici.

Portal Index.hr također ima i svoju web stranicu na kojoj donosi skandale koji su otkrili njihovi novinari, a utjecali su na hrvatsku javnost. Stranica na kojoj se mogu pronaći takve vijesti istrage može se pronaći na web adresa na navedenom linku: <https://www.istrage.hr/>. Na toj se web adresi objavljuju članci i istrage koje vodi novinar Ilko Ćimić koji je ujedno najpoznatiji i najnagrađivaniji novinar na području Republike Hrvatske. Novinar je 2012. godine primio nagradu za istraživačkog novinara godine kad je razotkrio aferu tadašnjeg ministra financija Slavka Linića. Osim njega na portalu su članci i drugih novinara: Vladimir Matijanić, Andrea Topić Martina Pauček Šljivak, Nenad Jarić Dauenhauer i drugi.

Osim što se Index.hr bavi vijestima također na njihovim se stranicama mogu pronaći i različiti drugi sadržaji koji nisu vezani uz same vijesti. U tu kategoriju spada i rubrika recepti koja se može pronaći njihovoj glavnoj navigacijskoj traci. Kao što i sam naziv govori u rubrici se mogu pronaći

recepte za jela koja mogu napisati i sami čitatelji. Jela su raspoređena u više kategorija: jednostavno, složena, vege, vegetarijanska, salate, deserti i tako dalje. Na svakom receptu može se pronaći koliko je jelo komplicirano za napraviti te koliko vremena treba odvojiti da se određeno jelo pripremi. Recepti se mogu pretraživati po različitim filterima kao što su: cijena, zahtjevnost i vrijeme pripreme, po sastojcima i mnogim drugim mogućnostima. Čitatelji uz sve to mogu ostaviti i svoj komentar na jelo koje su pripremili te ocijeniti recept. Osim recepata na portalu se ispod rubrike ostalo mogu se pronaći stvari kojim se još bavi Index.hr. Jedna od tih stvari jest Lajk.hr. Tu platformu koristi portal Index.hr za dijeljenje humorističnih, ironičnih i satiričnih sadržaja koji čitatelji mogu podijeliti s drugima. Lajk.hr mogao bi se usporediti s društvenim mrežama koje mnogi koriste. Svaki čitatelji može napraviti račun i s drugima podijeliti sadržaj koji isključivo služi u zabavne svrhe. Na Lajk.hr sadržaj se također može pretraživati po filterima poput: životinj, djeca, smijeh i slično. Čitatelji se također mogu uključiti u komentiranje svih vijesti, a ti su komentari vidljivi pod rubrikom forum. Na forumu se čitatelji mogu prijaviti sa svojim računom te komentirati razne vijesti s drugima. Vijesti su raspoređene u različite kategorije, to jest u rubrike koje se mogu pronaći na Indeks.hr: vijesti, magazin, mame, zdravlje i slično, kako bi čitatelji našli vijest koje žele prokomentirati s drugima. Pod rubrikom ostalo nalazi se i tečaj. Tečaj prenosi podatke o tečaju određenog dana, a te tečajeve prenose iz podataka Hrvatske narodne banke. Na stranici se nalazi i kalkulator tečaja za lakše izračunavanje. Dostupan je i TV program koji prenosi dnevni raspored televizijskih emisija i filmova, zatim rubrika kino koja donosi mogućnost pretraživanja filmova po kinima Cinestar u cijeloj Hrvatskoj te rubrika vrijeme koja donosi vremensku prognozu, stanje na cestama vidljivo kamerama koje se nalaze na cestama, satelitske snimke vremena te temperaturu mora. Na glavnoj traci izbornika mogu se pronaći i Index oglasi. Indeks.hr koristi tu stranicu za objavljivanje različitih oglasa prodaje automobila, najma ili prodaje nekretnina, oglasa za posao, prodaje poljoprivrednih strojeva, stvari za djecu, ukratko mogu se pronaći sve vrste oglasa koji se mogu pretraživati po raznim filterima.

7.2. Hina.hr

Hina jest kratica za novinsku agenciju koja djeluje pod imenom Hrvatska izvještajna novinska agencija. Agencija jest utemeljena zakonom o Hini 26.7.1990. godine u Hrvatskom saboru. Hina je emitirala svoju prvu vijest 17.8.1990. godine. Kasnije je agencija preustrojena u javnu ustanovu Republike Hrvatske. Najvažnija djelatnost Hine jest prikupljanje te širenje objektivnih novinskih informacija i činjenica o događajima unutar i van Republike Hrvatske za potrebe medija, ali i drugih dionika socijalnog, društvenog, gospodarskog te političkog života. Svi korisnici ovog portala moraju imati jednak pristup informacijama u općim servisima ovog portala. Osim gotovo

svih hrvatskih medija koji su korisnici Hine, postoje i vanjske kuće s kojima agencija surađuje, a neke od njih su: ANSA, AFP, Reuters i mnoge druge, gospodarstvenici, banke, veleposlanstva i mnogi drugi. Na Hini se dnevno može pronaći oko 360 različitih vijesti na hrvatskom i engleskom jeziku. Među svjetskim agencijama Hina se svrstava u agencije srednje veličine. Portal ima vlastiti fotoservis, ali i bazu podataka takozvanu EVU na kojoj se nalazi preko milijun podataka. Trenutno agencija broji 156 zaposlenika, od kojih se njih 124 nalazi u uredništvu. U suradnji s agencijom djeluje još 60 vanjskih suradnika koji povremeno pišu za portal. Na čelu agencije nalazi se ravnateljica Branka Gabriela Valentić koja tu funkciju obnaša od prosinca 2012. godine, dok funkciju glavnog urednika od ožujka 2013. godina obnaša Serđo Obratov. Osim ravnateljice i urednika Hinom upravlja upravno vijeće koje čine: Majda Tafra-Vlahović - predsjednica, Božidar Đerek – potpredsjednik, Suzana Grubešić – član, Slavko Kozina – član, Andrej Matijašević – član. Upravno vijeće bira Hrvatski sabor, bira se kao i ravnatelj na 4 godine. Članovi upravnog vijeća zajedno s ravnateljem vode brigu o pravilnom i zakonskom funkcioniranju Hine.

Rubrike koje se mogu pronaći na stranici Hine jesu: Hrvatska, svijet, gospodarstvo, EU, kultura, sport, znanost, mozaik te kronika. Sama imena rubrika govore o tome kakve se vijesti mogu pronaći unutar određenih rubrika. To su ujedno i najbitnije rubrike unutar kojih se prenose najbitnije, točne i provjerene informacije iz Hrvatske iz svijeta.

Hina se koristi i mnogim servisima kako bi upotpunila svoje vijesti. Dostupni servisi na Hini jesu: foto, video, audio, OTS, javni servis, najave te baza EVA. Portal Hina.hr moguće je pronaći i na Youtube kanalu na linku: <https://www.youtube.com/channel/UCIK6gVLWoRPRWBBeIJrCmRA>, nazvanim Hina multimedija. Na kanalu se mogu pronaći videozapisi koju ispod sebe imaju napisanu kratku vijest koja govori o tome gdje je videozapis snimljen te što on predstavlja.

Osim glavnog portala Hina.hr, agencija također vodi portale Hina zdravlje, Hina EU te Hina okoliš. Portal Hina zdravlje može se pronaći na linku <https://zdravlje.hina.hr/>. Hina vijesti o zdravlju u Hrvatskoj i svijetu prenosi putem ove web stranice. Rubrike koje se pišu na stranici jesu prehrana, mentalno zdravlje, ljepota, farmacija, zdravstveni turizam, znanost te aktualno o zdravlju. Web stranica je 2020. godine počela je prenositi najbitnije informacije o pandemiji korona virusa koja je utjecala na cijeli svijet. Na stranici se mogu pronaći savjeti o prehrani, novostima u zdravstvenim istraživanjima, farmaceutskim istraživanjima, nabavci nove opreme u hrvatskim bolnicama i tome slično.

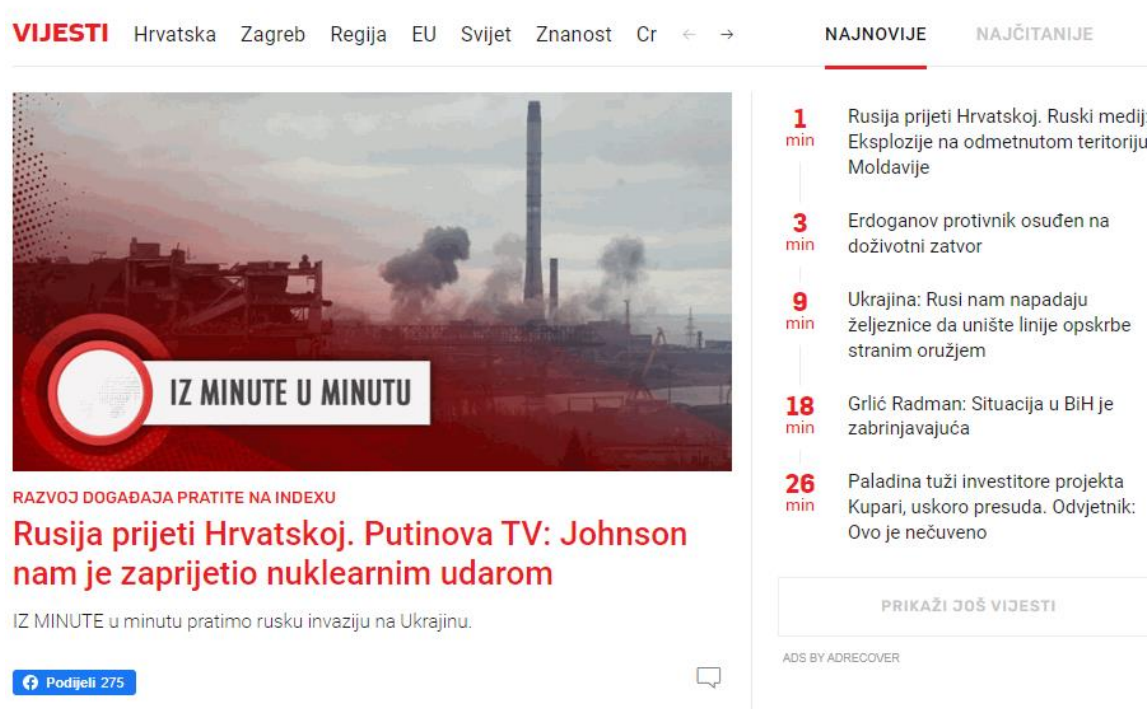
Web stranica Hina#EU dostupna je na linku: <https://eu.hina.hr/>. Na ovom se web mjestu objavljuju vijesti i informacije vezane uz EU. Vijesti oko odluka donesenih za članice EU, sankcija koje se donose za Rusiju od strane EU, rješavanje globalnog problema oko očuvanja okoliša na razini EU, ulaska novih država članica u eurozonu i slično.

Web stranica Hina#okoliš može se pronaći na linku: <https://okolis.hina.hr/>. Ova web stranica donosi vijesti iz svijeta očuvanja prirode i zaštite okoliša kako bi se naglasila važnost očuvanja okoliša, ali također i istaknulo problemi zagađenja. Teme koje se mogu pronaći na stranici jesu teme poput: električnih automobila, problema oko nestašice pline, zagađenja mora, elektrana svih vrsta, zaštiti mora i životinjskog svijeta te tome slične teme. (https://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatska_izvje%C5%A1tajna_novinska_agencija, 6.6.2022., 18:40).

8. Analiza sadržaja

8.1. Analiza sadržaja na Index.hr

Portal Index.hr se kao i mnogi drugi portali uključio u praćenje vijesti koji se tiču ruske agresije na Ukrajinu. Index.hr je isti dan pokrenuo i posebnu rubriku za lakše praćenje vijesti koje se nalaze na portalu a vezane su uz rusku agresiju. Vijesti se mogu pratiti iz minute u minutu te su kroz dan nabrojani najvažniji događaji i odluke koje se tiču određenog dana.



The screenshot shows the top navigation bar of the Index.hr website with categories: VIJESTI, Hrvatska, Zagreb, Regija, EU, Svijet, Znanost, Cr. Below the navigation is a large red banner with a globe icon and the text 'IZ MINUTE U MINUTU'. The main headline reads: 'Rusija prijeti Hrvatskoj. Putinova TV: Johnson nam je zaprijetio nuklearnim udarom'. Below the headline is a sub-headline: 'RAZVOJ DOGAĐAJA PRATITE NA INDEXU' and a short paragraph: 'IZ MINUTE u minutu pratimo rusku invaziju na Ukrajinu.' There is a 'Podijeli 275' button. To the right is a list of news items with their respective reading times: 1 min (Russia threatens Croatia), 3 min (Erdogan's opponent sentenced), 9 min (Ukraine: Russia attacks railways), 18 min (Grič Radman: Situation in BiH), and 26 min (Paladina sues investors). A 'PRIKAŽI JOŠ VIJESTI' button is at the bottom right of the list.

Slika 8.1.1. Izgled portala Index.hr, <https://www.index.hr/>, 25.4.2022., 19:25

Kao što je vidljivo na slici 8.1. vijesti koje se tiču ruske agresije na Ukrajinu vidljive su na samoj naslovnici se te mogu pratiti iz minute u minutu kao što je navedeno u samom naslovu. Fotografije koje prate te vijesti ne stvaraju nimalo ugodan osjećaj pri čitanju i otvaranju portala. Rubrika iz minute u minutu koja se spominje u kontekstu s ratom stvara dodatani pritisak i nervozu koje se stvorila oko ratnog stanja.

Ključni podaci:

- Glasnogovornica ruskog ministarstva vanjskih poslova Marija Zaharova tvrdi da je Hrvatska odbila organizirati "humanitarni let" za protjerane ruske diplomate. Kaže da to "neće proći bez odgovora".
- Ukrajina tvrdi da ruske snage usprkos Putinovoj zapovijedi bjesomučno napadaju čeličanu Azovstal u Mariupolju
- Putin je optužio Zapad za pokušaj ubojstva ruskog novinara
- Ukrajina kaže da su Rusi bombardirali pet željezničkih postaja i da ima žrtava
- Moskva kaže da će otvoriti humanitarni koridor iz čeličane u Mariupolju. Evakuacija je trebala početi u 13 sati
- U Rusiji gori veliko skladište nafte, radi se o važnom čvorištu na putu nafte za Europu
- Američki državni tajnik i ministar obrane u nedjelju su bili u Kijevu
- Savjetnik Zelenskog tvrdi da je održan sastanak Zelenskog i Blinkena u Kijevu
- Financial Times piše da je Putin odustao od pregovora i da želi zauzeti što više teritorija Ukrajine

Slika 8.1.2. Ključni podaci o ratu na portalu Index.hr, <https://www.index.hr/>, 25.4.2022., 19:25

Slika 8.2. prikazuje kako se u rubrici u kojoj se prati rat prikazuju ključni podaci za koje portal smatra da su najbitniji taj dan. S obzirom na količinu vijesti koje portal svakodnevno objavljuje ovi ključni podaci uvelike olakšavaju snalaženje u potrazi za informacijama o ratu. Ne samo da su razvili sustav u kojem ističu najbitnije podatke za pojedini dan već su dodali i poseban gumbić kojim medijska publika može filtrirati samo najvažnije vijesti, to jest događaje koji se tiču nekog dana. Također vijesti medijska publika može čitati od najstarijih prema najnovijima ili obrnuto što je isto omogućeno klikom. Ove dvije funkcije prikazane su i zaokružene crvenim križićem dolje na slici 8.3.

Samo ključni događaji

Prvo najnovije ▾

Prije 16 minuta

TASS: Eksplozije u zgradi ministarstva sigurnosti odmetnutog teritorija Moldavije

Danas je zgradu ministarstva sigurnosti u Tiraspolu u Transnistriji, odmetnutom proruskom teritoriju u sklopu Moldavije, potresla serija eksplozija, objavila je ruska prorežimska agencija TASS.

Zasad nema informacija o žrtvama. Fotografije koje su objavili lokalni mediji prikazuju razbijene prozore i vrata na zgradi.

Podsjetimo, ranije ovog mjeseca zapovjedništvo ukrajinske vojske objavilo je kako vjeruje da se ruske snage gomilaju u Transnistriji, samoproglashenoj proruskoj paradržavi koja se nalazi na teritoriju Moldavije te graniči s Ukrajinom. Upozorili su kako ruske snage pripremaju "provokacije" uz granicu.

I Moldavija i vlasti separatista u Transnistriji zanijekali su tu tvrdnju.

Naime, Transnistria je teritorij Moldavije pod direktnom ili indirektnom kontrolom Rusije. Graniči s Ukrajinom i čini oko 12% moldavskog teritorija. Ne priznaje ju ni Moldavija ni međunarodna zajednica.

Slika 8.1.3. Ključni događaji te kronološki poredak vijesti na Index.hr, <https://www.index.hr/>,

25.4.2022., 19:48

Na portalu je moguće klikom na miš pronaći i vijesti koje su trenutno najnovije, načitanije ali i vijesti koje su vezane uz rusko-ukrajinski rat. Na slici 8.4. prikazane su i zaokružene navedene značajke.



Slika 8.1.4. Najnovije, načitanije te vezane vijesti na Index.hr, <https://www.index.hr/>, 25.4.2022., 20:07

Uz sve navedene značajke također je moguće pronaći i kartu sukoba između Rusije i Ukrajine te komentare medijske publike na navedenu temu. Značajke su prikazane na slici 8.5.



Slika 8.1.5. Vijesti uživo, karta sukoba te komentari čitatelja na Index.hr, <https://www.index.hr/>, 25.4.2022., 20:45

Sve vijesti vezane uz Ukrajinu mogu se pronaći u tražilici upisom riječi #ukrajina nakon čega se čitatelju prikažu sve moguće vijesti koje su napisane o ratu od samog početka zatezanja situacije 21.2.2022. godine. Broj vijesti koji se skupio do 25.4.2022. godine iznosi preko 6000, što je vrlo veliki broj. U dva mjeseca ratnog stanja portal Index.hr prikupio je nevjerovatan broj vijesti.

Rusija napala Ukrajinu

Hina, Index Vijesti
24.2.2022.



Foto, video: Twitter

>> RAZVOJ DOGAĐAJA PRATITE NA INDEXU

RUSIJA je nešto iza 4 ujutro po hrvatskom vremenu napala Ukrajinu. Napad je Putin objavio u izravnom TV obraćanju u kojem je rekao kako Rusija "pokreće specijalnu vojnu operaciju" u Ukrajini.

Nedugo nakon toga diljem Ukrajine počele su odjekivati eksplozije.

Eksplozije u Kijevu i najmanje još šest ukrajinskih gradova

CNN je, pozivajući se na novinare i svjedoke, objavio popis mjesta u u Ukrajini kojima su se u četvrtak rano čule eksplozije, a britanska

Slika 8.1.6., prva vijest o početku invazije 24.2.2022. na portalu Index.hr, <https://www.index.hr/trazi.aspx?upit=%23ukrajina&orderby=latest&page=398&take=15>, 25.4.2022.,

21:21

Vremenski period promatranja vijesti na portalu Index.hr jest period između 1.3.2022. do 31.3.2022. U tom se periodu skupilo negdje oko 3345 članaka što je više od polovice ukupno napisanih vijesti. Iz tog podatka proizlazi da se prosječno u ožujku po danu na portalu Index.hr objavljivalo preko stotinjak vijesti vezanih samo uz rusku invaziju na Ukrajinu. Slika 8.7. prikazuje broj stranica koje prikaže tražilica ukoliko se u nju upiše #ukrajina, no sve vijesti nisu vezane uz Ukrajinu već do stranice 408 kad ruska vojska ulazi u regiju Donbas 21.2.2022. godine. Pretraživanje je napravljeno 25.4.2022. godine što je bitan podatak jer se broj stranica svakodnevno povećava te se vijesti sukladno tome pomiču.

INDEXHR
PREDSJEDNICA Europske komisije Ursula von der Leyen otkrila je neke pojedinosti o sankcijama s kojima bi se Moskva suočila ako napadne Ukrajinu rekavši da će Rusija u tom slučaju biti odsječena od međunarodnih financijskih tržišta.
21.2.2022.

VIJESTI
Američki obavještajci: Ruskim zapovjednicima su izdane naredbe za napad
AMERIČKO veleposlanstvo u Rusiji upozorilo je svoje građane da se pripreme na evakuaciju. Tvrdi da su mogući napadi.
20.2.2022.

VIJESTI
Stotine na prosvjedu u Varšavi, vikali "Ne dirajte Ukrajinu" i "Putina na sud"
STOTINE ljudi sudjelovale su danas u Varšavi na skupu za mir u Ukrajini, prosvjedujući protiv "moguće nove ruske agresije", javlja agencija France Presse.
20.2.2022.

VIJESTI
Bivši šef Opće skupštine UN-a o Ukrajini: Zapadni Balkan ne može biti spokojan
DOK zapadne zemlje nastavljaju upozoravati da je ruska invazija pitanje trenutka, stigla je vijest kako su ruski i francuski predsjednik, Vladimir Putin i Emmanuel Macron, telefonski dogovorili poduzimanje hitnih mjera radi smanjivanja napetosti.
20.2.2022.


VIJESTI
OESS sazvaio izvanredan sastanak o Ukrajini
OESS će sutra održati izvanredan sastanak svojih stalnih predstavnika ne bi li pronašao rješenje za ukrajinsku krizu, priopćilo je u nedjelju poljsko predsjedateljstvo Organizacije za europsku sigurnost i suradnju.
20.2.2022.

< 1 ... 405 406 407 408 409 410 411 ... 895 >

INDEXHR

Slika 8.1.7., Prikaz broj vijesti na portalu Index.hr vezanih uz Ukrajinu, <https://www.index.hr/trazi.aspx?upit=%23ukrajina&orderby=latest&page=408&take=15>, 25.4.2022.,

Osim vijesti koje su vezane uz politiku, gospodarstvo, industriju, ekonomiju na portalu Index.hr moguće je pronaći i vijesti koje su vezane uz sport u Ukrajini, ali i Rusiji točnije što se sve dogodilo sa sportom nakon početka rata.



The screenshot shows the Index.hr website interface. At the top left is the 'INDEXHR' logo. Below it, there are four news items, each with a 'SPORT' label and a small image. The first item is dated 27.4.2022. and is about the Ukrainian football league. The second is dated 25.4.2022. and is about Hajduk and Šahtar playing a humanitarian match. The third is dated 25.4.2022. and is about Đoković's stance on Russian athletes. The fourth is also dated 25.4.2022. and is about Đoković's comments on Wimbledon.

INDEXHR

27.4.2022.

SPORT

Nitko neće biti prvak Ukrajine ove godine, a evo tko će ići u Ligu prvaka

UKRAJINSKA prva nogometna liga neće biti nastavljena i nitko neće biti proglašen prvakom jer je u zemlji na snazi izvanredno stanje zbog ruske invazije.

27.4.2022.

SPORT

Hajduk i Šahtar u nedjelju će igrati humanitarnu utakmicu na Poljudu

HNK HAJDUK je prethodno već ustupio svoje terene za treniranje trenerima, osoblju i preko 80 ukrajinske djece.

25.4.2022.

SPORT

Đoković branio ruske sportaše, Kasparov mu žestoko odgovorio

ĐOKOVIĆ se zalagao da se Rusima ne zabrani nastup na Wimbledonu.

25.4.2022.

SPORT

Đoković o protjerivanju Rusa s Wimbledonu: Igra se po rankinuu. ne po nacionalnosti

Slika 8.1.8., Prikaz sportskih vijesti vezanih uz rat,

<https://www.index.hr/trazi.aspx?take=15&page=1&orderby=latest&upit=%23ukrajina+%23sport>,

27.4.2022., 16:49

Veliki broj vijesti koji je spomenut na početku analize prouzrokovao je velikim brojem informacija koje se jednostavno ne mogu provjeriti. No sam portal provjeravao je vijesti i informacije koje su kružile internetom te postavio obavijest o vijestima, informacijama, multimedijском sadržaju koji je lažan, a može se naći na raznim internetskim stranicama. Teško je za povjerovati da se za neke vijesti koji će biti dolje navedene moraju objašnjavati stvari zbog kojih su one lažne jer su apsolutno apsurdne.

17.03.2022. 09:48

Ne, ukrajinska vojska ne koristi mačke kako bi locirala ruske snajperiste

Društvenim mrežama počela se širiti informacija kako Ukrajinci koriste mačke kako bi locirale ruske snajperiste - nema dokaza koji bi potkrijepili tu tvrdnju.

17.03.2022. 09:45

Zelenskij nije posjetio bolnicu s mrtvom liječnicom

Ukrajinski predsjednik Volodimir Zelenskij posjetio je bolnicu s Tatjanom Ostaščenko, zapovjednicom medicinskih snaga u Ukrajini. Lažna informacija koja se širila je da je u bolnici bio s liječnicom koja je umrla, Inom Derusovom.



Slika 8.1.9., Prikaz lažnih vijesti na portalu Indeks.hr, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/ovo-su-lazi-i-dezinformacije-o-ratu-u-ukrajini/2344115.aspx>, 27.4.2022., 16:57

17.03.2022. 09:27

Ne, CNN nije tvrdio da ruska invazija uzrokuje miokarditis

Radi se o fotomontaži.



17.03.2022. 09:17

Izjava koja se pripisuje princu Williamu je lažna

"Naviknuli smo se gledati rat u Africi i Aziji, ne Europi" - ova izjava se pripisuje princu

Slika 8.1.10., Prikaz lažnih vijesti na portalu Index.hr, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/ovo-su-lazi-i-dezinformacije-o-ratu-u-ukrajini/2344115.aspx>, 27.4.2022., 16:59

Snimka ne prikazuje truplo koje puši cigaretu, radi se o spotu ruskog repera

Društvenim mrežama širi se video trupla koje "puši cigaretu" - radi se o isječku iz spota ruskog repera Huskyja.



17.03.2022. 09:10

Ovo je lažni video u kojem Zelenskij objavljuje predaju Ukrajine

Slika 8.1.11., Prikaz lažnih vijesti na portalu Index.hr, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/ovo-su-lazi-i-dezinformacije-o-ratu-u-ukrajini/2344115.aspx>, 27.4.2022., 17:00

Snimka ne prikazuje "truplo koje se miče"

Na društvenim mrežama se pojavila snimka za koju se tvrdi da prikazuje lažirani izvještaj o ruskim smrtnim slučajevima u Ukrajini. Snimka ne prikazuje "truplo koje se miče" i nastala je na prosvjedu protiv klimatskih promjena u Austriji.



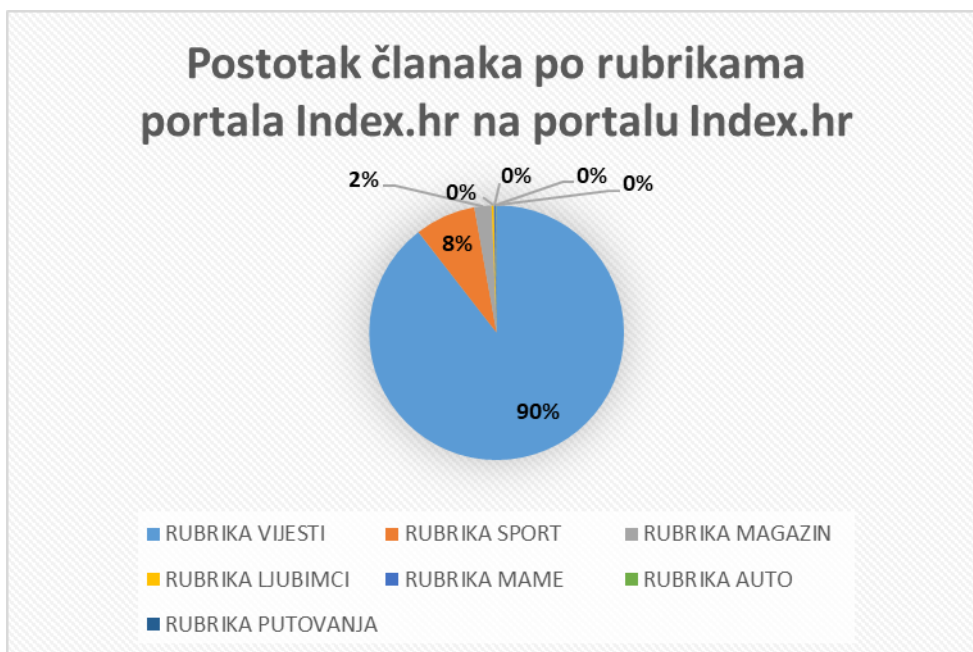
02.03.2022. 00:00

Fotografija Zelenskog s dresom na kojem je svastika je lažna

Fotografija na kojoj ukrajinski predsjednik pozira s dresom na kojem se nalaze njegovo ime i svastika je montaža.



Slika 8.1.12., Prikaz lažnih vijesti na portalu Index.hr, <https://www.index.hr/vijesti/clanak/ovo-su-lazi-i-dezinformacije-o-ratu-u-ukrajini/2344115.aspx>, 27.4.2022., 17:04



Grafikon 8.1.1. Postotak članaka po rubrikama portala Index.hr na portalu Index.hr

Promatrani jest veliki broj vijesti na portalu Index.hr s obzirom na to da je u promatranom razdoblju napisan veliki broj vijesti. Promatrane vijesti raspoređene su po rubrikama koje se mogu naći na portalu Index.hr, a to su: vijesti, sport, magazin, ljubimci, mame, auto, putovanja.

Tablica 8.1.1. Članci Index.hr po rubrikama portala Index.hr

Članci Index.hr po rubrikama portala Index.hr		
	Broj vijesti	Postotci
RUBRIKA VIJESTI	2993	89,48%
RUBRIKA SPORT	258	7,71%
RUBRIKA MAGAZIN	73	2,18%
RUBRIKA LJUBIMCI	10	0,30%
RUBRIKA MAME	8	0,24%
RUBRIKA AUTO	2	0,06%
RUBRIKA PUTOVANJA	1	0,03%

Kao što je vidljivo na grafikonu 8.1.1. te tablici 8.1.1. veliki broj članaka spada u rubriku vijesti. Čak 2993 vijesti od ukupnog broja od 3345 vijesti što čini postotak od 89,48%. Taj podatak ne treba čuditi s obzirom da se ipak radi o velikom svjetskom problemu koji utječe na mnoge aspekte ljudskog života. Nadalje rubrika koja je druga po zastupljenosti jest sport. U toj se kategoriji nalazi 258 vijesti to je 7,71% što jest značajno manji postotak od rubrike vijesti. Veliki broj vijesti govori o isključivanju Rusije iz svjetskih sportskih događaja zbog rata, no govori i o ruskim sportašima koji ne podržavaju rat te sličnim stvarima. Nakon rubrike sport na trećem se mjestu nalazi rubrika

magazin koja broji 73 vijesti. To su većinom vijesti o svjetskim poznatim osobama koje su osudile ruski napad, posjetile izbjegličke kampove diljem svijeta ili su posjetile Ukrajinu te poslale snažnu podršku. Rubrike ljubimci, mame, auto i putovanja u ovom su slučaju zanemarivo mali postoci koji iznose ispod 0%. To nisu tipične rubrike koje se tiču događaja vezano uz rat već rubrike koje govore o tome gdje su završili ljubimci iz ratom pogođenih područja, kako da roditelji smire djecu ukoliko se pribojavaju rata i slično.

8.2. Analiza sadržaja na portalu Hina.hr

Hina.hr se kao i svi portalu u našoj okolini uključila u praćenje vijesti koje su pogodile cijeli svijet, a tiču se ruske agresije na Ukrajinu. Hina.hr kao hrvatska novinska agencija ima za zadatak donijeti najtočnije, objektivne, te bitne informacije koje portali mogu preuzeti te preko svojih platforma plasirati u javnost. Naslovna stranica Hina.hr portala jest vrlo pregledna, nema posebno odvojeni dio koji se tiče ruske agresije na Ukrajinu, ali pomoću tražilice te #ukrajina mogu se naći sve vezane vijesti uz Ukrajinu. Vidljive su različite rubrike od svijeta, Hrvatske, gospodarstva itd. S desne strane vidljive su vijesti koje su kronološki poredane te se na vrhu uvijek pojavljuju najnovije vijesti.

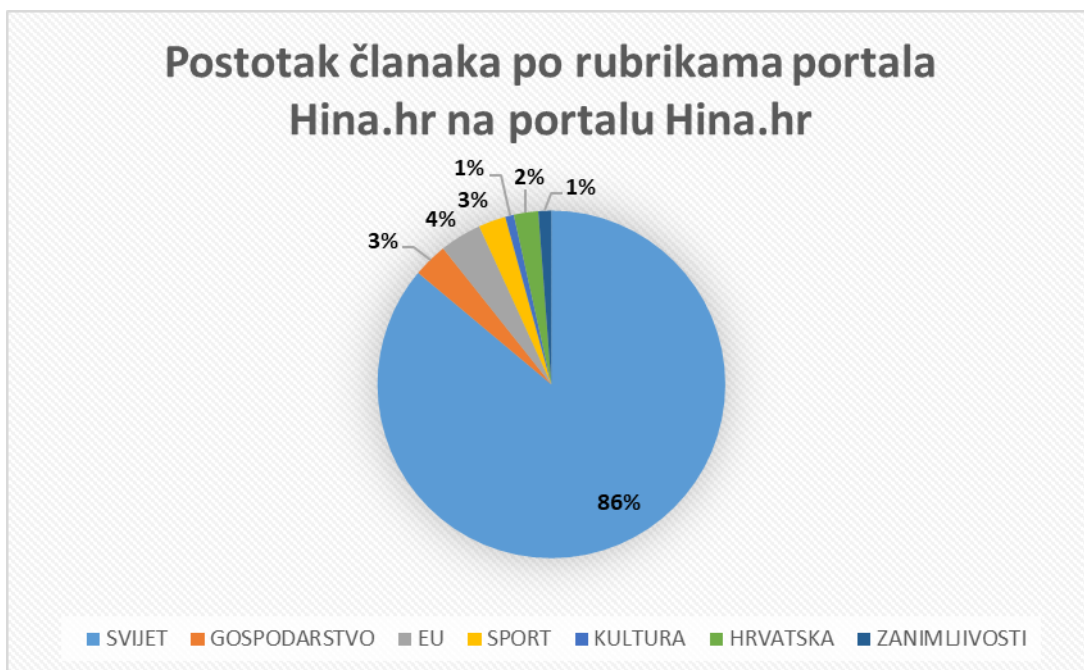
The screenshot shows the Hina.hr website interface. At the top is a navigation bar with categories like 'Hrvatska', 'Svijet', 'Gospodarstvo', etc., and a search bar. Below the navigation bar is a main news article with a video player and a headline: 'Vlada dodatno smanjila trošarine i ograničila maržu na gorivo - duža'. To the right of the main article is a list of recent news items with timestamps. At the bottom of the page are several promotional banners, including one for 'zdravlje.hina.hr', one for 'Hina#Okoliš', and one for 'WORLD FESTIVAL OF ANIMATED FILM / 50 YEARS ANIMAFEST ZAGREB 06-11/06/2022'.

Prilikom pretrage pomoću #ukrajina moguće je pronaći sve vijesti koje su vezane uz rusku agresiju na Ukrajinu. S obzirom na omogućen pristup cjelokupnim stranicama portala Hina.hr vidljiv je veći broj vijesti, no što se to može vidjeti na općim servisima portala. Razdoblje promatranja odnosi se na mjesec dana s obzirom da se vijesti starije od mjesec dana ne mogu vidjeti. Promatrani period jest 6.5.2022. - 5.6.2022. godine. U tom je periodu objavljeno 508 vijesti koje su vezane uz rusku agresiju na Ukrajinu. Te je objavljeno 240 vijesti koje su popraćene multimedijским sadržajem. Što čini ukupan zbroj od 748 vijesti u periodu od mjesec dana.

The screenshot shows the Hina.hr website interface. At the top, there is a navigation bar with categories like 'Hrvatska', 'Svijet', 'Gospodarstvo', etc., and a search bar containing '#ukrajina'. Below the navigation bar, there is a 'Rezultat pretrage' (Search Results) section. The results are organized into two main columns: 'Vijesti' (News) and 'Multimedia'. The 'Vijesti' column lists several news items with their titles, dates, and brief descriptions. The 'Multimedia' column shows images and videos related to the news items, with captions and dates. The news items include topics like 'Vučić Srbija nastavlja europski put', 'Plenković: Ponovno stvoriti povjerenje između Hrvata i Bošnjaka', 'Biden bi trebao odobriti paket oružja za Ukrajinu', and 'Zelenskij će razgovarati s vodama G7 u nedjelju'. The multimedia section features images of military equipment, soldiers, and agricultural machinery in Ukraine, with captions in Croatian.

Slika 8.2.2., Prikaz vijesti vezanih uz Ukrajinu na portalu Hina.hr, <https://www.hina.hr/pretraga/#ukrajina>, 6.6.2022., 19:04

U prosjeku govorimo o 24 vijesti dnevno koje su se mogle naći na portalu Hina.hr, a koje su direktno bile vezane uz rusku agresiju na Ukrajinu. Sve vijesti koje se mogu pronaći na portalu Hina.hr pridržavaju se novinarskih postulata. Vijesti višestruko provjerene s obzirom na to da drugi portali uzimaju informacije i činjenice s portala Hina.hr. Portal se ne bavi poznatim osoba već činjenicama bitnima za ratno stanje u Ukrajini.



Grafikon 8.2.1. Postotak članaka po rubrikama portala Hina.hr na portalu Hina.hr

Promatrani broj vijesti na portalu Hina.hr uvelike je manji od broja koji možemo naći na portalu Index.hr, a on iznosi 748 vijesti. Te su vijesti usko vezane uz rat te na sve ono na što on utječe. Stoga su i promatrane rubrike koje se mogu naći na portalu Hina.hr raspoređene na ovaj način: svijet, gospodarstvo, EU, sport, kultura, Hrvatska te zanimljivosti.

Tablica 8.2.1. Članci Hina.hr po rubrikama portala Hina.hr

Članci Hina.hr po rubrikama portala Hina.hr		
	Broj vijesti	Postoci
SVIJET	644	86,10%
GOSPODARSTVO	24	3,21%
EU	29	3,88%
SPORT	19	2,54%
KULTURA	6	0,80%
HRVATSKA	17	2,27%
ZANIMLJIVOSTI	9	1,20%

Tablica 8.2.1. te grafikon 8.2.1. prikazuju broj te postotak vijesti po rubrikama na portalu Hina.hr. Navedene rubrike mogu se naći na portalu Hina.hr. Kao što je vidljivo Hina.hr ima drugačije rubrike od Index.hr te su te rubrike više okrenute bitnim vijestima za čitatelja. Najveći broj vijesti odnosi se na rubriku svijet te taj postotak iznosi 86,10%, zatim na EU 3,88%, gospodarstvo 3,21%, sport 2,54%, Hrvatska 2,27%, zanimljivosti 1,2% te na samom kraju Kultura 0,8%. Rubrike svijet, gospodarstvo, EU te Hrvatska mogu se svrstati u istu kategoriju vijesti s obzirom da su to vijesti koje su bitne kako za Hrvatsku tako i za cijeli svijet te njihov ukupan zbroj iznosi 95,45%. Navedene rubrike sadrže vrlo bitne vijesti za Hrvatsku i svijet te su usko vezane

uz rat i posljedice koje rat ostavlja. Rubrike su vezane uz Hrvatsku, gospodarstvo u Hrvatskoj i svijetu, o Europskoj uniji i njenim sankcijama i potezima u vezi rata. U rubrici sport nalazi se 19 vijesti koje govore o sportskim nepogodama koje su zadesile Rusije te ruske sportaše, ali i o sportašima koji su osudili napad na Ukrajinu. Rubrika kultura sadrži najmanji broj vijesti te su u većinom vijesti o svjetski poznatim osoba koje na neki način pomažu u radu izbjegličkih centara, bile su u posjeti jednom od njih ili u posjeti Ukrajini.

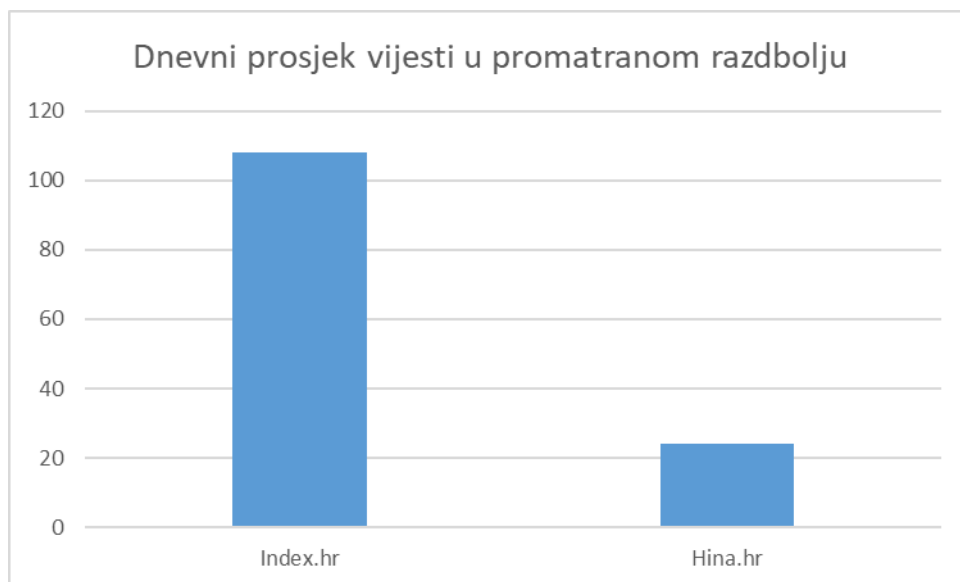
8.3. Usporedba portala

S obzirom na to da se na portalima Index.hr te Hina.hr mogu pronaći različite rubrike u koje se svrstavaju vijesti, za potrebe ove analize promatrane su rubrike podijeljene u rubrike vijesti, sport, magazin i ostalo. Također promatrani kriteriji su i dnevni prosjek vijesti u promatranom razdoblju od 31 dan, ukupan broj vijesti te broj dana bez članka o sukobu između Rusije i Ukrajine. U rubriku vijesti spada rubrika vijesti s portala Index.hr te rubrike svijet, gospodarstvo, EU i Hrvatska s portala Hina.hr. Zatim u rubriku sport ulaze rubrike sport iz oba portala. U rubriku magazin ulazi rubrika magazin s portala Index.hr te rubrika kultura s portala Hina.hr. u zadnju rubriku ostalo ulaze rubrike mame, auto i ljubimci s portala Index.hr te rubrika zanimljivosti s portala Hina.hr. Promatrani kriterije odabrani su radi komparacije među portalima.

Tablica 8.3.1. Promatrani kriteriji na portalima Index.hr i Hina.hr

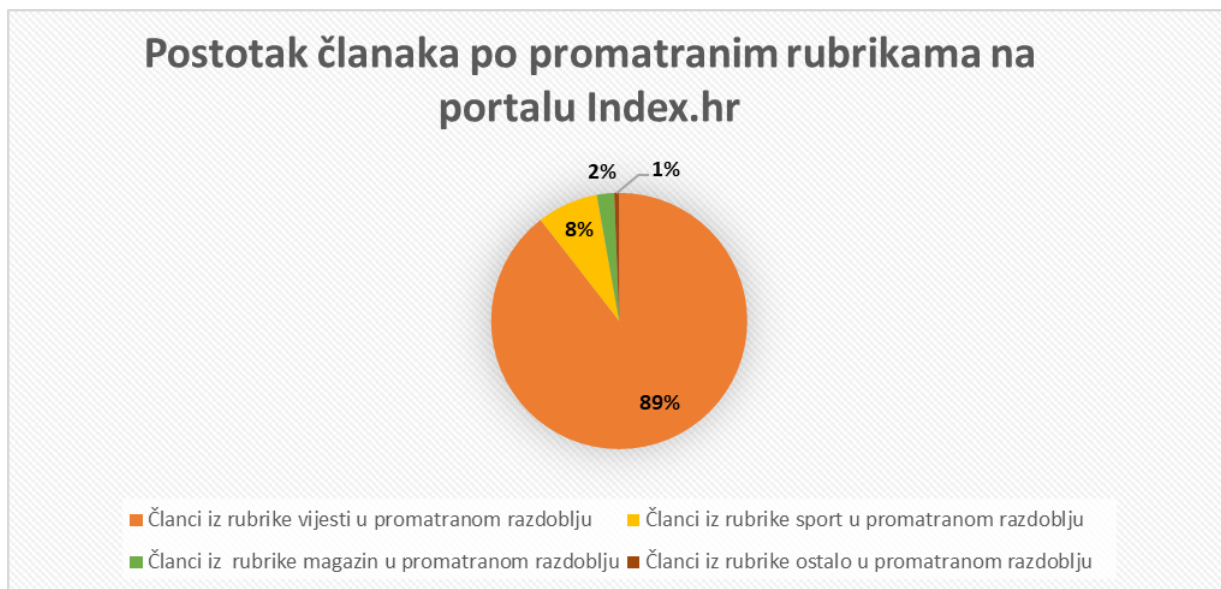
Promatrani kriteriji na portalima Index.hr i Hina.hr		
	Index.hr	Hina.hr
Ukupan broj vijesti na portalu u promatranom razdoblju	3345	748
Dnevni prosjek vijesti u promatranom razdoblju	108	24
Broj članaka iz rubrike vijesti u promatranom razdoblju	2993	714
Broj članaka iz rubrike sport u promatranom razdoblju	258	19
Broj članaka iz magazin u promatranom razdoblju	73	6
Broj članaka iz rubrike ostalo u promatranom razdoblju	21	9
Broj dana bez članka o sukobu između Rusije i Ukrajine	0	0

Prva razlika koja se može uočiti kod ova dva portala jest broj vijesti koji se objavljuju u mjesečnom periodu. Index.hr jest objavio 3345 vijesti, dok je portal Hina.hr objavio 748 vijesti. Druga razlika koja je vezana uz prvu zbog samog broja vijesti jest dnevni prosjek vijesti koje je prikazan na grafikonu 8.3.1.



Grafikon 8.3.1., Dnevni prosjek vijesti u promatranom razdoblju

Promatrano razdoblje na oba portala iznosilo je 31 dan. U tom se periodu na portalu Index.hr dnevno u prosjeku objavljivalo 108 vijesti dok se za isto vremensko razdoblje na portalu Hina.hr dnevno u prosjeku objavile 24 vijesti. Čitatelju je otežano snalaženje na portalu Index.hr s obzirom na veliki broj informacija i vijesti koje su se objavljivale dnevno na portalu. Sve vijesti nisu bile usko vezane uz sam rat, dok su se kod portala Hina.hr mogle naći vijesti vezane uz sam rat i posljedice koje rat ostavlja.



Grafikon 8.3.2. Postotak članaka po promatranim kriterijima na portalu Index.hr

Grafikon 8.3.1. prikazuje postotak vijesti portala Index.hr po promatranim rubrikama koje su odabrane kao kriteriji za usporedbu. U rubrici vijesti nalazi se najveći broj vijesti to jest 89% što čini broj od 2993 vijesti. Nakon rubrike vijesti slijedi rubrika sport s 8% to jest 258 vijesti. Postotak

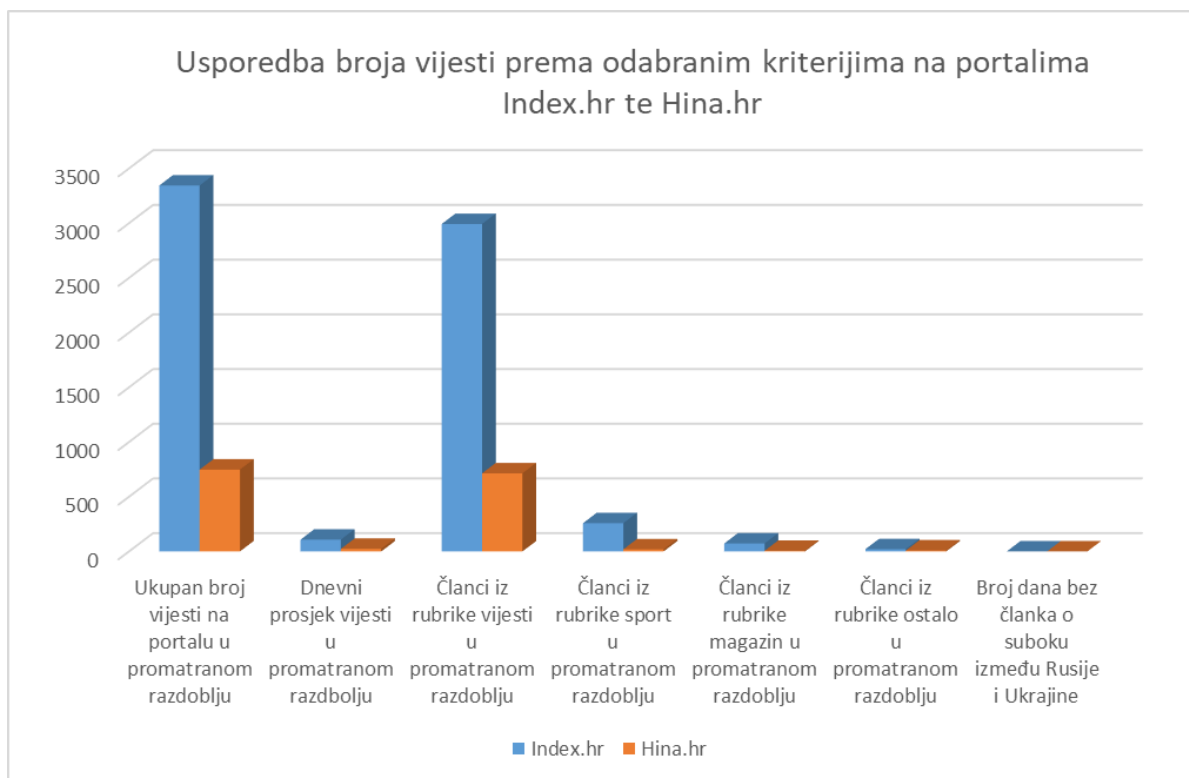
od 2% čine vijesti iz rubrike magazin te 1% vijesti z rubrike ostalo u koju spadaju rubrike ljubimci, mame, auto te putovanja.



Grafikon 8.3.3., Postotak članaka po promatranim kriterijima na portalu Hina.hr

Grafikon 8.3.2.prikazuje postotak vijesti portala Hina.hr po promatranim rubrikama koje su odabrane kao kriterij za usporedbu. U rubrici vijesti nalazi se 95% vijesti to jest njih 714. Tu rubriku čine rubrike: svijet, gospodarstvo, EU, Hrvatska. Na drugom se mjestu nalazi rubrika sport s 3% vijesti to je 19 vijesti. Te na posljednjem se mjestu nalaze rubrike ostalo te rubrika magazin s po 1% svaka.

Najveći broj vijest na oba portala odnosi se na rubriku vijesti, osim što je puno veći broj kod portala Index.hr. Na portalu Hina.hr taj postotak iznosi 95%, dok kod portala Index.hr iznosi 89%. Na drugom se mjestu nalazi rubriku sport s 8% na portalu Index.hr te 3% na portalu Hina.hr. Rubrika magazin na portalu Index.hr zauzima 2% dok na portalu Hina.hr 1% te rubrika ostalo na oba portala zauzima 1% vijesti. Najvećim dijelom portali su se fokusirali na vijesti, no Index.hr je objavio puno veći broj od portala Hina.hr



Grafikon 8.3.4., Usporedba broja vijesti prema odabranim kriterijima na portalima Index.hr te Hina.hr

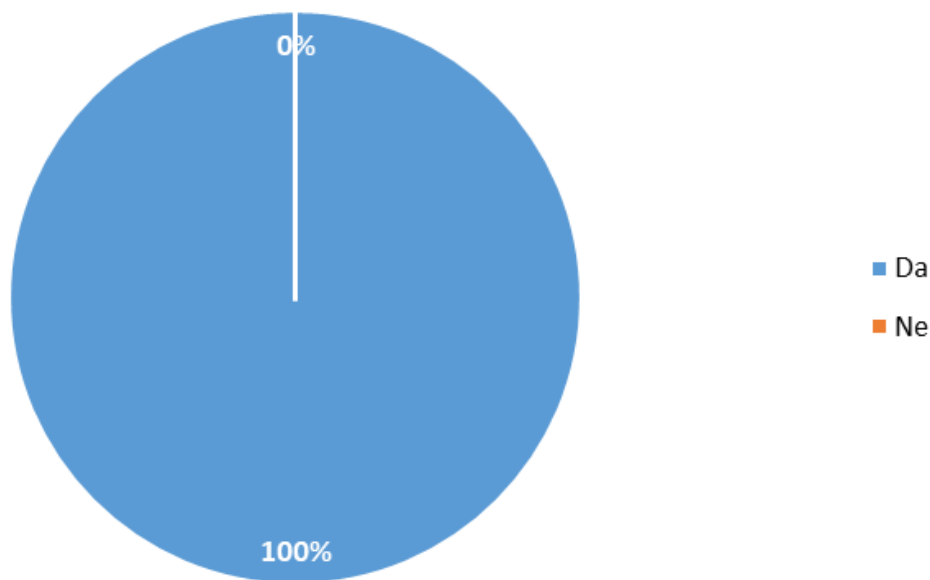
Grafikon 8.3.4. prikazuje brojčanu prednost portala Index.hr nad portalom Hina.hr. U svakom kriteriju portal Index.hr ima veću brojčanu prednost u odnosu na portal Hina.hr, no veliki broj informacija dovodi do dezinformiranja publike što nije prednost u radu portala. Jedini kriterij po kojem se ne razlikuju ova dva portala jest kriterij broj dana bez članka o sukobu između Rusije i Ukrajine, taj broj iznosi 0. Zaključno portal Hina.hr prenosio je manji broj vijesti u odnosu na portal Index.hr, no vijesti su bile usko vezane za rat i posljedice koje rat ostavlja na globalnoj razini, dok se kod portala Index.hr moglo pronaći od savjeta roditeljima do skloništa u kojima su smješteni ljubimci iz Ukrajine.

9. Empirijsko istraživanje - Anketa

Empirijsko istraživanje koje se provodilo se pomoću ankete na google obrascima. Naslov istraživanja glasi kao i naslov samog rada Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu. Anketa se može pronaći na navedenom linku: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfr_75VFfUrUsa6XZLe9e6P3aTiakhkh8wYJBt25Ny6d7WqmA/viewform te je ista bila podijeljena pomoću društvene mreže Facebook. Anketa je obuhvatila 61 ispitanika koji su odgovarali na 25 pitanja. Pitanja su se sastojala od višestrukog odabira, skala te kratkih odgovora. Prvi set pitanja sastojao se od pitanja koja su bila vezana uz demografski te socijalni podaci ispitanika dok se drugi dio pitanja odnosi na ponašanje ispitanika u medijskom prostoru, njihove preferencije te mišljenja o medijima, konkretno o portalu Index.hr. U prvom dijelu pitanja najbitnije jest bilo da ispitanici odgovore da čitaju portal Index.hr te da su studenti, u suprotnom odgovori nisu bili prihvaćeni jer su bili nerelevantni za istraživanje.

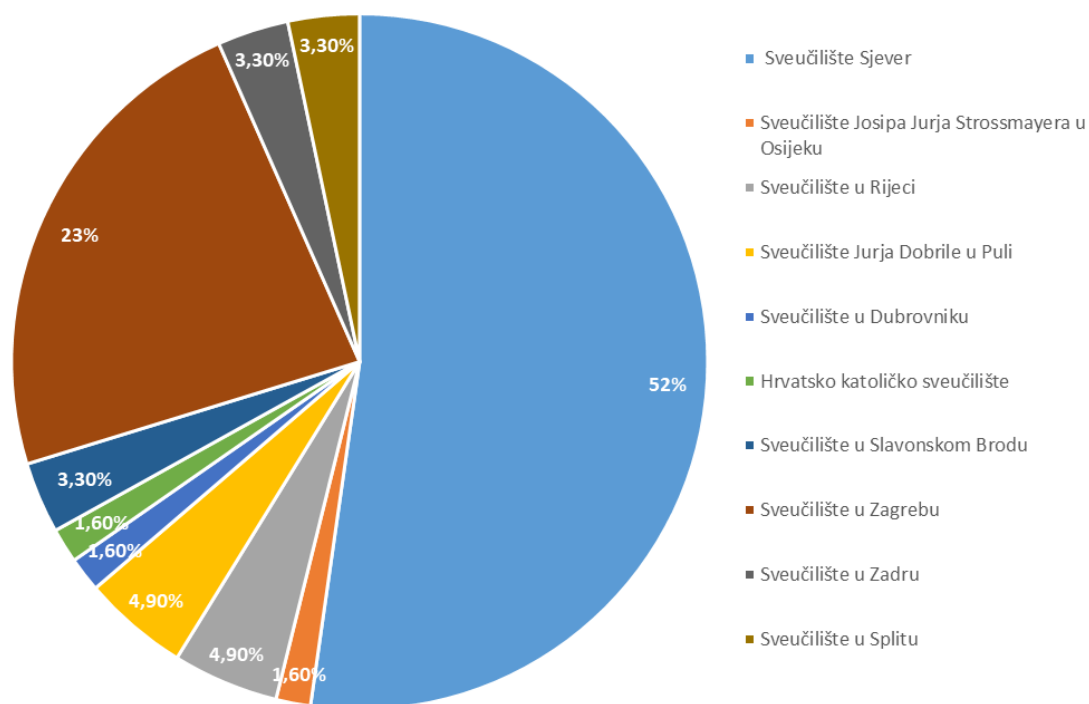
9.1. Analiza ankete

Čitate li portal Index.hr?



Grafikon 9.1.1., Postotak ispitanika koji čitaju portal Index.hr

Student/ica ste kojeg sveučilišta?

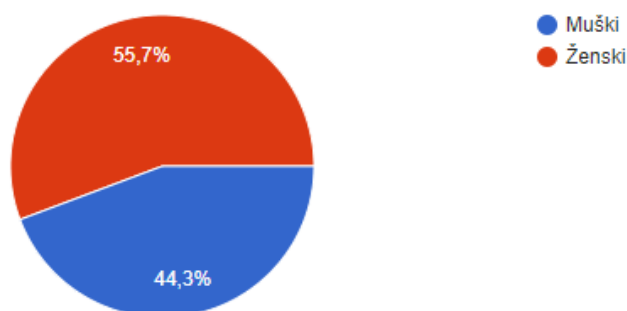


Grafikon 9.1.2., Postotak ispitanika po sveučilištima koje pohađaju

Kao što je na početku analize objašnjeno prva dva pitanja bila su eliminirajuća. Ukoliko ispitanici nisu studenti ili ne čitaju portal Index.hr, njihovi odgovori nisu bili prihvaćeni zbog nerelevantnosti za ovo istraživanje. Stoga i postotak ispitanika koji prate portal te su studenti iznosi 100%. Ispitanici dolaze s raznih sveučilišta. Najveći broj ispitanika dolazi sa Sveučilišta Sjever njih 52% te sa Sveučilišta u Zagrebu 23%. Također ispitivanju su pristupili i studenti s drugih sveučilišta iz Zadra, Pule, Dubrovnika, Rijeke, Slavnskog Broda te Hrvatskog katoličkog sveučilišta.

Spol?

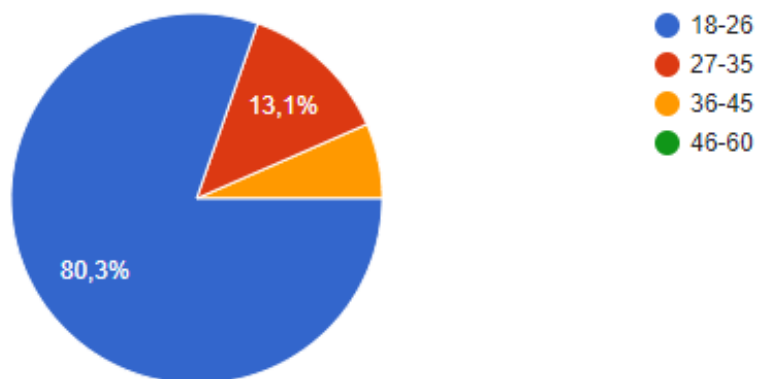
61 odgovor



Grafikon 9.1.3., Postotak ženskih i muških ispitanika

Koliko imate godina?

61 odgovor

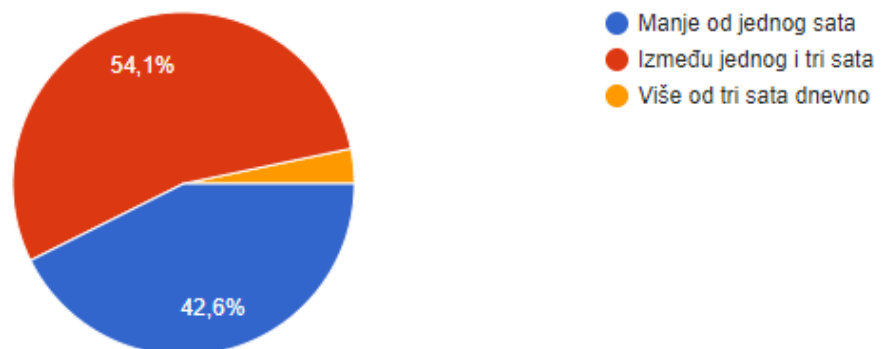


Grafikon 9.1.4., Prikaz godina ispitanika

Anketi je pristupilo 44,3% ispitanika muškog spola te 55,7% ispitanika ženskog spola. Najveći broj ispitanika ima između 18 te 26 godina, njih 80,3%. Dok se u manjoj mjeri pojavljuje broj ispitanika u dobi između 27 i 35 godine te između 36 i 45 godina. Ispitanici između 46 i 60 godina nisu sudjelovali u ovom istraživanju.

Koliko vremena dnevno posvećujete medijima?

61 odgovor

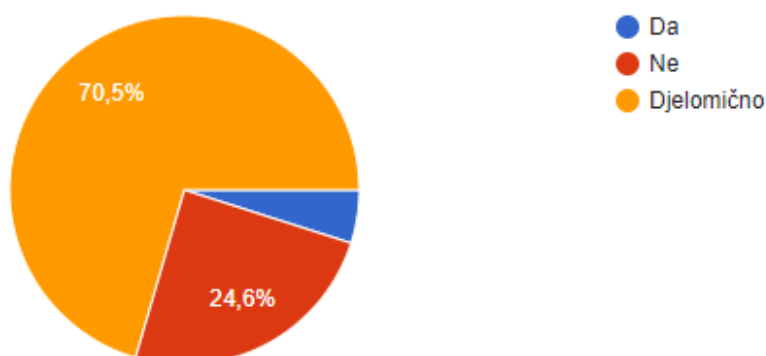


Grafikon 9.1.5., Prikaz koliko vremena ispitanici provode na medijima

Najveći broj ispitanika dnevno medijima posvećuje između jednog i tri sata dnevno njih čak 54,1%, dok nešto manji postotak 42,6% provodi manje od jednog sata na medijima. Samo 3,3% ispitanika provodi više od tri sata dnevno na medijima. U prosjeku ispitanici posvećuju više od sat vremena medijima dnevno.

Vjerujete li medijima?

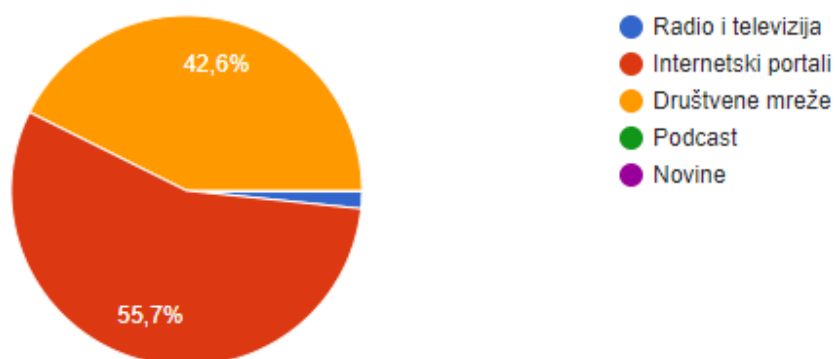
61 odgovor



Grafikon 9.1.6., Prikaz u kojem broju ispitanici vjeruju medijima

Putem kojih se medija najviše informirate?

61 odgovor

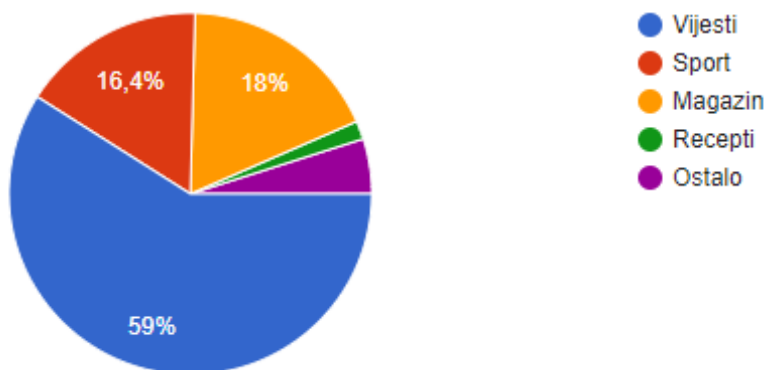


Grafikon 9.1.7., Prikaz putem kojeg se medija ispitanici najviše informiraju

Ispitanici u najvećoj mjeri ili ne vjeruju medijima ili vjeruju i to samo djelomično. Postotak koji djelomično vjeruje medijima iznosi 70,5% te postotak ispitanika koji ne vjeruju medijima iznosi 24,6%. Postotak ispitanika koji vjeruje medijima iznosi 4,9% što u brojkama iznosi 3 ispitanika. Ispitanici se najviše informiraju putem internetskih portala 55,7% te putem 42,6% putem društvenih mreža. Putem radija i televizije informira se samo 1,7% ispitanika to jest jedan ispitanik. Vidimo da ispitanici nemaju potpuno povjerenje u medije te sumnjaju u njihovu relevantnost i istinitost što je zabrinjavajuće za medije, ali jest dobro da društvo preispituje sadržaj koji pronalazi na portalima.

Koje rubriku najčešće čitate na portalu Index.hr?

61 odgovor



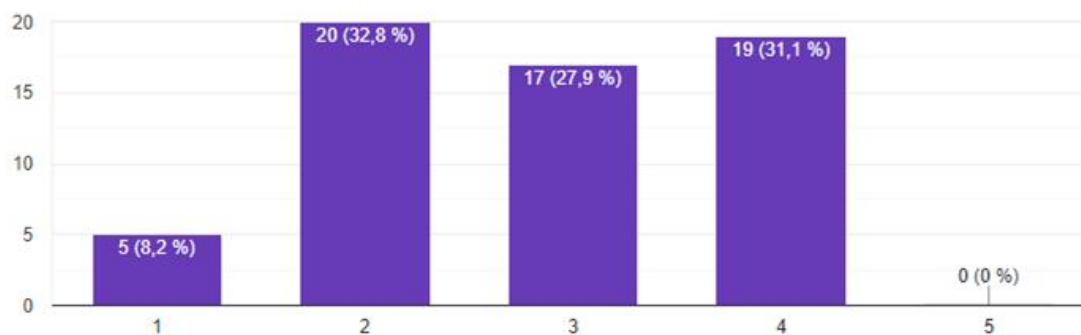
Grafikon 9.1.8., Prikaz koje rubrike na portalu najčešće čitaju ispitanici

Na portalu Index.hr ispitanici najčešće čitaju rubriku vijesti njih 59%, zatim sport 16,4%, Magazin 18% dok su ostale rubrike manje zastupljene kod čitatelja portala Index.hr.

Kako biste općenito ocijenili vijesti na portalu Index.hr? 1 predstavlja Uopće mi se ne sviđaju, a 5 Jako mi se sviđaju.

Kopiraj

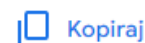
61 odgovor



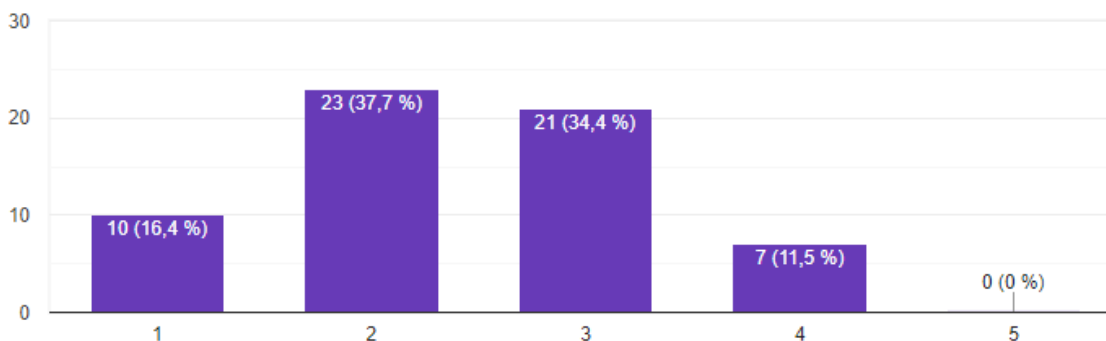
Grafikon 9.1.9., Prikaz ocjena vijesti na portalu Index.hr

Ocjena općenitih vijesti na portalu Index.hr prema mišljenju ispitanika jest u nekoj sredini. Najveći broj smatra da vijesti nisu napisane dobro 32,8% te daju ocjenu 2, zatim ima onih koji misle da su vijesti dobro napisane te daju ocjenu 4 njih 31,1%, te nakon toga njih 27,9% ostaju neutralni u ocjenjivanju vijesti te daju ocjenu 3. 8,2% smatra da su vijesti vrlo loše napisane, dok ni jedan ispitanik nije odgovorio brojkom 5, to jest da mu se vijesti jako sviđaju.

Kako biste ocijenili vijesti koje se tiču ruske agresije na Ukrajinu? 1 predstavlja Vrlo loše napisane vijesti, a 5 odlično napisane vijesti.



61 odgovor

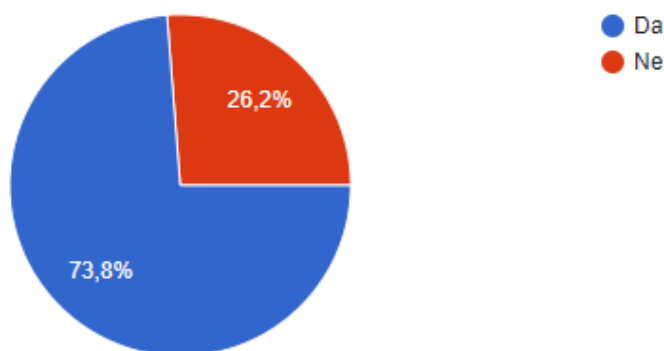


Grafikon 9.1.10., Prikaz ocjena vijesti na portalu Index.hr koje su vezane uz rat

Ocjena vijesti koje se tiču rata između Rusije i Ukrajine ispitanici su ocijenili ili neutralno njih 34,4% ili u najvećem broju brojkama 1 i 2 njih 24,1% što označava loše napisane vijesti. Broj 4 koji označava vrlo dobro napisane vijesti ispitanika su označili u postotku 11,5%.

Jeste li naišli na lažnu vijest koja se tiče ruske agresije na Ukrajinu na portalu Index.hr?

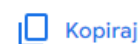
61 odgovor



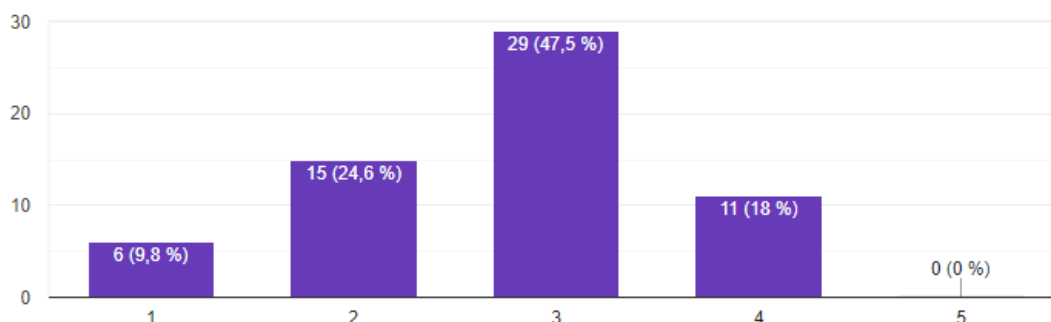
Grafikon 9.1.11., Prikaz u kojem postotku su ispitanici naišli na lažne vijesti

Ispitanici su naišli na lažne vijesti na portalu Index.hr u postotku od 73,8%, dok 26,2% smatra da nije naišlo na lažne vijesti na portalu. Podatak govori da su ispitanici prepoznali lažnu vijest u startu ili su kasnije naišli na demanti neke vijesti koja je bila objavljena pa se ispostavilo da nije točna.

Koliko do vas dopiru vijesti koje pročitate na portalu Index.hr, a tiču se ruske agresije na Ukrajinu? 1 predstavlja Uopće ne dopiru, 5 Vrlo snažno dopiru.



61 odgovor

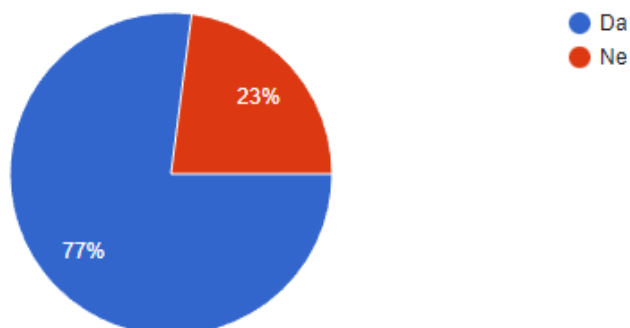


Grafikon 9.1.12., Koliko vijesti dopiru do ispitanika

Koliko vijesti dopiru do čitatelja govori ovo pitanje u kojem su ispitanici odgovorili da niti dopiru niti ne dopiru u postotku od 47,5%, zatim oni do koji uopće ne dopiru ili vrlo malo u postotku 34,4% te oni do kojih vijesti snažno dopiru u postotku od 18%.

Osjećate li se frustrirano nakon čitanja vijesti o agresiji Rusije na Ukrajinu na portalu Index.hr?

61 odgovor

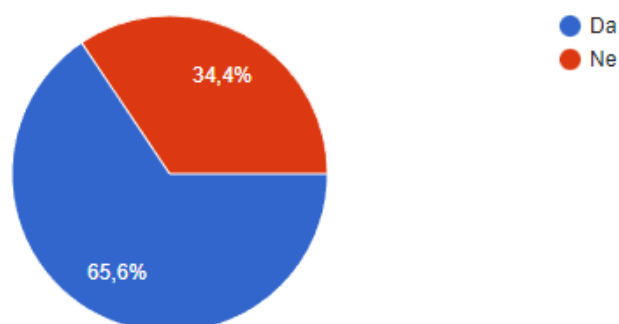


Grafikon 9.1.13., Prikaz postotka ispitanika koji se osjećaju frustrirano nakon čitanja vijesti o ratu

Nakon čitanja vijesti o ratu 77% ispitanika osjeća se frustrirano dok se 23% ne osjeća frustrirano. Isto tako veliki postotak osjeća strah 65,6% nakon čitanja vijesti o ratu. Vijesti koje je portal prenosio iz minute u minutu stvarale su veliki stres i pritisak na ispitanike koji su to pratili pa zajedno s senzacionalističkim naslovima koji se mogu pronaći na portalu kod čitatelja izazivaju frustraciju nakon samog čitanja.

Osjećate li strah nakon čitanja vijesti o agresiji Rusije na Ukrajinu na portalu Index.hr?

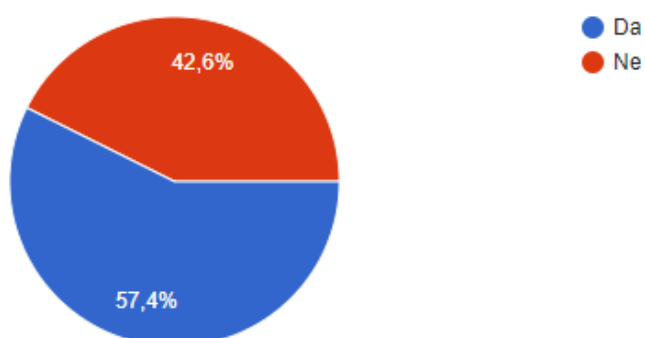
61 odgovor



Grafikon 9.1.14., Prikaz postotka ispitanika koji osjećaju strah nakon čitanja vijesti o ratu

Nakon što pročitate vijesti o Ukrajini mijenja li se Vaš pojam sigurnosti u Hrvatskoj?

61 odgovor

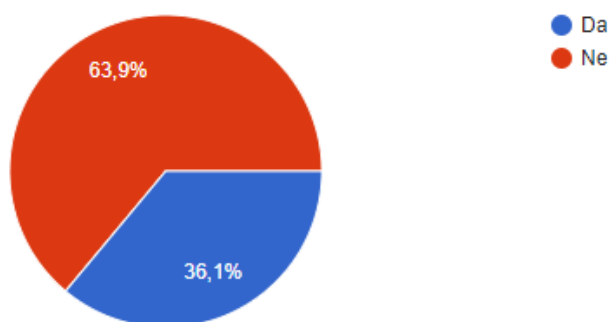


Grafikon 9.1.15., Prikaz postotka ispitanika kojima se mijenja pojam sigurnosti nakon pročitanih vijesti o ratu

Nakon čitanja vijesti o ratu na portalu Index.hr ispitanicima se mijenja pojam sigurnosti u Hrvatskoj i to u postotku od 57,4%. Stvorilo se ratno ozračje na portalu te stoga ne mora čuditi podataka da se čitateljima promijenio pojam sigurne zemlje u kojoj žive.


Smatrate li vijesti koje čitate na portalu Index.hr, a tiču se rata između Rusije i Ukrajine korisnima?

61 odgovor

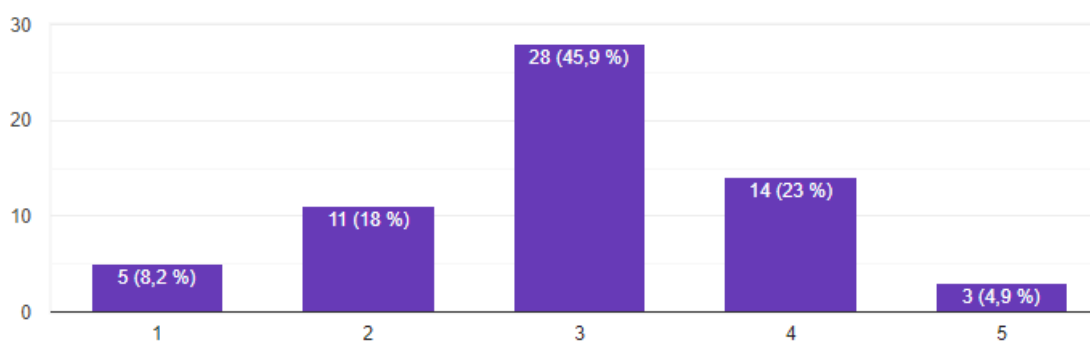


Grafikon 9.1.16., Postotak ispitanika koji smatra vijesti o ratu korisnima ili ne

Na skali od 1 do 5 označite što mislite o tome koliko su vijesti o Ukrajini važne za hrvatsku javnost konkretno? 1 predstavlja Nisu uopće važne, 5 Jako su važne.

 Kopiraj

61 odgovor

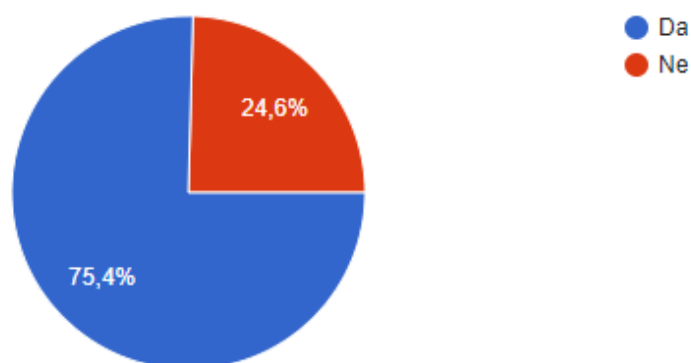


Grafikon 9.1.17., Prikaz važnosti vijesti o ratu za Hrvatsku po mišljenju ispitanika

Ispitanici u velikoj mjeri vijesti o ratu ne smatraju korisnima u postotku od 63,9% te smatraju da su vijesti o ratu niti važne niti nevažne za hrvatsku javnost u postotku od 45,9%. Manji postotak smatra da nisu uopće važne 8,2% ili da su vrlo malo važne 18%, dok ih vrlo važnima smatra 23% ispitanika, a jako važnima 4,9% ispitanika.

Smatrate li da je tema o ruskoj agresiji na Ukrajinu previše zastupljena na portalu Index.hr?

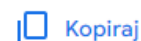
61 odgovor



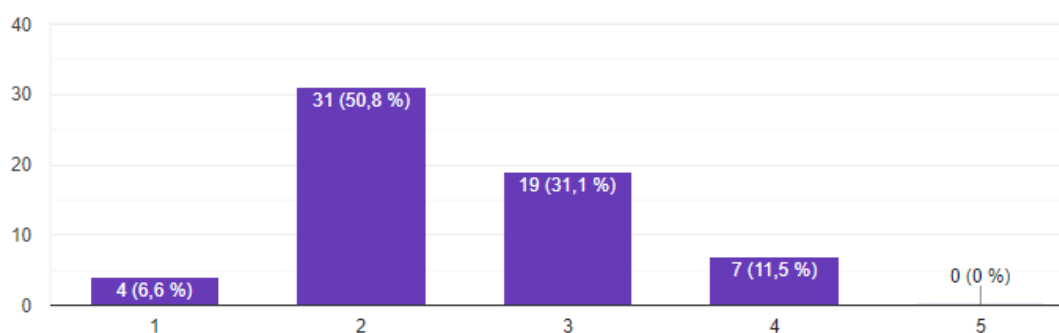
Grafikon 9.1.18., Prikaz mišljenja o tome jesu li vijesti o ratu previše zastupljene na portalu Index.hr

75,4% ispitanika smatra da su vijesti o ratu previše zastupljene na portalu Index.hr. Zbog velikog broja vijesti koje su pronađene na portalu Index.hr prilikom analize sadržaja ovaj postotak nije novost. Veliki broj vijesti o jednoj temi može dovesti do dezinformiranja čitalačke publike.

Smatrate li vijesti o ruskoj agresiji na Ukrajinu, koje čitate na portalu Index.hr relevantnima, istinitima te provjerenima? Označite na skali gdje 1 predstavlja Uopće ih ne smatram relevantnima, istinitima i provjerenima, a 5 Smatram ih vrlo relevantnima, istinitima i provjerenima.




61 odgovor



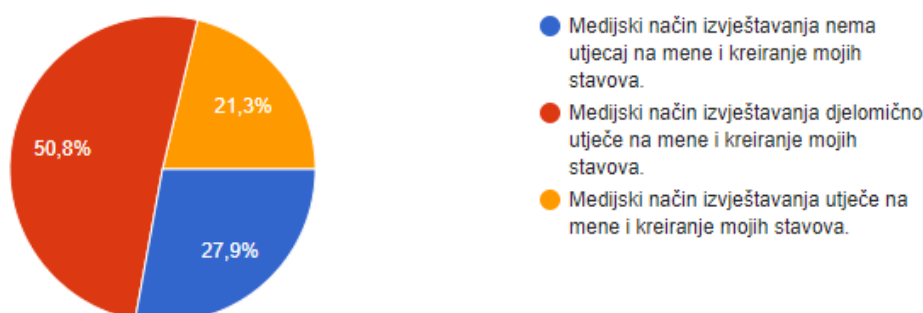
Grafikon 9.1.19., Prikaz vjerodostojnosti vijesti o ratu na portalu Index.hr po mišljenju ispitanika

Najveći broj ispitanika gotovo da ne smatra vijesti o ratu vjerodostojnima, to jest vjeruju im vrlo malo to jest 50,8% što u zbroju s onima koji ih uopće ne smatraju vjerodostojnima čini ukupno 57,4%. Postotak od 31,1% govori o ispitanicima koji ostaju neutralni po pitanju mišljenja o vjerodostojnosti, te samo 11,5% smatra vijesti vrlo vjerodostojnima.

Smatrate li da medijski način izvještavanja portala Index.hr ima utjecaj na Vas i kreiranje Vaših stavova o ruskoj agresiji na Ukrajinu?

 Kopiraj


61 odgovor



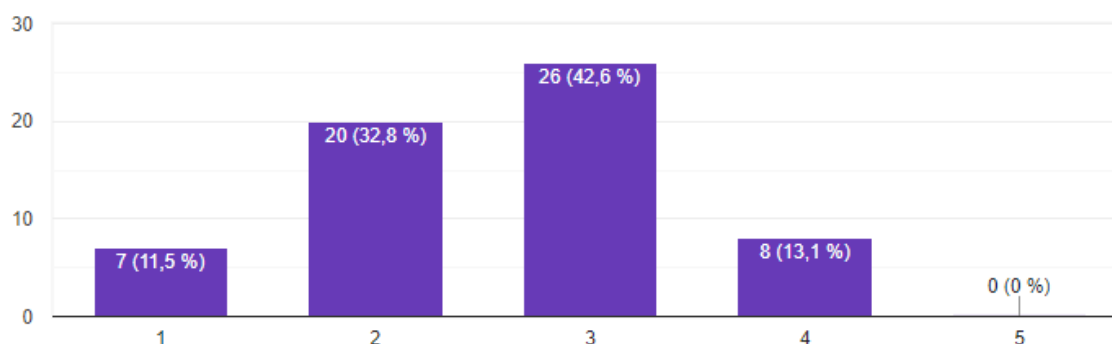
Grafikon 9.1.20., Prikaz utjecaja portala Index.hr na ispitanike po procjeni ispitanika

Medijski način izvještavanja portala Index.hr po mišljenju ispitanika u najvećem dijelu od 50,8% djelomično utječe na ispitanike te kreiranje njihovih stavova. 27,9% ispitanika smatra da medijski način izvještavanja ne utječe na njih te 21,3% smatra da izravno utječe na njih i kreiranje njihovih stavova.

Smatrate li da izvještavanje o ratu između Rusije i Ukrajine koristi agresorima? 1 predstavlja Uopće im ne koristi, dok 5 predstavlja Uvelike im koristi.

 Kopiraj

61 odgovor

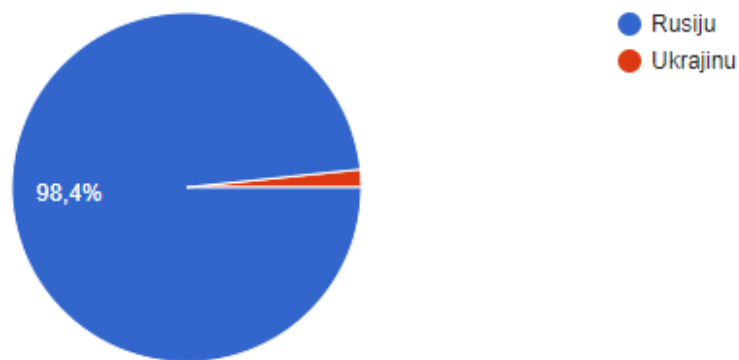


Grafikon 9.1.21., Prikaz u kojoj mjeri izvještavanje portala Index.hr koristi agresorima po mišljenju ispitanika

Najveći broj ispitanika njih 42,6% smatra da izvještavanje o ratu niti koristi niti šteti agresorima. Također veliki postotak smatra da im uvelike ne koristi što u zbroju ocjena 1 i 2 donosi 44,3% te onih koji smatraju da im koristi 13,1%.

Koju stranu smatrate glavnim krivcem za rat?

61 odgovor

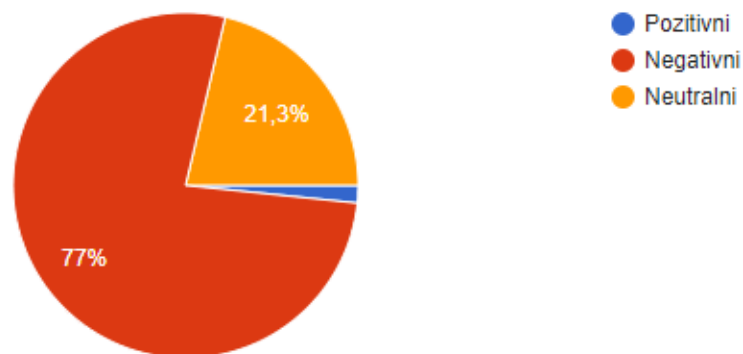


Grafikon 9.1.22., Prikaz glavnog krivca za rat po mišljenju ispitanika

Broj ispitanika koji smatra Rusiju glavnim krivcem za rat iznosi 98,4% dok samo 1,6% smatra da je Ukrajina glavni krivac za rat to jest jedan ispitanik. Rusija je putem svih mogućih društvenih kanala osuđena za ratno stanje u Ukrajini, stoga i ne čudi podatak da 98,4% ispitanika smatra Rusiju glavnim krivcem za rat.

Kakvi su vaši stavovi o Rusiji nakon početka rata?

61 odgovor



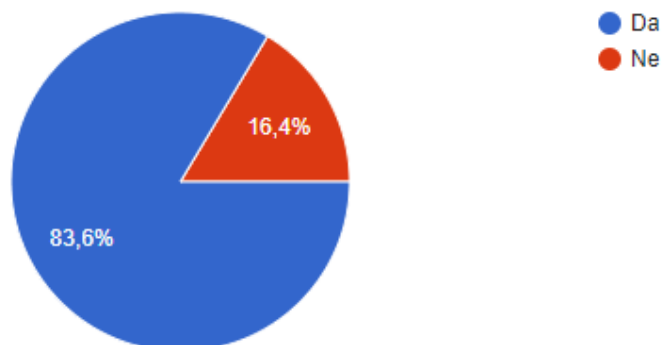
Grafikon 9.1.23., Prikaz stavova o Rusiji nakon početka rata prema mišljenju ispitanika

Nakon početka rata stavovi ispitanika o Rusiji su uglavnom negativni to jest 77% ispitanika ima negativan stav prema Rusiji, dok 21,3% ima neutralan stav. Jedan ispitanik to jest 1,6% smatra

da ima pozitivan stav prema Rusiji. Medijski kanali stvorili su negativnu sliku o Rusiju kao zemlji općenito, ali isto tako kao i stanovnicima te zemlje.

Smatrate li da Index.hr koristi situaciju u Ukrajini za podizanje gledanosti i čitanosti?

61 odgovor



Grafikon 9.1.24., Mišljenje ispitanika o tome koristi li Index.hr vijesti o ratu za podizanje gledanosti i čitanosti

Ispitanici u najvećoj mjeri 83,6% smatraju da Index.hr koristi situaciju u Ukrajini za podizanje čitanosti i gledanosti. Samo 16,4% ispitanika smatra da Index.hr ne koristi situaciju u Ukrajini u svrhu samopromocije i dizanja gledanosti te čitanosti.

Što biste promijenili na portalu Index.hr, a vezano je uz izvještavanje o ruskoj agresiji na Ukrajinu?

61 odgovor

-
Ništa
-
-
Zabranio bi im da pisu o bilo cemu vezano za hrvatsku dok onaj Jazavac od Babica ne plati porez .
Manje negativnih vijesti koje nas plaše i poticu anksioznost
Puno toga
da bude više toga i tocnijih info
*
Iskrenost
Svakako bih promijenila naslove koji su najčešće dvosmisleni, i čija je jedina uloga privući čitatelja da otvori članak u kojem, vrlo vjerojatno, nema relevantnih i bitnih obavijesti.
Da počne biti manje senzacionalistički i više istine
Promjenila bi prenapuhane naslove
Najprije da se novinari dovoljno informiraju, a tek onda krenu pisat tekst
G
Manje vijesti
Detaljna provjera informacija prije objave
Točnije informacije
Aa
Sve
Ne pratim previše i pokušavam izbjegavati takve vijesti jer ih smatram dodatnim izvorom stresa, tako da ne bih znala što promijeniti na portalu.
Zastupljenost teme ruske agresije na Ukrajinu
Palacinke bi spekel
Da naslovi ne preuveličavaju stvari
točnost informacija
Da pisu istinu
bolje provjeravanje informacija
Legitmnost i točnos: informacija.
-
Što više provjerenih informacija
Potrebna je manja zastupljenost

Slika 9.1.1., Prikaz odgovora ispitanika na pitanje što bi ispitanici promijenili na portalu Index.hr, a vezano je uz vijesti o ratu

Zadnje pitanje bilo je pitanje kratkog odgovora na koje su ispitanici mogli dati odgovor što bi promijenili na portalu, a vezano je uz vijesti koje se tiču Ukrajine. Neki od prijedloga su bili: prestanak preuveličavanja naslova, da pišu istinu, da provjeravaju informacije prije objavljivanja, neki ne bi mijenjali ništa, neki bi više pozitivnih vijesti i tako dalje. Veliki se broj odgovora svodi na točnost i objektivnost informacija koje prenosi portal. Stoga se manjkavost u objektivnosti i

točnosti informacija mogu navesti kao negativne strane portala Indeks.hr. Također veliki problem predstavljaju i senzacionalistički naslovi koji utječu na prvotnu reakciju čitatelja te ga mogu zgroziti ili zaprepastiti.

9.2. Ograničenja istraživanja

Ograničenja istraživanja jest provedba na internetu te mogućnost da ispitanici nisu imali volje ispunjavati anketni upitnik pa su samo stisnuli odgovor koji im je došao prvi pod ruku ili nisu pisali ništa što možemo vidjeti po zadnjem pitanju gdje možemo naći svakakva odgovore, a možda nisu niti čitali pitanja. Također slučajni uzorak od šezdesetak ljudi nije dovoljan da bi se nešto zaključilo što se odnosi na veću grupaciju ljudi, a kamoli za opću populaciju. Kao moguću pogrešku možemo navesti i problem s nemogućom provjerom sociodemografskim podataka koji su mogli biti lažirani.

10. Zaključak

Istraživanje je dovelo do nekoliko zaključaka. Analizom sadržaja na portalima Index.hr i Hina.hr mogla se jasno razlika u prevelikom broju vijesti na portalu Index.hr. Infodemija, to jest preveliki broj informacija na portalu koji na kraju čitatelje dovodi do dezinformiranosti. Isti se problem dogodio kod izbijanja globalne pandemije korona virusa gdje se u medijskom prostoru moglo pronaći previše informacija. Pojava lažnih vijesti u takvim situacijama nije neobična zbog velikog broja objavljenih vijesti te nedovoljnih provjera informacija zbog brzine kojom se vijesti stavljaju na portal.

Provedenom anketom potvrđene su hipoteze:

1. Index.hr svojim medijskim izvještavanjem ima utjecaj na kreiranje stavova studenata o rusko-ukrajinskom ratu.
2. Studenti imaju negativne stavove o Rusiji nakon čitanja vijesti na portalu Index.hr.

Veliki broj ispitanika smatra da da mediji ili djelomično ili izravno utječu na njih same te na kreiranje njihovih stavova u zbroju taj postotak iznosi 72,1% Dok postotak od 27,9 % smatra da mediji ne utječu na njih te na kreiranje njihovih stavova. Nakon početka rata zbog medijskog utjecaja ispitanici imaju negativan stav prema Rusiji i to čak njih 77%, dok 21,3% ima neutralan stav. Uz sve navedeno 98,4% ispitanika smatra Rusiju glavnim krivcem za rat.

Ispitanici su se najviše informirali putem internetskih portala te putem društvenih mreža. S obzirom na dobnu skupinu koja je najviše zastupljena u istraživanju, a to je dob između 18 i 26 godina podatak o praćenju medijima putem interneta nije novost. Podaci koji pokazuju kritičko mišljenje ispitanika jest, da u najvećem postotku 70,5% samo djelomično vjeruju medijima te preispituju sve što nađu na portalu. Ono što je zabrinjavajući podatak za medije jest da samo 4,9% ispitanika vjeruje medijima. Vijesti koje se mogu naći na portalu Index.hr ispitanici su ocijenili neutralno. to jest niti vjeruju niti im ne vjeruju, niti ih smatraju vjerodostojnima niti ih smatraju lažnima. Vijesti o Ukrajini na portalu Index.hr okarakterizirane su u najvećem postotku 37,7% kao vijesti koje su loše napisane. Veliki broj ispitanika naišao je barem na jednu lažnu vijest na portalu Index.hr čak 73,8%. Također veliki broj ispitanika osjeća strah 65,6%, ili se osjeća frustrirano 77% nakon čitanja vijesti o Ukrajini na portalu Index.hr te se percepcija sigurnosti u Hrvatskoj kod 57,4% ispitanika mijenja nakon čitanja vijesti. Vijesti koje su ispitanici pročitali na portalu Index.hr, a vezane su uz rat, ne smatraju korisnima te smatraju kako su vijesti vezane na tu temu previše zastupljene na portalu Index.hr 75,4%. Zabrinjavajući podatak za Index.hr jest taj da ispitanici smatraju da portal koristi situaciju u Ukrajini za podizanje gledanosti i čitanosti.

Stoga zaključna nota koja govori o istraživanju jest da studenti provode u prosjeku više od sat vremena na medijima čitajući članke po portalima ili društvenim mrežama. Mediji svojim načinom izvještavanja utječu na kreiranje stavova studenata o ratu između Rusije i Ukrajine te prema Rusiji osjećaju odbojnost i imaju negativno mišljenje o zemlji. Vijesti koje pronalaze na portalu Index.hr ne smatraju previše korisnima za javnost, niti ih smatraju dobro napisanima, ali smatraju da ih ima previše te da služe portalu za samopromociju. Nakon čitanja vijesti veliki se broj studenata osjeća frustrirano i u strahu od rat jer im se promijenio pogled na sigurnost Hrvatske.

Mediji bi trebali pripaziti što i na koji način objavljuju neke informacije. Ljudi postupno gube povjerenje u medije, a oni neposredno utječu na kreiranje stavova javnosti pa tako i studenata koji su sudjelovali u ovom istraživanju. Dobar način izvještavanja u kriznim situacijama mogao bi rezultirati smirivanjem situacije u javnosti umjesto panične situacije kojima smo svjedočili unazad dvije godine.

11. Literatura

11.1. Knjige:

1. Peruško-Čulek, Zrinjka, 2011. Uvod u medije, Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
2. Campbell, R., Martin, C., & Fabos, B. (2018). Media essentials: A brief introduction. Bedford/St. Martin's.
3. Tafra-Vlahović, M. (2015). BUILDING CAPACITIES OF CIVIL SOCIETY ORGANISATIONS FOR EFFECTIVE MEDIA RELATIONS STRATEGY FRAMEWORK. MEGATRENDS AND MEDIA, 236.
4. Kukić, D. (2017). Mediji i globalizacija. Zbornik radova Filozofskog fakulteta, (XIV/XV), 215-227.
5. Vozab, D. (2017). Pristrani i neprijateljski mediji te polarizacija u novom medijskom okolišu. Političke analize, 7(30), 3-9.
6. Filipović, I. (2017). Novi mediji i društvo: Utjecaj internetskih društvenih mreža na mlade (Doctoral dissertation, Josip Juraj Strossmayer University of Osijek).
7. Winston, B. (2016). Misunderstanding media. Routledge.
8. Jacinta Grbavac, Vitomir Grbavac: Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena, Media, culture and public relations, 5, 2014, 2, 206-219, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb
9. Vuković, K. P. (2015). O zaokretu u razumijevanju medija. Fantom slobode, (1), 147- 157.
10. Townshend, C. (2003.) Terorizam, Sarajevo: Šahinpašić
11. Čerina, J. (2012.) „Ratno izvještavanje u kontekstu suvremenih oružanih sukoba i novih medijskih tehnologija“, Polemos, vol. 15. (29): 101-117
12. Klun, B. (2000.) „Rat i mediji – etički izazov na kraju stoljeća“, Medijska istraživanja, vol. 6(1): 75-87
13. Taylor, P. (2009.) „Novinarstvo pod paljbom: izvještavanje o ratu i međunarodnim krizama“, u: S. Cottle (ur.) Informacije, odnosi s javnošću i moć, Zagreb: Medijska istraživanja
14. Barović, V. (2010.) „Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama“, Medijske studije, vol 2. (3-4): 126
15. Malović, Stjepan 2005. Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb 18-53
16. Krelja Kurelović, E., Tomac, F., i Polić, T. (2021). 'NAČINI INFORMIRANJA I PREPOZNAVANJE LAŽNIH VIJESTI KOD STUDENATA U HRVATSKOJ TIJEKOM

COVID-19 PANDEMIJE', Zbornik Veleučilišta u Rijeci, 9(1), str. 119-130.
<https://doi.org/10.31784/zvr.9.1.7>

17. Dejanović, R. (2020). Priručnik za provjeru informacija iz medija. Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava. Zagreb. Dostupno na: <https://dznep.hr/wp-content/uploads/2020/03/PRIRUCNIK-ZA-PROVJERU-INFORMACIJA-IZMEDIIJA.pdf> (22.04.2022.)

11.2. Znanstveni članci:

1. Jurčić, D. (2017). 'TEORIJSKE POSTAVKE O MEDIJIMA – DEFINICIJE, FUNKCIJE I UTJECAJ', Mostariensia, 21(1), str. 127-136. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/190208> (Datum pristupa: 21.04.2022.)

11.3. Internet izvori:

1. https://hr.wikipedia.org/wiki/Rat_u_isto%C4%8Dnoj_Ukrajini, pristupljeno 24.4.2022., 21:40

2. https://hr.wikipedia.org/wiki/Invazija_Rusije_na_Ukrajinu_2022., pristupljeno 24.4.2022., 21:40

3. <https://en.wikipedia.org/wiki/Index.hr>, pristupljeno: 24.4.2022., 22:26

4. <https://www.index.hr/impressum>, pristupljeno: 24.4.2022., 22:28

5. https://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatska_izvje%C5%A1tajna_novinska_agencija, pristupljeno: 6.6.2022., 18:40

Popis tablica, slika i grafova

Popis slika

Slika 8.1.1. Izgled portala Index.hr	26
Slika 8.1.2. Ključni podaci o ratu na portalu Index.hr	27
Slika 8.1.3. Ključni događaji te kronološki poredak vijesti na Index.hr	28
Slika 8.1.4. Najnovije, načitanije te vezane vijesti na Index.hr	29
Slika 8.1.5. Vijesti uživo, karta sukoba te komentari čitatelja na Index.hr	29
Slika 8.1.6., prva vijest o početku invazije 24.2.2022. na portalu Index.hr	30
Slika 8.1.7., Prikaz broj vijesti na portalu Index.hr vezanih uz Ukrajinu	31
Slika 8.1.8., Prikaz sportskih vijesti vezanih uz rat	32
Slika 8.1.9., Prikaz lažnih vijesti na portalu Indeks.hr	33
Slika 8.1.10., Prikaz lažnih vijesti na portalu Index.hr	33
Slika 8.1.11., Prikaz lažnih vijesti na portalu Index.hr	34
Slika 8.1.12., Prikaz lažnih vijesti na portalu Index.hr	34
Slika 8.2.1., Prikaz naslovne stranice na portalu Hina.hr	37
Slika 8.2.2., Prikaz vijesti vezanih uz Ukrajinu na portalu Hina.hr	37
Slika 9.1.1., Prikaz odgovora ispitanika na pitanje što bi ispitanici promijenili na portalu Index.hr, a vezano je uz vijesti o ratu	56

Popis grafova

Grafikon 8.1.1. Postotak članaka po rubrikama portala Index.hr na portalu Index.hr	35
Grafikon 8.2.1. Postotak članaka po rubrikama portala Hina.hr na portalu Hina.hr	38
Grafikon 8.3.1., Dnevni prosjek vijesti u promatranom razdoblju	40
Grafikon 8.3.2. Postotak članaka po promatranim kriterijima na portalu Index.hr	40
Grafikon 8.3.3., Postotak članaka po promatranim kriterijima na portalu Hina.hr	41
Grafikon 8.3.4., Usporedba broja vijesti prema odabranim kriterijima na portalima Index.hr te Hina.hr	42
Grafikon 9.1.1., Postotak ispitanika koji čitaju portal Index.hr	43
Grafikon 9.1.2., Postotak ispitanika po sveučilištima koje pohađaju	44
Grafikon 9.1.3., Postotak ženskih i muških ispitanika	44
Grafikon 9.1.4., Prikaz godina ispitanika	45
Grafikon 9.1.5., Prikaz koliko vremena ispitanici provode na medijima	45
Grafikon 9.1.6., Prikaz u kojem broju ispitanici vjeruju medijima	46

Grafikon 9.1.7., Prikaz putem kojeg se medija ispitanici najviše informiraju.....	46
Grafikon 9.1.8., Prikaz koje rubrike na portalu najčešće čitaju ispitanici	47
Grafikon 9.1.9., Prikaz ocjena vijesti na portalu Index.hr	47
Grafikon 9.1.10., Prikaz ocjena vijesti na portalu Index.hr koje su vezane uz rat.....	48
Grafikon 9.1.11., Prikaz u kojem postotku su ispitanici naišli na lažne vijesti	48
Grafikon 9.1.12., Koliko vijesti dopiru do ispitanika	49
Grafikon 9.1.13., Prikaz postotka ispitanika koji se osjećaju frustrirano nakon čitanja vijesti o ratu	49
Grafikon 9.1.14., Prikaz postotka ispitanika koji osjećaju strah nakon čitanja vijesti o ratu ..	50
Grafikon 9.1.15., Prikaz postotka ispitanika kojima se mijenja pojam sigurnosti nakon pročitanih vijesti o ratu	50
Grafikon 9.1.16., Postotak ispitanika koji smatra vijesti o ratu korisnima ili ne.....	51
Grafikon 9.1.17., Prikaz važnosti vijesti o ratu za Hrvatsku po mišljenju ispitanika.....	51
Grafikon 9.1.18., Prikaz mišljenja o tome jesu li vijesti o ratu previše zastupljene na portalu Index.hr.....	52
Grafikon 9.1.19., Prikaz vjerodostojnosti vijesti o ratu na portalu Index.hr po mišljenju ispitanika.....	52
Grafikon 9.1.20., Prikaz utjecaja portala Index.hr na ispitanike po procjeni ispitanika.....	53
Grafikon 9.1.21., Prikaz u kojoj mjeri izvještavanje portala Index.hr koristi agresorima po mišljenju ispitanika.....	53
Grafikon 9.1.22., Prikaz glavnog krivca za rat po mišljenju ispitanika.....	54
Grafikon 9.1.23., Prikaz stavova o Rusiji nakon početka rata prema mišljenju ispitanika	54
Grafikon 9.1.24., Mišljenje ispitanika o tome koristi li Index.hr vijesti o ratu za podizanje gledanosti i čitanosti	55

Popis tablica

Tablica 8.1.1. Članci Index.hr po rubrikama portala Index.hr.....	35
Tablica 8.2.1. Članci Hina.hr po rubrikama portala Hina.hr	38
Tablica 8.3.1. Promatrani kriteriji na portalima Index.hr i Hina.hr	39

Prilozi

Prilog 1 Anketni upitnik

Utjecaj portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu

Poštovani,

student sam druge godine diplomskog studija Odnosi s javnostima na Sveučilištu Sjever. Provodim anketu o utjecaju portala Index.hr na percepciju studenata o agresiji na Ukrajinu za potrebe izrade diplomskog rada. Molim Vas da označite odgovore na sva postavljena pitanja. Nema točnih i netočnih odgovora, a moguće je zaokružiti i više od jednog odgovora ukoliko pitanje to dozvoljava. Anketa je anonimnog karaktera.

Hvala Vam što se pridonijeli ovom istraživanju!

***Obavezno**

1. Čitate li portal Index.hr? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

2. Student/ica ste kojeg sveučilišta? *

Označite samo jedan oval.

Sveučilište u Dubrovniku

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Sveučilište u Rijeci

Sveučilište Sjever

Sveučilište u Splitu

Sveučilište u Zadru

Sveučilište u Zagrebu

Sveučilište u Slavanskom Brodu

Libertas međunarodno sveučilište

Hrvatsko katoličko sveučilište

Sveučilište VERN

3. Spol? *

Označite samo jedan oval.

Muški

Ženski

4. Koliko imate godina? *

Označite samo jedan oval.

18-26

27-35

36-45

46-60

5. Koliko vremena dnevno posvećujete medijima? *

Označite samo jedan oval.

Manje od jednog sata

Između jednog i tri sata

Više od tri sata dnevno

6. Vjerujete li medijima? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

Djelomično

7. Putem kojih se medija najviše informirate? *

Označite samo jedan oval.

- Radio i televizija
- Internetski portali
- Društvene mreže
- Podcast
- Novine

8. Koje rubriku najčešće čitate na portalu Index.hr? *

Označite samo jedan oval.

- Vijesti
- Sport
- Magazin
- Recepti
- Ostalo

9. Kako biste općenito ocijenili vijesti na portalu Index.hr? 1 predstavlja Uopće mi se ne sviđaju, a 5 Jako mi se sviđaju. *

Označite samo jedan oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

-
10. Kako biste ocijenili vijesti koje se tiču ruske agresije na Ukrajinu? 1 predstavlja *
Vrlo loše napisane vijesti, a 5 odlično napisane vijesti.

Označite samo jedan oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Jeste li naišli na lažnu vijest koja se tiče ruske agresije na Ukrajinu na portalu *
Index.hr?

Označite samo jedan oval.

- Da
 Ne

12. Koliko do vas dopiru vijesti koje pročitate na portalu Index.hr, a tiču se ruske *
agresije na Ukrajinu? 1 predstavlja Uopće ne dopiru, 5 Vrlo snažno dopiru.

Označite samo jedan oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Osjećate li se frustrirano nakon čitanja vijesti o agresiji Rusije na Ukrajinu na *
portal Index.hr?

Označite samo jedan oval.

- Da
 Ne

14. Osjećate li strah nakon čitanja vijesti o agresiji Rusije na Ukrajinu na portalu Index.hr? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

15. Nakon što pročitate vijesti o Ukrajini mijenja li se Vaš pojam sigurnosti u Hrvatskoj? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

16. Smatrate li vijesti koje čitate na portalu Index.hr, a tiču se rata između Rusije i Ukrajine korisnima? *

Označite samo jedan oval.

Da

Ne

17. Na skali od 1 do 5 označite što mislite o tome koliko su vijesti o Ukrajini važne za hrvatsku javnost konkretno? 1 predstavlja Nisu uopće važne, 5 Jako su važne. *

Označite samo jedan oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Smatrate li da je tema o ruskoj agresiji na Ukrajinu previše zastupljena na portalu Index.hr? *

Označite samo jedan oval.

- Da
 Ne

19. Smatrate li vijesti o ruskoj agresiji na Ukrajinu, koje čitate na portalu Index.hr relevantnima, istinitima te provjerenima? Označite na skali gdje 1 predstavlja Uopće ih ne smatram relevantnima, istinitima i provjerenima, a 5 Smatram ih vrlo relevantnima., istinitima i provjerenima. *

Označite samo jedan oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Smatrate li da medijski način izvještavanja portala Index.hr ima utjecaj na Vas i kreiranje Vaših stavova o ruskoj agresiji na Ukrajinu? *

Označite samo jedan oval.

- Medijski način izvještavanja nema utjecaj na mene i kreiranje mojih stavova.
 Medijski način izvještavanja djelomično utječe na mene i kreiranje mojih stavova.
 Medijski način izvještavanja utječe na mene i kreiranje mojih stavova.

21. Smatrate li da izvještavanje o ratu između Rusije i Ukrajine koristi agresorima? 1 predstavlja Uopće im ne koristi, dok 5 predstavlja Uvelike im koristi. *

Označite samo jedan oval.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Koju stranu smatrate glavnim krivcem za rat? *

Označite samo jedan oval.

- Rusiju
 Ukrajinu

23. Kakvi su vaši stavovi o Rusiji nakon početka rata? *

Označite samo jedan oval.

- Pozitivni
 Negativni
 Neutralni

24. Smatrate li da Index.hr koristi situaciju u Ukrajini za podizanje gledanosti i čitanosti? *

Označite samo jedan oval.

- Da
 Ne

25. Što biste promijenili na portalu Index.hr, a vezano je uz izvještavanje o ruskoj agresiji na Ukrajinu? *
