Medijska recepcija koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima - telegram.hr, vecernji.hr i index.hr

Rek, Rahela

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:475998

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište Sjever

Diplomski rad br. 30/NOVD/2020

Medijska recepcija koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima – telegram.hr, vecernji.hr i index.hr

Rahela Rek 1036/336D

Koprivnica, rujan 2020. godine

Sveučilište Sjever
Sveučilišni centar Koprivnica
Trg dr. Žarka Dolinara 1, HR–48000 Koprivnica

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

STUDIJ diplomski sveu ilišni studij Novinarstvo

PRISTUPNIK Rahela Rek | MATIČNI BROJ 1036/336D

DATUM 1. rujna 2020. | KOLEGIJ Medijska recepcija

NASLOV RADA Medijska recepcija koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima - telegram.hr, vecernji.hr i index.hr

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Media reception of coronavirus on croatian online portals - telegram.hr, vecernji.hr and index.hr

MENTOR dr.sc. Gordana Tkalec | ZVANJE

ČLANOVI POVJERENSTVA
1. izv. prof. dr. sc. Iva Rosanda Žigo
2. doc. dr. sc. Irena Radej Miličić
3. izv. prof. dr. sc. Gordana Tkalec
4. doc. dr. sc. Lidija Dujić
5.

Zadatak diplomskog rada

BROJ 30/NOVD/2020

OPIS

Tema ovoga diplomskog rada je medijska recepcija koronavirusa na tri hrvatska online portala - telegram.hr, vecernji.hr i index.hr. Kvantitativnom metodom istražen je broj članaka o koronavirusu na dan 25. veljače 2020. godine kada je u Republici Hrvatskoj potvrđen prvi slučaj zaraze, dok su se kvalitativnom analizom proučavale sličnosti i razlike u izvještavanju odabranih medija. Cilj rada je dokazati kako su elementi teorije recepcije primjenjivi i na online medijsko okruženje te kako je izvanredna situacija s koronavirusom utjecala na medijske načine izvještavanja.

U radu je potrebno:
1. Istražiti važnost i utjecaj mrežnih medija u vrijeme koronavirusa
2. Kvantitativnim i kvalitativnim metodama istražiti medijsku recepciju koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima
3. izvršiti usporednu analizu objava o koronavirusu u odabranim glasilima
4. Prikazati i komentirati stavove i reakciju publike
5. Izvući zaključak iz provedenih istraživanja i potvrditi/opovrgnuti početnu hipotezu

ZADATAK URUČEN 23/9/2020 | POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE SJEVER

Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Diplomski rad br. 30/NOVD/2020

Medijska recepcija koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima – telegram.hr, vecernji.hr i index.hr

Studentica

Rahela Rek 1036/336D

Mentorica

Gordana Tkalec, izv. prof. dr. sc.

Koprivnica, rujan 2020. godine

Predgovor

Uz temu ovog diplomskog rada nisam emotivno vezana već sam je odabrala prvenstveno zbog aktualnosti. Situacija s koronavirusom dotiče sve nas, a naučeno na kolegiju *Medijska recepcija* idealno je poslužilo kako bi se prikaz novonastale situacije proučio u hrvatskim *online* medijima. Ono uz što sam svakako emotivno vezana jest činjenica kako je ovaj diplomski rad nastao u najtežoj godini u mome životu. Nakon dijagnosticirane bolesti i četiri mjeseca provedena u bolnici pomišljala sam kako ove godine rad neće biti dovršen. Pogodilo me takvo razmišljanje s obzirom na to kako sam svoje zadatke uvijek obavljala na vrijeme. Riječ po riječ, stranica po stranica i rad je, ipak, dovršen. Tada sam shvatila kako su se sav trud, napor i vrijeme koje sam uložila isplatili jer će me ovaj rad dovesti do titule magistre novinarstva koju sam toliko dugo priželjkivala. Nikada neću zaboraviti mamine riječi: „Ti si stvorena biti novinarka s obzirom na to koliko možeš pričati.“ Uvijek sam se vodila onom izrekom kako se dobar glas daleko čuje i nadam se kako će me upravo on odvesti mediju koji mi je oduvijek san, a to je radio. Na samome kraju želim zahvaliti svojoj mentorici, Gordani Tkalec, koja je imala mnogo razumijevanja i dobrih savjeta tijekom nastanka rada, ali i cjelokupnog fakultetskog obrazovanja. Uz mene su uvijek bili moji dugogodišnji prijatelji, obitelj, Marko, ali i novi prijatelji koje sam upoznala u bolnici. Svaka riječ podrške, zabrinutost i poticaj pomogli su mi kako bih ustrajala u ostvarenju svojega cilja. I zato im veliko hvala na tome. Da nema njih sve bi bilo mnogo teže. Najviše od svega zahvaljujem „vražićku“ u sebi koji se uvijek bori i ne dopušta nikome i ničemu da ga odvrati od njegovih snova.

Sažetak

Koronavirus se pojavio krajem 2019. godine te se proširio na cijeli svijet. Zarazna bolest, koju uspoređuju s gripom, dovela je do brojnih promjena u načinu života. Upravo zato važna je uloga medija kako bi publika bila pravovremeno obaviještena. Najčešći izvor informiranja danas su mrežni mediji koji donose informacije krajnjem korisniku, a to je publika. Publika je najvažniji element u kreiranju medijske recepcije koja se očituje kroz stavove i reakcije pojedinaca. Teorija recepcije koja svoje korijene vuče iz teorije književnosti primjenjiva je i na *online* medijsko okruženje. Pojmovi poput horizonta očekivanja, funkcije praznih mjesta, reakcije publike i slično upotrebljivi su u novinarstvu. Upravo oni brojnim elementima kao što su naslovi, fotografije, žanrovi, teme itd. utječu na publiku koja odlučuje hoće li i kako primiti određenu informaciju. Mediji izborom elemenata koje koriste u kreiranju sadržaja za cilj imaju informirati, educirati i zabaviti publiku dok ponekad sadržaj objavljuju samo u komercijalne svrhe. Takve objave često dugoročno ne zadovoljavaju dio publike već je udaljavaju od medija. Kvantitativnom i kvalitativnom metodom istražene su sličnosti i razlike u izvještavanju o koronavirusu na dan 25. veljače 2020. godine kada je potvrđen prvi slučaj zaraze u Republici Hrvatskoj. Analiza je provedena na tri mrežna portala: telegram.hr, vecernji.hr i index.hr koji su odabrani radi drugačijeg pristupa izvještavanju, prepoznatljivosti i najveće čitanosti. Utvrđeno je kako portal index.hr ima najviše objava o koronavirusu toga dana što je rezultat raznovrsnosti tematika, ali i pretpostavke o većem broju zaposlenih. Uočene su brojne sličnosti i razlike u izvještavanju odabranih portala kao što je ozbiljnost kod izvanrednih situacija, ali i primjerice korištenje humora kod nekih. Rad prikazuje važnost načina medijskog izvještavanja osobito u izvanrednim situacijama kao što je epidemija koronavirusa.

Ključne riječi: koronavirus, medijska recepcija, medijski utjecaj, *online* mediji, teorija recepcije

Summary

The coronavirus appeared at the end of 2019 and spread to the whole world. The infectious disease,which is comparedto the flu, has led to a number of lifestyle changes. Therefore, the role of the media is important, so that the audience is informed at the right time. The most common source of information today is online media that bring information to the only and final user, and that is the audience. The audience is the most important element in creating a media reception that is manifested through the attitudes and reactions of individuals. Reception theory, which has its roots in literature, is also applicable to the online media environment. Terms, such as horizon of expectation, empty spaces functions, audience reactions and similar are usable in journalism. It is they who, through numerous elements such as titles, photographs, genres, themes, etc., influence the audience that decides whether and how to receive certain information. By choosing the elements they use in creating content, the media aim to inform, educate and entertain the audience, while sometimes they publish the content only for commercial purposes. Such publications often do not satisfy a part of the audience in the long run, but distance them from the media. Quantitative and qualitative methods were used to investigate the similarities and differences in the reporting of coronavirus on February 25, 2020, when the first case of infection in the Republic of Croatia was confirmed. The analysis was conducted on three online portals: telegram.hr, vecernji.hr and index.hr, which were selected for a different approach to reporting, recognizability and maximum readability. It was determined that the index.hr portal has the most publications about the coronavirus that day, which is the result of a variety of topics, but also assumptions about a larger number of employees. Numerous similarities and differences in the reporting of selected portals were noticed, such as the severity of emergencies, but also, for example, the use of humour in some. The paper illustrates the importance of the way in which media report, especially in emergency situations, such as the coronavirus epidemic.

Key words: coronavirus, media reception, media influence, online media, reception theory

Popis korištenih kratica

COVID-19 – koronavirusna bolest

ICT – informacijsko-komunikacijske tehnologije

HINA – Hrvatska izvještajna novinska agencija

RH – Republika Hrvatska

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Pojava i borba protiv koronavirusa 2
3. Definiranje teorije recepcije 6
4. Važnost i utjecaj online medija u vrijeme koronavirusa 8
5. Medijska recepcija 12
6. Istraživanje medijske recepcije koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima 16

6.1. Medijska recepcija koronavirusa online portala telegram.hr 17

6.1.1. Kvantitativna metodologija istraživanja – telegram.hr 17

6.1.2. Kvalitativna metodologija istraživanja – telegram.hr 18

6.2. Medijska recepcija koronavirusa online portala vecernji.hr 23

6.2.1. Kvantitativna metodologija istraživanja – vecernji.hr 24

6.2.2. Kvalitativna metodologija istraživanja – vecernji.hr 24

6.3. Medijska recepcija koronavirusa online portala index.hr 30

6.3.1. Kvantitativna metodologija istraživanja – index.hr 30

6.3.2. Kvalitativna metodologija istraživanja – index.hr 31

7. Rezultati istraživanja – usporedba triju portala 38
8. Stavovi i reakcije publike 45
9. Zaključak 49
10. Literatura 52
11. Popis slika 58
12. Popis tablica 60
13. Popis grafova 61

1. Uvod

S obzirom na svakodnevnu upotrebu *online* medija, ali i ozbiljnost novonastale situacije s koronavirusom važno je istražiti na koji način mediji plasiraju informacije publici kao krajnjem konzumentu sadržaja. Uz suvremenu tehnologiju, pojedinac, želeći se informirati, prvotno poseže za *online* medijima kao najdostupnijem, ali i najjednostavnijem izvoru informiranja. Naime, internet je postao neizostavan dio svakodnevice velikog broja ljudi pa tako i mediji koji se mogu pronaćina njegovim platformama. Priloženi rad bavi se problematikom i načinima prijenosa informacija od internetskih medija do publike u nesvakidašnjim situacijama, odnosno prijelomnim vijestima – kako ih mediji vole nazivati. U ovom slučaju radi se o epidemiji koronavirusa. Tema koja je iznimno važna s obzirom na to da se radi o zaraznoj bolesti te o situaciji s kojom mnogi nisu nikada bili u doticaju.

Svrha rada jest utvrditi temeljne teorijske postavke teorije recepcije koja označava primanje i dočekivanje informacija, ali i medijske recepcije te utvrditi na koji su način hrvatski portali izvještavali o koronavirusu. Cilj rada odnosi se na proučavanje temeljnih pojmova teorije recepcije te primjenu na internetsko medijsko okruženje.

Prvi dio rada predstavlja teorijski dio u kojemu se kroz četiri poglavlja iznose činjenice o koronavirusu, ali i borbi protiv njega. Zatim se definiraju osnovni pojmovi teorije recepcije uz navođenje glavnih predstavnika i njihovih teorijskih postavki. Nakon toga objašnjava se važnost i utjecaj *online* medija u doba koronavirusa te glavne značajke medijske recepcije. Sve navedeno predstavlja temelj definiranja medija. Drugi dio rada, analitički dio, predstavlja istraživanje medijske recepcije koronavirusa na trima odabranim portalima: telegram.hr-u, vecernji.hr-u i index.hr-u dana 25. veljače 2020. kada je potvrđen dolazak zaraze u Republiku Hrvatsku. Napravljena je usporedba izvještavanja među medijima kroz osnovne pojmove teorije recepcije kako bi se uvidio način funkcioniranja medijskog informiranja publike. Naime, glavna pretpostavka ovoga rada, odnosno hipoteza jest ta da se osnovni pojmovi teorije recepcije mogu primijeniti i na medijsko *online* okruženje. Druge dvije hipoteze govore kako *online* portal index.hr ima najveći broj članaka o koronavirusu te kako izabrani portali izvještavaju na sličan način s obzirom na specifičnost situacije. Istraživanje je provedeno dvjema istraživačkim metodama: kvantitativnom i kvalitativnom. Kvantitativna metoda poslužila je kako bi se utvrdio točan brojčani podatak, ali i napravila usporedba broja članaka, dok se kvantitativnom analizom proveo dublji uvid u načine izvještavanja. Posebno poglavlje posvećeno je reakcijama publike koja je najvažnija za razumijevanje medijske recepcije koronavirusa. Na samom kraju rada izneseni su dobiveni rezultati te predstavljeni zaključci o temi koja je važna za shvaćanje medijskoga svijeta.

2. Pojava i borba protiv koronavirusa

Krajem 2019. godine, točnije 31. prosinca, kineske vlasti objavile su kako je zabilježeno nekoliko oboljelih od upale pluća u gradu Wuhanu. Oboljeli su imali simptome poput povišene temperature, kašlja i otežanog disanja. Ustanovljeno je kako su bolesnici epidemiološki povezani s boravkom na gradskoj tržnici *Huanan Seafood Wholesale market,* odnosno veleprodajnom tržnicom morskih i drugih životinja. Kineske zdravstvene vlasti su 7. siječnja 2020. godine službeno priopćile kako se oboljele povezuje s novim *koronavirusom*. Kako bi suzbile i spriječile epidemiju kineske su vlasti zatvorile spomenutu tržnicu te poduzele niz mjera poput uvođenja karantene u Wuhanu, ali i drugim gradovima Kine, ograničile zračni prijevoz kao i druge javne transporte te naredile masovne dezinfekcije javnih površina i prostora. Bez obzira na uvođenje navedenih mjera virus se proširio i izvan Kine.[1]

Koronavirusna bolest (skraćeno COVID-19) je zarazna bolest koju uzrokuje novootkriveni koronavirus[2]. Radi se o novom soju virusa koji prije nije primijećen kod ljudi. Koronavirusi cirkuliraju među životinjama, no mogu prijeći i na ljude te se prenositi s čovjeka na čovjeka. Šišmiši se smatraju prirodnim domaćinima ovoga virusa. Trenutni epidemiološki podaci ukazuju na to da se virus brzo širi među ljudima. Procjenjuje se kako jedna zaražena osoba može zaraziti dvije do tri zdravstveno osjetljive osobe.[3] Većina zaraženih osoba doživjet će blage do umjerene respiratorne smetnje uz oporavak bez posebnog liječenja. Veću vjerojatnost za razvijanje ozbiljne bolesti uzrokovane koronavirusom imaju osobe starije životne dobi, osobe s osnovnim medicinskim problemima poput kardiovaskularnih bolesti, dijabetesa, respiratornih bolesti i raka.[4] Simptomi bolesti uzrokovane koronavirusom su: povišena tjelesna temperatura, kašalj, otežano disanje, bolovi u mišićima i umor. U ozbiljnijim slučajevima moguće je javljanje teške upale pluća, akutnog sindroma respiratornog distresa te septičkog šoka koji mogu uzrokovati smrt pacijenata.[5] Struka je izdala i najbolje načine za sprječavanje širenja virusa poput čestog i temeljitog pranja ruku vodom i sapunom, dezinfekcije, izbjegavanja diranja lica, održavanje barem jednog metra udaljenosti s osobama koje kišu i kašlju te ostanak

[1] https://www.koronavirus.hr/kronologija-razvoja-epidemije/59

[2] https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

[3] https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/pitanja-i-odgovori-o-bolesti-uzrokovanoj-novim-koronavirusom/

[4] https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1

[5] https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/pitanja-i-odgovori-o-bolesti-uzrokovanoj-novim-koronavirusom/

kod kuće ako je to moguće. S obzirom na to kako se virus uglavnom prenosi kapljicama iz nosa ili slinom važno je kod kašljanja ili kihanja učiniti to na pravilan način poput onoga u lakat.[6] Neophodno je spomenuti provođenje karantene, tj. izolacije. Osobe koje su bile u bliskom kontaktu s oboljelima bit će stavljene pod aktivni nadzor u samoizolaciju/kućnu karantenu u trajanju od četrnaest dana pri kojoj će mjeriti tjelesnu temperaturu te kontaktirati s epidemiologom ako osjete neke od simptoma. Trenutno ne postoji cjepivo, no provode se brojna medicinska istraživanja kako bi se otkrilo.[7]

U ovom trenutku nije moguće procijeniti koliko će epidemija trajati s obzirom na to kako se radi o novom virusu uz koji se vezuju mnoge nepoznanice.[8] Bazirajući se na Republiku Hrvatsku (u nastavku RH) važno je nabrojiti mjere koje se provode kako bi se širenje virusa spriječilo. Svim poslodavcima i tvrtkama preporučeno je da svoje radnike pošalju kućama – ako je to moguće. Samim time mnogi rade od kuće ili su poslani na godišnje odmore. Ostali, poput medicinskog osoblja, proizvodnih radnika, odgojitelja, novinara, trgovaca te mnogih drugih moraju raditi uz pridržavanja ranije spomenutih mjera.[9] Izdane su i upute kako se trebaju ponašati osobe koje dolaze iz inozemstva.Graničnog policajca mora se obavijestiti iz koje se države dolazi kako bi se moglo utvrditi dolazi li osoba iz područja zahvaćenog novim virusom kako bi se mogle provoditi daljnje mjere.[10] Uz to, važno je spomenuti kako su brojne države uvele ograničenja za putovanja. Preporučuje se otkazivanje ili odgoda putovanja. Ako to nije moguće važno je provjeriti aktualne smjernice za putovanja.[11]

Jedna od strožih mjera jest da su se 16. ožujka ove godine zatvorile sve obrazovne institucije u RH čime se nastava prebacila na *online* način izvođenja.[12] Sagledavajući sve mjere i broj zaraženih, *Sveučilište Oxford* provelo je značajno istraživanje. Objavili su mjerač državnih mjera rangirajući zemlje ovisno o provedenim mjerama, odnosno restrikcija. Istraživači navode kako promatraju osnovne kriterije poput zatvaranja škola, zabrana putovanja, restrikcije javnog okupljanja, zabrane za tvrtke i slično. Zatim spomenute mjere uspoređuju s trenutnim brojem

[6] https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_2

[7] https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/pitanja-i-odgovori-o-bolesti-uzrokovanoj-novim-koronavirusom/

[8] Isto.

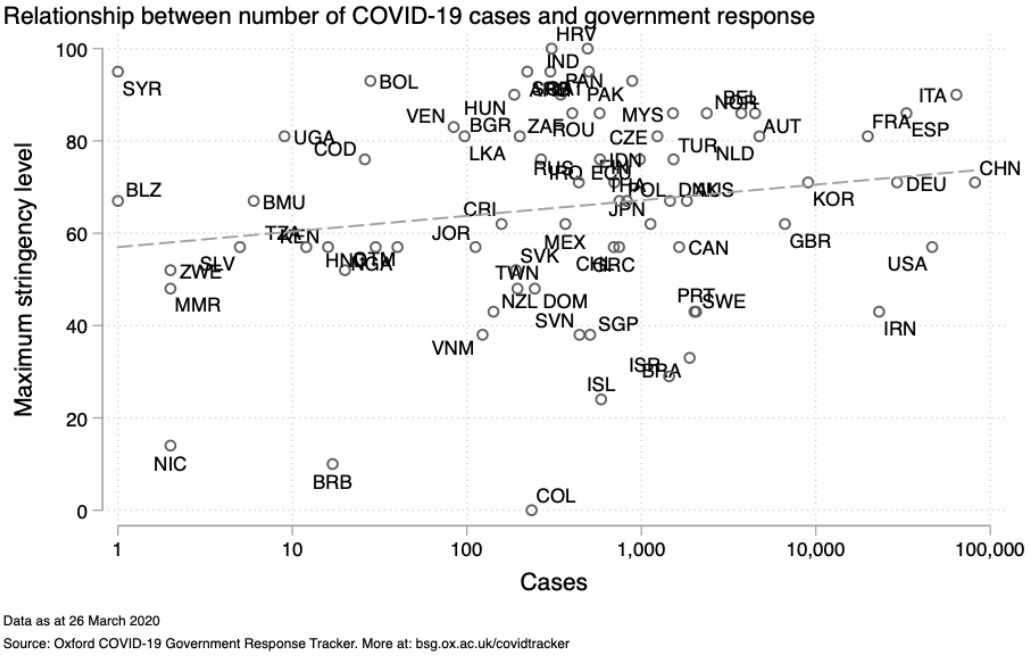
[9] https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/02/Uputa-poslodavcima-i-radnicima-o-postupanju-vezano-uz-koronavirus.pdf

[10] https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Plakat-B1-COVID-19_HR_EN_IT-4.pdf

[11] https://www.koronavirus.hr/o-putovanju/11

[12] https://www.koronavirus.hr/o-skolovanju/13

zaraženih kako bi dobili indeks rigidnosti provedenih mjera. Krajem ožujka došli su do rezultata kako RH provodi najrigidnije mjere na svijetu. Cilj im je ponuditi transparentan uvid u rad svjetskih vlada u borbi protiv koronavirusa.[13]



Slika 2.1. *Istraživanje Sveučilišta Oxford – Veza između broja COVID-19 slučajeva i vladinih odgovora*

Stožer civilne zaštite RH svakodnevnim konferencijama za novinare obavještavao je javnost o broju novooboljelih, izliječenih i umrlih te o ukidanju i provođenju novih mjera. Važno je spomenuti kako je Vlada RH, 14. travnja ove godine, službeno predstavila digitalnog asistenta Ministarstva zdravstva, Andriju, koji je namijenjen zajedničkoj borbi protiv koronavirusa.[14] Komunikacija s Andrijom omogućena je putem aplikacije *WhatsApp*. Aplikacijom se ljude educira kako prepoznati simptome zaraze koronavirusom, na koju adresu se javiti ukoliko je potrebno te također dojavljuje relevantne informacije.[15] S obzirom na navedeno može se zaključiti kako je Hrvatska s dolaskom koronavirusa postupila pravovremeno i ozbiljno.

[13] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/istrazivanje-oxforda-prema-broju-zarazenih-hrvatska-ima-najstroze-restrikcije-na-svijetu/?fbclid=IwAR3O8Pu9D2mjw4nh9auv8Rg4ACo3eDC5-4E317zJgSkuwBIlL82ItLBH-EY

[14] https://andrija.ai/

[15] https://www.koronavirus.hr/najnovije/andrija-prvi-digitalni-asistent-u-borbi-protiv-koronavirusa-u-hrvatskoj-zivi-na-whatsappu/460

Stožer civilne zaštite odlučio je krajem travnja provesti ublažavanje mjera kroz tri faze. Popuštanje mjera predstavio je premijer Andrej Plenković. Prva faza započela je 27. travnja kada su s radom započele sve trgovine (osim onih unutar trgovačkih centara) te sve uslužne djelatnosti (osim onih koje podrazumijevaju bliski kontakt s klijentima), uvedene su gradske i prigradske prijevozničke linije te linije s otocima. Otvorile su se kulturne ustanove, vrhunski sportaši su krenuli trenirati i provode se državni ispiti za prioritetne polaznike. Druga faza započela je 4. svibnja i obuhvaćala je rad javnog i privatnog zdravstvenog sustava u punog opsegu te sve uslužne djelatnosti. Zadnja faza nastupila je 11. svibnja. Omogućeno je okupljanje do deset ljudi, rad trgovačkih centara i predškolskih ustanova. Započela je nastava od prvog do četvrtog razreda te rad s djecom s teškoćama. Provodi se nastava u manjim grupama u visokom obrazovanju, uveden je međužupanijski i domaći zračni prijevoz. Uz poštovanje posebnih epidemioloških mjera krenuo je i rad ugostiteljskih objekata.[16] Početkom lipnja situacija s virusom je u RH krenula nabolje. Nekoliko dana zabilježeno je kako novozaraženih nije bilo[17], no ubrzo se situacija počela pogoršavati.

Na stranicama poput *koronavirus.hr*[18] mogu se pratiti najnovije informacije o koronavirusu koje se mijenjaju iz dana u dan. Brojna su predviđanja, ali nitko sa sigurnošću ne može znati na koji će se način situacija razvijati.

[16] https://vijesti.hrt.hr/607519/vlada-o-popustanju-mjera

[17] https://dnevnik.hr/vijesti/koronavirus/iz-minute-u-minutu-koronavirus-u-hrvatskoj-1-lipnja-2020---607467.html

[18] https://www.koronavirus.hr/

3. Definiranje teorije recepcije

S obzirom na novonastalu situaciju s koronavirusom te pregršt informacija koje mediji objavljuju, u sklopu ovoga rada važno je objasniti temeljne postavke teorije recepcije. Spomenuta situacija donosi obilje informacija i podataka koje primamo na različite načine. Riječ recepcija potječe iz latinskog jezika (lat. *receptio*) te označava primanje, dočekivanje, dok općenito predstavlja primanje, prihvaćanje ili preuzimanje.[19] Pojam korijene vuče iz povijesti prava. U doba renesanse, primjerice, označavao je "prihvaćanje i primjenu rimskoga građanskoga i krivičnoga prava u europskim zemljama" (Von Stackelberg u Tkalec 2010: 69) te je kasnije prenesen i na humanističke znanosti „u kojima obilježava različite oblike prihvaćanja i podržavanja antičkih uzora" (isto). Pojam recepcije u suvremenu književnu teoriju krajem 60-ih godina uvodi konstanička škola estetike recepcije koja je promatra kao mjesto ovjerovljavanja estetičke kvalitete književnog djela umjesto da tu kvalitetu pripisuju samim djelima ili njihovim autorima (usp. Biti u Tkalec 2010: 70).

Važno je spomenuti i neka od ključnih imena teorije recepcije, odnosno teorije čitateljskog odgovora. Promatranjem značenja njihovih postavki doći će se do zaključaka koji se mogu povezati s današnjim promatranjem informacija na mediju interneta, načina na koji *online* mediji plasiraju informacije te kako ih publika prima. Na početku je važno objasniti kako je „formalni ulazak čitatelja u znanost o književnosti" (Lešić u Puškar Mustafić 2017: 35) pokrenula grupa filologa s Hansom Robertom Jaussom na čelu, uz kojega se često spominje i Wolfgang Iser (isto). Također se, nasuprot njima, javljaju i istočnonjemački kritičari Manfred Naumann i Robert Weimann. U Sjedinjenim Američkim Državama, pak, javlja se teorija čitateljske reakcije. "Svi ti autori i škole bave se uglavnom čitanjem, produkcijom, recepcijom i novom produkcijom, horizontom očekivanja, društvenom recepcijom, sociologijom ukusa, iskustvenim kontekstom, tradicijom i selekcijom te društvenom funkcijom književnosti" (Tkalec 2010: 70).

Hans Robert Jauss smatra se utemeljiteljem teorije recepcije prvenstveno vezujući je uz književnost te zastupajući čitatelja kao programsko načelo književnoznanstvene orijentacije. U središte svog proučavanja stavlja način na koji književnost „biva prihvaćena i shvaćena od onih kojima je namijenjena" (usp. Musa i Šušić 2015: 86). Točnije, publike. Time se jedna od njegovih temeljnih teza „bavi idejom kako nijedno književno djelo nije predstavljeno publici kao apsolutna novina" (Jauss u Vandek 2019: 10) čime se želi reći kako publika recepcijom novog

[19] https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=52134

književnog teksta ne zaboravlja svoja znanja o književnosti. U međuodnosu autora, djela i čitatelja – čitatelj nije pasivni dio. Čitateljsko djelovanje prelazi iz pukog „primanja“ u „kritičko razmatranje“, „pasivna“ recepcija prelazi u „aktivnu“. Tipični čitatelj teorije recepcije mjeri se prema trenutačno zadanom sustavu vrijednosti te taj sustav tvori određeni horizont očekivanja kod čitatelja. Jauss horizont očekivanja opisuje kao „mogućnost čitateljske publike da na temelju svoga postojećeg književnog iskustva prima i poima novo književno djelo“ (Jauss u Musa i Šušić 2015: 88). Horizont očekivanja jest nestabilan sustav koji je sklon promjenama (usp. Vandek 2019: 11) te čitateljevo iskustvo samim time može očekivanja djela popraviti, izmijeniti ili samo reproducirati (usp. Jauss u Tkalec 2010: 70). Navedeno Jaussovo učenje prihvaća i Wolfgang Iser koji se detaljnije bavi odnosom teksta i čitatelja kao i pojmom neodređenosti. Smatra kako količina neodređenosti u književnim djelima pripada najvažnijem elementu uključivanja čitatelja u tekst (usp. Iser u Tkalec 2010: 70). U usporedbi s Jaussom, Iser se bavi individualnim tekstom i samim time pokušava dokučiti kako je čitatelj povezan s istim (usp. Holub u Vandek 2019: 11). Karl Robert Mandelkov također se bavio horizontom očekivanja – smatrao je kako ih ima više. Naime, on je horizont očekivanja podijelio u tri različite folije „koje određuju proces recepcije i utječu na njega“ (Mandelkov u Tkalec 2010: 71), a to su horizont očekivanja epohe, očekivanja djela i očekivanja autora (isto). Uz navedene predstavnike javlja se i Stanley Eugene Fish kao predstavnik američke škole teorije recepcije koji je „proučavao čitanje, čitateljske reakcije i interpretaciju književnih tekstova kritičkom metodom nazvanom afektivna stilistika“ (Lešić u Puškar Mustafić 2017: 39). Napominje kako književni tekst „nije i ne bi smio biti stabilna zadana struktura, nego u cijelosti mjesto neodređenosti“ (Puškar Mustafić 2017: 39) – za razliku od Isera. To znači da je tekst ovisan o čitatelju, odnosno načinu na koji ga on razumije i interpretira (isto). Drugačije temelje teorije recepcije postavili su istočni Nijemci Manfred Naumann i Robert Weimann koji su protivnici Jaussove estetike recepcije. Njihova teorija polazi od književne recepcije koja „predstavlja proces u kojemu čitatelj stupa u izvjestan odnos prema jednom specifičnom predmetu, koji je autor stvorio u jednom specifičnom procesu i koji je prošao kroz sfere povijesno-društvene cirkulacije prije no što je stigao u ruke čitatelja…“ (Tkalec 2010: 71). Navedenim procesom nastaje sistem odnosa između autora, djela i čitatelja, procesa pisanja, čitanja i cirkulacije književnosti koji se međusobno određuju (isto). Navedeno će poslužiti kao temelj promatranja načina izvještavanja o koronavirusu izabranih *online* medija te će biti istraženo mogu li se navedeni procesi (horizont očekivanja, način primanja informacija, iskustveni kontekst, međuodnos autora, djela i čitatelja, kritičko razmatranje, aktivna recepcija, neodređenost…) primijeniti na *online* medijsko okruženje. Spomenuto će biti prikazano u sljedećim poglavljima.

4. Važnost i utjecaj *online* medija u vrijeme koronavirusa

„*Online* mediji pokrivaju raznorodna područja, kao što su političko-informativne vijesti, *lifestyle*, sport, horoskop, zabava, gospodarstvo, kultura, znanost, automobili – slično kao u dnevnim novinama“ (Đurović u Brautović 2011: 32). Medij je skup materijala od kojega je napravljen određeni sadržaj: „Može biti samo jedan medij (npr. tekst), više medija (npr. tekst i fotografije) ili multimedija (tekst, fotografije, videozapis, grafički prilozi, animacije, zvuk i dr.)“ (Paul i Fiebich u Brautović 2011: 42). Mediji na internetu imaju karakteristike masovnosti. Njihovi su korisnici aktivni, sami biraju medije koji im daju informacije ovisno o njihovim interesima. Svrha im je informiranje korisnika neovisno o vrsti sadržaja. Važno je uočiti kako ostvaruju masmedijski učinak ili imaju potencijala za spomenuto (usp. Brautović 2011: 11 i 13). S obzirom na to može se zaključiti kako je moć masovnih medija nedvojbeno velika: „Neki kažu nekontrolirano snažna, utjecajna i sposobna mijenjati svijet. Oni realniji i bolje obaviješteni o medijskoj zbilji nisu skloni preuveličavati moć medija nego je procjenjuju prema njihovoj društvenoj ulozi“ (Malović 2005: 53). Situacija s koronavirusom pokazala je koliko je utjecaj medija velik – mogu utjecati na obaviještenost, stav i promišljanje pojedinca. Pri tome, najveći utjecaj imaju kada se pojavi situacija koja dosad nije viđena niti istražena. Mediji su tada najčešće jedini izvor obavještenosti pojedinaca te im publika, često, u potpunosti vjeruje. U takvim prilikama treba biti oprezan pri odabiru medija, odnosno izvora informiranja.

Vjerodostojnost, sloboda, profesionalizam te djelovanje medija u službi javnosti postale su upitne odrednice. Gordana Tkalec i Iva Rosanda Žigo navedeno su opisale na skupu *7th Euroacademia International Conference: The European Union and the Politicization of Europe* koja se održala u Belgiji 25. i 26. siječnja 2019. godine. Tema izlaganja bila je *Medijska recepcija izbjegličkog vala u predschengenskim zemljama* (engl. *The media reception of the Refugee Wave in the European Countries outside the Schengen Area*) gdje su navele neke od problema povezanih s medijima: „Danas sve izraženiji problemi postaju načini funkcioniranja globalnih medija; izrazit i gotovo nekontroliran napredak informacijsko-komunikacijskih tehnologija, novi načini i sadržaji prenošenja informacija, ali i njihovih otkrivanja, velik pritisak na novinare i medijske slobode, upitna etičnost medijskih napisa i banalizacija struke s jedne i progon novinara s druge strane kao i sve veća važnost ICT-a u svakodnevnom životu i stvaranju stavova stavlja suvremeno novinarstvo, ali i suvremeno društvo, pred veliku prekretnicu koja će

svakako trajno i nepovratno obilježiti vrijeme koje je pred nama.“[20] Primjetno je kako u „kriznim situacijama i u slučaju događaja koji su jako važni za društvo“ (Brautović 2011:12), poput koronavirusa, korisnici prelaze s klasičnih medija na internetske. Do toga dolazi zato što internet nudi mogućnost brzog informiranja i dobivanja dodatnih informacija (isto).

Masovni mediji imaju četiri temeljne funkcije, a to su informacija, zabava, uvjeravanje i transmisija kulture (usp. Black i Bryant u Malović 2005: 55). Publika, uz navedene funkcije, od svakog medija zahtijeva određenu specifičnost. To znači kako sama odlučuje koji će medij konzumirati ovisno o informacijama koje želi primiti (usp. Malović 2005: 55). Samim odabirom mrežnih medija, naspram klasičnih, publika može primijetiti glavnu prednost: ne postoji ograničenje za vrijeme i prostor. Naime, „*online* mediji preko interneta imaju globalni doseg, a internet omogućuje da se novosti objavljuju neposredno nakon događaja ili čak u stvarnom vremenu“ (Brautović 2011: 14).

Utvrđena su najmanje četiri modela *online* medija: dvadesetčetverosatni model, model oglasni prostor zajednice, nadomjestni model i ekskluzivni model. Navedeno je Bruce Garrison (u Brautović 2011: 14 i 15) opisao u tablici koja slijedi.

Tablica 4.1. *Četiri modela online medija*

Model	**Opis**
dvadesetčetverosatni model (engl. *24-hour-a-day continues news model*)	„*Online* medij koji radi na načelu objavljivanja novosti tijekom 24 sata. Obično se objavljivanje novosti prilagođava vremenskoj zoni u kojoj se nalazi taj medij, pa se najviše novosti objavi u vrijeme najveće posjećenosti (od 10 ujutro do 5 sati poslije podne). Pojedini mediji takav način objavljivanja primjenjuju samo u kriznim situacijama. Većina *online* medija nastoji objavljivati novosti tijekom 24 sata, ali to ovisi i o tome koje geografsko područje pokrivaju.“

[20] Izlaganje na skupu:http://euroacademia.eu/presentation/the-media-reception-of-the-refugee-wave-in-the-european-countries-outside-the-schengen-area/

model oglasni prostor zajednice (engl. *community bulletin board site model*)	„Osim novosti, nudi i informacije o zajednici, poput novosti u umjetnosti, vremenske prognoze i novosti iz gospodarstva“.
nadomjestni model (engl. *supplementary news site model*)	„Iskorištava gotovo neograničen prostor na internetu kako bi proširio sadržaj koji objavljuju klasični mediji. Sadržaj takvih *online* medija obično je originalan ili jedinstven u odnosu prema drugim izvorima. Mnogi lokalni *online* mediji primjenjuju taj model.“
ekskluzivni model (engl. *exclusive news site model*)	„Rabe ga *online* mediji koji objavljuju sadržaje koji nisu objavljeni nigdje drugdje. Model je vrlo skup i ekonomski teško održiv.“

Većina hrvatskih internetskih medija pripada dvadesetčetverosatnom modelu i modelu oglasnog prostora zajednice. Svojim djelovanjem „mediji mogu ostvariti višestruko pozitivnu ulogu u razvoju nekog društva, zemlje ili kad obavještavaju o nekim bitnim novinama u životu“ (Malović 2005: 55). Imaju veliku moć – u demokratskim društvima s trodiobnom vlašću smatraju se četvrtom, dok ih neki nazivaju sedmom silom (isto, 53). Važno je napomenuti kako ne spašavaju niti uništavaju društvo nego to rade oni koji imaju pristup medijima i koji ih znaju koristiti te odrediti njihov pozitivan i negativan doprinos društvu (Hiebert i dr. u Malović 2005: 54). Mediji šalju poruke, a primatelj sam određuje što će učiniti s medijem – hoće li određenu poruku prihvatiti ili ne. Ta se teorija naziva teorija zadovoljavanja potreba u kojoj se fokus stavlja na samog primatelja poruke, a ne na cjelokupni proces komunikacije. Inicijatori teorije bili su Jay Blumler i Elihu Katz „koji su smatrali da su ljudi sposobni donositi vlastite zaključke na osnovu medijskih informacija, neke poruke prihvatiti, a druge odbaciti, koristiti medije na različite načine iz različitih razloga u različitim životnim periodima“ (Hromadžić i Popović 2010: 100). U ovome radu važno je oboje – i pošiljatelj poruke, u ovom slučaju *online* mediji, ali i primatelj poruke, odnosno publika.

Mediji informiraju publiku, a informiranje bi trebalo biti ažurno, objektivno, uravnoteženo i privlačno (Bešker i Obad 2004: 24):

- ažurno: nijednu informaciju ne treba držati na ledu, nego je pripraviti i objaviti čim se za nju dozna, bez obzira na to kome to šteti ili koristi

- objektivno: da ne izostavljamo nijedan bitan element priče, da ton ne bude navijački te da se svim relevantnim akterima dade prilika da iznesu svoje stajalište
- uravnoteženo: načelo balansa ili odmjerenosti zapovijeda da se događaju ne daje ni veći, ni manji značaj od zbiljskoga
- privlačno: informacija je roba na tržištu i kupca treba privući atraktivnošću opreme, ali i zadržati kvalitetom i zanimljivošću, a to je moguće samo informiranjem o svemu što bitno interesira kupca informacije – sve građane u glasilima općeg tipa, odnosno ciljanu skupinu u tematskim glasilima

S razvojem medija i medijska publika postaje aktivnija, mijenja se. Sve više sudjeluje u kreiranju medijskog sadržaja, ali se razvija i u pogledu primitka poruka. „Medijski sadržaj postaje kompleksan spoj diskursa, ideologija i značenja proizvedenih u aktivnom suodnosu medijskog sadržaja/teksta i medijskog receptora/čitatelja (gledatelja, slušatelja…)“ (Hromadžić i Popović 2010: 106 i 107).Važno je napomenuti kako praćenje masovnih medija pojedincu postaje glavna aktivnost u slobodno vrijeme „koja prosječno u tjednu dostiže vrijeme koje je potrebno za egzistencijalne životne aktivnosti“ (Stanković 1987: 89). Upravo zbog spomenutoga važno je provjeriti i utvrditi na koji način mediji, u izvanrednim situacijama kao što je koronavirus, šalju poruke te kako ih publika prima.

5. Medijska recepcija

Bazirajući se na mrežne medije važno je napomenuti kako autori strukturiraju djelo, a publika ga tumači prema interpretativnim zajednicama. Pripadnici jedne zajednice ne mogu se u potpunosti udružiti u činu čitanja. Razlike mogu biti rodne, rasne, kulturalne i drugo. Najvažnija postavka jest da se „konačan ishod čitanja ne može previdjeti“ (Fish u Tkalec 2010: 71). Jednostavnije – bez obzira na poruku koju je autor htio poslati ne mora značiti kako će je čitatelj dokučiti ili shvatiti na točno zamišljen način. Naprotiv, čitatelj poruku može shvatiti na potpuno drugačiji način od autorove zamisli. Tada se pojavljuje „aspekt teksta protiv aspekta čitanja“ (isto). Stuart Hall je spomenutu tezu postavio u tekstu *Kodiranje/dekodiranje* (u Hromadžić i Popović 2010: 101) gdje napominje kako „dekodiranje teksta može biti u potpunoj opoziciji spram komunikativne namjere kodera“. Opisi autorice Tkalec (2009: 52) o književnosti na internetu mogu se preslikati i na medijske *online* napise. Proučavajući ih, ne smijemo se baviti samo tekstom. Moramo odgovoriti izazovima suvremenosti, sagledati realnu sliku. U obzir se, osim teksta, mora uzeti hipertekstualno i hipermedijalno okružje i izaći iz dosadašnjih okvira. Napominje kako je tekst na internetu dobio „svoj novi oblik pojavnosti, ali ta pojavnost nametnula mu je i novi kontekst koji više nije samo društvena zbilja u kojoj je taj tekst nastao, nego direktne „naljepnice“ polijepljene uz tekst koje nose vlastitu poruku, a koja može biti dijametralno suprotna poruci teksta, a da to nikoga ne smeta“ (isto).

Postoji nekoliko karakteristika interneta koje je potrebno spomenuti kako bi se shvatile temeljne postavke, ali i važnost medijske recepcije:

- neposrednost,
- interaktivnost,
- multimedijalnost,
- nelinearnost,
- povezivanje poveznicama i
- arhiviranost.

Karakteristika koja događaj ili predmet približava korisniku jest neposrednost. „Pri tome je cilj medija postati nevidljiv, tako da korisnik ima dojam da se nalazi u središtu događanja“ (Lewis u Brautović 2011: 44). Novinarstvo na internetu ima karakteristiku neposrednosti koju klasični mediji nemaju. Raznovrsnošću nude velik broj ljudi i mnogo događaja koji su vezani za temu. Zatim je važna sposobnost čuvanja i prikazivanja informacija koje se zbog neograničenog prostora mogu konstantno nadopunjavati. Kvalitetu mogu postići tako da eventualne pogreške mogu vrlo lako ispraviti te objaviti ispravnu informaciju. Prednost internetskih medija je davanja

cijelog konteksta o određenoj temi u trenutku događanja – važan parametar pri izvještavanju uživo. Postoje i određeni nedostaci neposrednosti: „Nedostatak je neposrednosti u *online* novinarstvu to što upravo zbog lagane izmjene sadržaja često ne postoji kontrola informacija na razini na kojoj je prisutna u tradicionalnim medijima, pa se obradi informacije pridaje manja pozornost“ (Stovall u Brautović 2011: 44 i 45). Kao čest razlog popularnosti interneta navodi se interaktivnost. Može podrazumijevati interaktivnost između dviju ili više osoba putem računala ili sa samim računalom (usp. Brautović 2011: 45). Uz interaktivnost sve više do izražaja dolazi i multimedijalnost. Hoogeveen (u Brautović 2011: 47) je definirao multimediju kao „svojstvo sustava ili predmeta da se radi predstavljanja medija koristi kombinacijom različitih načina pobuđivanja osjetila, poput govora, glazbe, teksta, grafičkih priloga, animacije i videozapisa“. Mnoga istraživanja pokazuju utjecaj multimedije na proces pamćenja informacija: najlakše se pamte informacije u tekstualnom obliku, ali dodajući fotografije, videozapise i audiozapise pamćenje postaje još uspješnijim (Zerba u Brautović 2011: 47). Iz navedenoga se može zaključiti kako osim teksta na internetu utjecaj na percepciju medija imaju i svi ostali popratni sadržaji. Još jedna od prednosti jest nelinearnost koja „označuje pohranu i prikaz informacija u posebnom rasporedu ili slijedu“ (De Wolk u Brautović 2011: 48). Tako je publici omogućeno da odmah preuzme informacije koje želi bez pregledavanja cijelog sadržaja čime se „ostvaruje interaktivni proces čitanja pri kojemu čitatelj aktivno odabire vlastite putove kroz priču, pristupajući njezinim dijelovima nelinearno, odnosno po redu koji njemu odgovara“ (Massey u Brautović 2011: 49). Iz toga proizlazi kako korisnik medija sam odabire kojim će informacijama pristupiti bez obzira na cjelokupnost plasiranih poruka. Sažetkom i naslovom na početnoj stranici *online* medija započinje idealna nelinearna priča, odnosno prvi susret s čitateljem, dok se na nekoj unutrašnjoj stranici nalazi cijela priča (isto). Čitatelj je taj koji određuje hoće li pristupiti cijeloj priči ili ne. Autorov zadatak jest pokušati privući čitatelja na spomenuto. Još jedan način zadržavanja korisnika na medijskom sadržaju jest povezivanje poveznicama. Poveznice između različitih sadržaja potiču korisnike na daljnju konzumaciju sadržaja. Arhiviranost, s druge strane, omogućuje pohranjivanje i ponovno prikazivanje informacija (Brautović 2011: 50). Upravo zbog opisanih karakteristika interneta publika često pribjegava mrežnim medijima kao početnim izvorima informiranja.

Novinaru je važno kako su ljudi doživjeli njegov sadržaj – jesu li zadovoljni ili imaju primjedbe – jer „ni najbolja vijest nema razloga ni svrhe ako nije došla do čitatelja, slušatelja i gledatelja“ (Malović 2005: 57). Epidemija koronavirusa pripada u kategoriju velikih svjetskih zbivanja koju promatraju ljudi na cijeloj zemaljskoj kugli. To su pojedinci koji imaju vlastita shvaćanja, znanja, sklonosti, opredjeljenja… „Publika nije jedinstvena i svaki njezin pripadnik veoma osobno doživljava ono što mu masovni mediji prenose“ (isto,58). Spomenuti odnos

između publike i djela Hans Robert Jauss je postavio u dvije ravnine: sinkronijsku i dijakronijsku. Sinkronijska razina podrazumijeva susret između djela i njegovog suvremenog čitatelja, dok dijakronijska razina označava susret između djela iz prošlosti sa svim čitateljima kroz povijest pa sve do današnjih. Internet ne poznaje dvije ravnine s obzirom na to da se rijetko bavi prošlošću što pokazuje kako je „njegov čitatelj nužno suvremeni čitatelj koji se s djelom nalazi isključivo u sinkronijskoj razini“ (Tkalec 2010: 72). Bez obzira što publika može posegnuti za starijim djelima, u ovom slučaju *online* člancima, čitatelj ostaje suvremen i susret se događa u sadašnjosti što predstavlja sinkronijsku razinu (isto). Ako internet gledamo samo kao prijenosnika poruka onda možemo zaključiti kako prikazuje stavove onih koji prenose poruke. Poruka može imati jaču snagu „zbog tehničke usavršenosti računala te je odaslana poruka umotana u mnogo šareniji i sjajniji omot“ (Tkalec 2009: 53). Izmijenjeni su načini pripreme, pisanje i prezentiranje informacija pa stoga razlikujemo četiri vrste *online* novinarskih formi: pisane forme, audioforme i videoforme, fotogalerije i infografike (usp. Brautović 2011: 54). Često članci sadrže sve navedene forme što istodobno može privući pozornost, ali i djelovati zbunjujuće. Čitatelj se tako može interaktivno uključiti na razne načine te se tada čitalačka aktivnost ne svodi samo na čitanje. Nepobitno je njegovo sudjelovanje u komunikacijskom procesu nakon čega može doći do motivacije i raznih obrazaca društvenog ponašanja (usp. Tkalec 2010: 73). Iz navedenoga se može zaključiti kako informacijsko-komunikacijske tehnologije donose društvene promjene (usp. Tkalec 2013: 160) što ponovno pokazuje koliko medijski utjecaj može biti velik.

Složen medij kao što je internet možemo proučavati potpuno odvojeno od realnoga svijeta i analizirati samo informacije koje se nalaze u *online* svijetu (usp. Tkalec 2013: 160) kako bismo mogli doći do zaključka o različitim načinima prezentiranja medijskih informacija, utjecaju te značenju za publiku. Brautović (2011: 32) navodi kako „u pojedinim *online* medijima novinar svakoga dana prosječno proizvede do 20 različitih napisa (sadržaja)“. Jedno od važnijih pitanja ovoga rada jest koliko prosječno određeni medij proizvede sadržaja u danu o izvanrednoj situaciji kao što je epidemija koronavirusa? Odgovor na to pitanje bit će prikazan u jednom od sljedećih poglavlja.

Takve ozbiljne situacije predstavljaju određeno razdoblje, odnosno epohu. S obzirom na to, važno je objasniti podjelu horizonta očekivanja. Karl Robert Mandelkov je spomenuto podijelio na očekivanje epohe, djela i autora. Zbog raznih internetskih mogućnosti, ali i novonastale situacije s virusom, moguće je očekivati „začudna, moderna, čak šokirajuća djela uvijek na samom rubu konvencionalnosti ili još bolje preko njega“ (Tkalec 2010: 73) koja mogu izazvati ozbiljne reakcije i osjećaje. Autore, u ovom slučaju novinare, je moguće povezati uz napisana djela koja postaju mjerilom (isto). To znači kako pojedine novinare možemo povezati s

određenim načinom pisanja, možemo pretpostaviti kakav će sadržaj isporučiti publici. To se može odnositi na teme o kojima piše, stil pisanja, rječnik, opremu teksta i slično. „Djela na internetu moraju biti, na neki način, ekscentričnija od tiskanih djela jer su se takva djela na internetu pojavljivala od nekomercijalnih početaka međumrežja pa se sada od svih djela očekuje da imaju dio takvih osobina“, objašnjava Tkalec (2010: 73). Suprotna kategorija od očekivanja djela je očekivanje autora. Autor (novinar) ima očekivanja od vlastitog djela/sadržaja, publike, ali i od medija. Od vlastitog djela očekuje prvenstveno kako će privući čitatelje, od publike kako će shvatiti i prihvatiti prenesenu poruku, dok od medija očekuje mogućnost korištenja svih njegovih prednosti (isto). Spomenute prednosti treba pokušati maksimalno iskoristiti. Tekst služi kako bi autor riječima publici objasnio situaciju, događaj ili pojavu o kojoj piše, multimedijom upotpunjuje tekst, a interaktivnošću uključuje korisnika (usp. Brautović 2011: 54). Ponekad autori ne iznesu sve informacije koje su im dostupne, već stvore „neodređenost koja omogućuje prilagođavanje teksta individualnim sklonostima čitatelja“ (Tkalec 2010: 73) što se, prema Wolfgangu Iseru, naziva funkcija praznih mjesta. Time se postiže još veća čitateljeva uključenost u konstruiranje smisla teksta. Upravo takvim interaktivnim čitateljevim sudjelovanjem ističe se apelativna struktura tekstova koja je prema Iseru najvažniji element uključivanja čitatelja u tekst. To se može povezati s velikim utjecajem interneta na globalna društvena zbivanja, ali i na djelovanje pojedinaca (isto).

Internet je promijenio način na koji ljudi konzumiraju medije. Zbog slobodnog protoka informacija dolazi do veće opasnosti od zloupotrebe, odnosno, u slučaju mrežnih medija, do promocije nezakonitih i štetnih sadržaja[21]. „(…) sa svojom masom mahom neobrađenih informacija i podataka često se smatra nepouzdanim, lažljivim i apsolutno neznanstvenim medijem“ (Tkalec i Žigo 2018: 312). No,nudi nove načine komunikacije za razmjenu ideja[22]. Moralnost je često izostavljena u *online* okruženju, dok se individualna recepcija ističe kao jedna od najvažnijih značajki (usp. Tkalec 2010: 74) što pojedinca stavlja u poziciju u kojoj sam može odlučivati čemu će vjerovati.

[21] https://www.osce.org/files/f/documents/5/9/104555.pdf

[22] Isto.

6. Istraživanje medijske recepcije koronavirusa na hrvatskim mrežnim portalima

U sklopu ovoga rada provedeno je istraživanje o medijskoj recepciji koronavirusa u okviru *online* medija. Analizirani dan je 25. veljače 2020. godine, odnosno dan kada je u RH službeno potvrđen prvi slučaj zaraze koronavirusom. Spomenuti dan izabran je iz razloga što se smatra prijelomnim – sam događaj očekivan je dulje vrijeme. Svakodnevnim praćenjem medijskih objava o koronavirusu dobiva se dojam kako je medijski sadržaj sličan te je samim time proučavani period od jednoga dana relevantan za analizu. Od *online* medija odabrana su tri: telegram.hr[23], vecernji.hr[24] i index.hr[25]. Cilj istraživanja jest utvrditi na koji su način odabrani mediji izvještavali o koronavirusu, odnosno kakva je slika stvorena te kako je publika primila prenesene poruke. Radom se želi istražiti mogu li se temeljni pojmovi teorije recepcije primijeniti u mrežnom medijskom okruženju.

Istraživanje je provedeno dvjema istraživačkim metodama: kvantitativnom i kvalitativnom. Istraživanja u sklopu kvantitativne metode uključuju brojeve i „oblikovana su kako bi osigurala objektivnost, pouzdanost i mogućnost poopćavanja“ (Tkalac Verčić; Sinčić Ćorić i Pološki Vokić 2010: 16), dok je kvalitativna metoda „po svojoj logici i prirodi otvorena i svrha joj je dublji uvid i razumijevanje istraživanog problema“ (isto, 18). U ovome radu kvantitativnom metodom jednostavno su pobrojani tekstovi o koronavirusu na dan 25. veljače 2020. godine na odabranim portalima. Istraživanje je provedeno tako što je u tražilice portala upisana ključna riječ, u ovom slučaju koronavirus, čijom je pretragom omogućen dolazak do rezultata koji će biti prikazani u sljedećim potpoglavljima. Spomenutom brojčanom analizom željelo se istražiti koja je razlika u količini članaka od medija do medija. Drugom metodom, kvantitativnom, prikazat će se dublji uvid u medijsku recepciju koronavirusa u *online* okruženju. Sadržaj vezan za koronavirus, na odabranim medijima, analiziran je tako što su podaci poput autora, naslova, fotografija, sadržaja teksta, duljine, broja prikaza, žanra, rubrike i komentara ispisivani u tablice nakon čega je spomenuto provučeno kroz osnovne pojmove teorije recepcije poput horizonta očekivanja, količine panike, funkcije praznih mjesta, poruke teksta, vjerodostojnosti i slično.

U istraživanju je važno postaviti početne hipoteze:

[23] https://www.telegram.hr/

[24] https://www.vecernji.hr/

[25] https://www.index.hr/

1. Osnovni pojmovi teorije recepcije primjenjivi su na *online* medijsko okruženje i na načine izvještavanja o koronavirusu
2. S obzirom na najveću čitanost, portal index.hr objavio je najviše sadržaja vezanih za koronavirus na dan 25. veljače 2020. godine
3. Specifičnost situacije uvjetuje da izabrani mrežni mediji izvještavaju na sličan način o koronavirusu

U nastavku će biti prikazano provedeno kvantitativno i kvalitativno istraživanje pojedinačno na sva tri odabrana mrežnih portala dok će u zadnjem poglavlju biti prikazana usporedba odnosno razlike u izvještavanju i doneseni zaključci.

6.1. Medijska recepcija koronavirusa *online* portala telegram.hr

U sljedeća dva potpoglavlja bit će prikazana medijska recepcija koronavirusa na *online* portalu telegram.hr[26]. Portal pripada Telegram Media Grupi, najvećem *digital-only* izdavaču u Hrvatskoj s 1,2 milijuna jedinstvenih korisnika mjesečno. Glavni izvršni ravnatelj je Miran Pavić. „Vodeći news portal nove generacije, za ljude koje zanima kako će svijet izgledati za 20 godina. Originalne istraživačke priče i reportaže iz prvog lica, društveni komentari i pogled iza pozornice, u suštinu događaja“.[27] Dva posljednja navoda razlog su zašto je portal uvršten u analizu. Brojke pokazuju kako je telegram.hr uspješan u želji da sadržaj donose na drugačiji način. U nastavku će biti prikazano na koji je način spomenuti portal izvještavao o koronavirusu 25. veljače 2020. godine, odnosno na dan kada je potvrđen prvi slučaj koronavirusa u RH.

6.1.1. Kvantitativna metodologija istraživanja – telegram.hr

Kvantitativnom analizom na *online* portalu telegram.hr istraženo je kako je 25. veljače 2020. godine objavljeno petnaest tekstova. Baziraju se na vijestima iz RH. Ukoliko objavljuju informacije iz svijeta onda je to sadržaj koji se tiče i RH. Vrše selekciju vijesti – naglasak je na kvaliteti, a ne na kvantiteti što je važno kako bi se izbjeglo nepotrebno gomilanje sadržaja koji, ukoliko ga ima previše, može zbuniti publiku.

[26] https://www.telegram.hr/

[27] http://telegramgrupa.hr/

6.1.2. Kvalitativna metodologija istraživanja – telegram.hr

Na dan 25. veljače 2020. godine portal telegram.hr, prije objave o potvrdi prvog slučaja zaraze koronavirusom u RH, plasirao je dva teksta o novonastalom virusu. Prvi tekst naslova „Ivan Đikić, naš najcjenjeniji znanstvenik, smiruje paniku oko koronavirusa; SARS i MERS bili su opasniji, ljudi se moraju smiriti“[28] napisala je novinarka Zdravka Grund. Već se samim opširnim naslovom ukazuje na poruku koju prenosi znanstvenik Ivan Đikić. S obzirom da se radi o hrvatskom znanstveniku, horizont očekivanja publike je velik što se može vidjeti i po broju preporuka koji iznosi 2665. U tekstu, koji žanrovski pripada vijesti, iznose se teze spomenutog znanstvenika koji smatra kako se svijetom proširila prevelika panika. Spominju se bolesti poput SARS-a i MERS-a za koje napominje kako su bile opasnije od koronavirusa te kako nema mjesta panici. Također, informacijom kako će koronavirus nestati može doći do smanjenja panike među publikom. U sljedećem tekstu[29], komentaru autora Goranka Fižulića iznosi se mišljenje o trenutnoj situaciji. Spominju se najnovije brojke, ali i lažiranje istih. Smatra kako će koronavirus postati najvažnija tema o kojoj će se pričati te iznosi stav o stanju medija u vrijeme koronakrize: „Nikoga više neće zanimati masoni, postat ćemo eksperti za epidemije virusa i njihova suzbijanja, a u medijima sve što nije u vezi s koronavirusom jedva da će dobiti prostor i vrijeme. (…) Tako će i Hrvatska još jednom naučiti lekciju kako je beznačajno mala i ovisna o stvarima na koje nikako nije mogla utjecati“. Tekst koji šalje potpuno suprotnu poruku od prethodnoga može izazvati osjećaj panike i zabrinutosti. Neobično je primijetiti kako u spomenutom tekstu nema fotografija, čak ni naslovne, čime je pozornost publike u potpunosti usmjerena na tekst.

[28] https://www.telegram.hr/zivot/ivan-dikic-nas-najcjenjeniji-znanstvenik-smiruje-paniku-oko-koronavirusa-sars-i-mers-bili-su-opasniji-ljudi-se-moraju-smiriti/

[29] https://www.telegram.hr/price/analiza-sto-ce-se-dogadati-nakon-sto-se-u-hrvatskoj-potvrdi-prvih-5-6-slucajeva-koronavirusa/



Slika 6.1.2.1. *Komentar Goranka Fižulića (tekst nije opremljen fotografijama), telegram.hr, 25. veljače 2020.*

Nakon toga je veliku pozornost publike privukla vijest o prvoj zaraženoj osobi u RH: „Potvrđen prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj“[30]. Novinar Vedran Vrabec prenio je izjavu premijera Andreja Plenkovića koji je potvrdio prvi slučaj zaraze. Ovdje se ističe horizont očekivanja djela s obzirom da se spomenuti trenutak iščekivao. Ovakve vijesti novinari često nazivaju prijelomnima – donose iznimno važne informacije koje mogu značiti početak određenih promjena.



Slika 6.1.2.2. *Vijest o prvoj zaraženoj osobi koronavirusom u RH, telegram.hr, 25. veljače 2020.*

[30] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/potvrden-prvi-slucaj-koronavirusa-u-hrvatskoj/

Na portalu se, osim informacija iz RH mogu pronaći i one iz svijeta. Primjerice, tekst naslova „Zbog Talijana zaraženog koronavirusom tisuću gostiju jednog hotela na Tenerifima stavljeno je u karantenu“[31] objavljen je s obzirom na ozbiljnost situacije. Objašnjava se tijek događaja te poduzete mjere. Ostale vijesti iz inozemstva tiču se stanja u susjednim zemljama te nekolicine važnih događaja poput prevara u Italiji. Zanimljiv izvještaj[32] objavljen je od strane autora Ivana Luzara. Naime, radi se o fotogaleriji u kojoj se osim fotografija nalazi kratki izvještaj o internetskim oglasima u kojima pojedinci prodaju medicinske maske po mnogo većim cijenama nego je uobičajeno. Horizont očekivanja autora zapravo prikazuje autorovu želju da publiku upozori na pojavu povećanja cijena medicinskih maski koja je uslijedila s pojavom koronavirusa. Izvještaj zapravo služi kao apel te može utjecati na odluku pojedinca o kupnji, odnosno o izbjegavanju spomenutih oglasa.



Slika 6.1.2.3. *Izvještaj o prodaji zaštitnih maski u vrijeme koronavirusa, telegram.hr, 25. veljače 2020. godine*

[31] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/zbog-talijana-zarazenog-koronavirusom-tisucu-gostiju-jednog-hotela-na-tenerifima-stavljeno-je-u-karantenu/

[32] https://www.telegram.hr/fotogalerije/zivot/neki-genijalci-dosli-su-na-super-ideju-za-biznis-prodaju-maske-po-njuskalu-cijene-su-sulude/

Informacija o prvoj zaraženoj osobi upotpunjena je tekstom sljedećeg naslova: „Šefica Klinike Fran Mihaljević objavila nove informacije o mladiću zaraženom koronavirusom“[33]. U samome naslovu ističe se riječ „šefica“ kojom se naziva Alemku Markotić, ravnateljicu Klinike dr. Fran Mihaljević u Zagrebu. Upotrebljava se žargonizam koji može imati i pejorativno značenje. Autoričina je želja približiti ju publici. Novinarka, Zdravka Grund, prenosi informacije koje je dala Alemka Markotić o zaraženom mladiću i trenutnim nalazima testiranja koji se čekaju. Izjava „Sve se odvija po planu“ može izazvati osjećaj povjerenja. Publika, u ovom slučaju, ima veliki horizont očekivanja od stručnih osoba za koje smatraju kako su najodgovornije za razvitak situacije u RH koju je također zahvatila epidemija koronavirusa.

Publika često više vjeruje tekstovima u kojima je određeni događaj ili situacija ispričana iz perspektive pojedinca. Primjerice, tekst „Pričali smo s Talijanom čiji je grad blokiran zbog koronavirusa: detaljno nam je opisao kakav kaos tamo vlada“[34] pripada reportažnom intervjuu u kojemu Talijan Mauro Visigalli iz vlastite perspektive prepričava situaciju u Italiji. Opisuje se blokada talijanskog grada Codogna iz kojega nitko ne smije ući niti izaći. Visigallijeve izjave poput: „Moja majka već tjedan dana leži u kući s visokom temperaturom, ali ne uspijeva dobiti nikoga na brojeve telefona koji su otvoreni kao krizne linije. (…) Čuo sam od jednog načelnika općine kako tvrdi da u ovom trenutku čak nema dovoljno testova kako bi provjerili sve koji pokazuju simptome bolesti“ mogu stvoriti osjećaj empatije, čak i straha da se isto ne dogodi u RH. U svakom slučaju, publika ima više povjerenja u informacije poput ovih u kojima pojedinac opisuje situaciju iz vlastite perspektive čime priča djeluje vjerodostojno i uvjerljivo. Iz toga proizlazi kako je horizont očekivanja djela visok s obzirom na informacije koje se dobivaju „iz prve ruke“. Zanimljivo je primijetiti kako se ponekad više vjeruje „običnim“ ljudima nego, primjerice, znanstvenicima.

[33] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/sefica-klinike-fran-mihaljevic-objavila-nove-informacije-o-mladicu-zarazenom-koronavirusom/

[34] https://www.telegram.hr/zivot/pricali-smo-s-talijanom-ciji-je-grad-blokiran-zbog-koronavirusa-detaljno-nam-je-opisao-kakav-kaos-tamo-vlada/

NITKO NE ODGOVARA NA POZIVE MJEŠTANA

"Moja majka već tjedan dana leži u kući s visokom temperaturom, ali ne uspijeva dobiti nikoga na brojeve telefona koji su otvoreni kao krizne linije. Dogodilo se to mnogima. Neki su imali sreće pa su im se javili na dežurne brojeve, no rekli su im da se strpe i čekaju, ili da će im se povratno javiti. Ljudi žele obaviti testiranje kako bi provjerili imaju li doista koronavirus", kaže.

"Čuo sam od jednog načelnika općine kako tvrdi da u ovom trenutku čak nema dovoljno testova kako bi provjerili sve koji pokazuju simptome bolesti", priča nam Visigalli.

JE LI MOGUĆE DA ĆE I NEKI ZARADITI?

"Neki ljudi očajnički kruže gradom u potrazi za sredstvima za dezinfekciju i maskama. Njih je gotovo nemoguće kupiti, a kada ih se i pronađe cijene su im odletjele u nebo", opisali su mještani Codogna sugovorniku Telegrama.

6.1.2.4. *Dio teksta iz reportažnog intervjua s talijanom Visigallijem, telegram.hr, 25. veljače 2020. godine*

Uz koronakrizu veže se i djelovanje građana. Mnogi su odlučili napraviti zalihe hrane zbog straha od prekidanja lanaca opskrbe ili zatvaranja trgovina. Telegram.hr spomenuto je prikazao u članku: „Ovaj video prikazuje opustošene police u jednom zagrebačkom dućanu. Zbilja ljudi, sredite se"[35]. Kratkom viješću opisuje se kako je u trgovinama nestalo određenih namirnica. Uz tekst je priložen i video u kojemu se spomenuto može vidjeti. Autor, koji nije potpisan, ne skriva stav o temi: „Ljudi su zbog panike od koronavirusa nepotrebno pohitali u šoping. (…) Unatoč svim umirujućim porukama koje su nadležne institucije i stručnjaci slali putem medija, čini se da određeni dio ljudi takve savjete jednostavno ne želi prihvatiti". Šalje se jasna poruka kako zalihe hrane nije potrebno praviti. Autor ima jasan cilj, a to je umirivanje publike. Videozapisom se upotpunjuje tekst odnosno daje potpuna slika situacije.

[35] https://www.telegram.hr/zivot/ovaj-video-prikazuje-opustosene-police-u-jednom-zagrebackom-ducanu-zbilja-ljudi-sredite-se/

Viješću[36] prenesenom s HINA-e daje se informacija o ministru zdravstva RH Viliju Berošu koji je otputovao u Rim na sastanak s ministrima zdravstva još pet zemalja na kojemu su dogovorene zajedničke mjere protiv širenja koronavirusa. Prvotno, vijest djeluje iznimno važno. No, iz samoga teksta može se doznati tek nekolicina informacija poput one da nema zatvaranja granica. Očekivanja publike su velika, no moguće je kako će iščitavanjem doći do razočarenja i gubitka povjerenja u osobe nadležne za epidemiju. Razumljivo je kako u situacijama poput ove publika od svakog teksta ima velika očekivanja, odnosno očekuje rješenje problema.

Zadnja dva teksta tiču se događaja iz inozemstva. Prva vijest „Prevaranti u Italiji koriste paniku oko koronavirusa pa glume volontere, upadaju ljudima u kuće i kradu“[37] upozorava na prevarante koji su se pojavili u Italiji. Vijest je važna s obzirom na mogućnost pojave iste situacije u RH: „U slučaju širenja virusa u Hrvatskoj nije isključeno da će se slične prijevare pojaviti i kod nas, na što će Hrvatski krizni stožer za praćenje zaraze koronavirusom također morati reagirati“. Autorica potencijalno širi paniku, ali i upozorava publiku na moguće scenarije. Zadnja vijest[38] toga dana, koja se tiče koronavirusa, objašnjava događaj iz Austrije. Još jedan slučaj stavljanja gostiju hotela u karantenu zbog pojave koronavirusa. Vijest nema preveliku važnost za stanovnike RH.

6.2. Medijska recepcija koronavirusa *online* portala vecernji.hr

Mrežni portal vecernji.hr[39] svojim je pokretanjem odmah ostvario veliku posjećenost. Početak rada temeljio se na prijenosu sadržaja iz tiskanog izdanja,dok je s vremenom proširio svoje djelovanje: „…posljednjim redizajnom potvrdio se kao jedan od dominantnijih medija u hrvatskom *online* prostoru“ (Brautović 2011: 29). Vlasnik portala, ali i tiskanog izdanja Večernjeg lista je Styria Media Group AG kao jedna od najvećih medijskih austrijskih tvrtki. Glavni urednik je Dražen Klarić. Osvrnuvši se na početak stvaranja novina Večernjeg lista opisuju ga kao tradicionalni nacionalni list s jakim regionalnim izdanjima te lidera na tržištu

[36] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/beros-je-otputovao-u-rim-na-sastanak-s-ministrima-zdravstva-jos-pet-zemlja-porucuje-da-nema-zatvaranja-granica/

[37] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/prevaranti-u-italiji-koriste-paniku-oko-koronavirusa-pa-glume-volontere-upadaju-ljudima-u-kuce-i-kradu/

[38] https://www.telegram.hr/zivot/hotel-u-innsbrucku-stavljen-u-karantenu-otkriveno-da-recepcionerka-i-njezin-decko-oboje-talijani-imaju-koronavirus/

[39] https://www.vecernji.hr/

oglašavanja. Objašnjavaju kako list karakteriziraju dvije glavne značajke: stopostotna prepoznatljivost (svi u RH znaju za tu medijsku marku) i činjenica da svaki treći čitatelj potaknut riječju novine prvo pomisli na Večernji list. To je također prva medijska kuća u Hrvatskoj koja je pokrenula internetski portal (1999. godine). Napominju kako je „od prvog dana uložen najveći napor u pružanje najnovijih i najtočnijih informacija čitateljima“[40]. Upravo iz navedenih razloga vecernji.hr uvršten je u ovu analizu.

6.2.1. Kvantitativna metodologija istraživanja – vecernji.hr

Brojčanom, kvantitativnom analizom utvrđeno je kako je *online* portal vecernji.hr dana 25. veljače 2020. godine publici plasirao 35 tekstova s tematikom koronavirusa. Tekstova koji se striktno tiču RH ima 27, dok se ostalih osam tiče susjednih zemalja. Iz navedenoga se može uočiti kako se, kao i u prijašnjem slučaju, naglasak stavlja na događaje iz RH. Podaci o brojčanom stanju novih slučajeva, izjave znanstvenika, korištenje zaštitnih maski, utjecaj situacije na gospodarstvo, nove mjere zaštite, edukacija o novom virusu, putovanja u strane zemlje, stvaranja zaliha hrane – sve su to teme o kojima izvještavaju novinari portala u vrijeme koronavirusa.

6.2.2. Kvalitativna metodologija istraživanja – vecernji.hr

Dana 25. veljače 2020. godine, prije same objave o prvoj zaraženoj osobi u RH, portal vecernji.hr objavio je osam tekstova o koronavirusu. Piše se o događajima izvan RH poput navikavanja talijanskih državljana na karantenu i sastanka ministara zdravstva nekoliko zemalja[41], o srbijanskim državljanima zaraženim na brodu Diamond Princess[42], o prvim slučajevima zaraze u nekim talijanskim gradovima[43] i slično. Vijesti nisu od prevelike važnosti

[40] https://www.styria.com/en/vecernji-list-media-engine-of-modern-croatia-1085

[41] https://www.vecernji.hr/vijesti/u-kini-508-novih-slucajeva-zaraze-a-u-japanu-umro-putnik-s-broda-diamond-princess-1381526

[42] https://www.vecernji.hr/vijesti/dvoje-drzavljana-srbije-s-kruzera-diamond-princess-zarazeno-koronavirusom-1381558

[43] https://www.vecernji.hr/vijesti/prvi-slucajevi-u-palermu-firenci-na-tenerifima-hotel-s-1000-gostiju-stavili-u-karantenu-1381589

za RH te samim time reakcija publike izostaje. Publici su privlačnije vijesti koje sadrže mnoštvo fotografija poput ove fotogalerije: „FOTO Uplašili se koronavirusa? Po centru Zagreba hodali s medicinskim maskama“[44]. Spomenuto sadrži niz fotografija sa zagrebačkih ulica na kojima je fotoreporter naišao na određeni broj ljudi koji nosi zaštitne maske. Ispod svake fotografije nalazi se kratki opis trenutne situacije s koronavirusom u RH. Primjerice rečenica: „Je li u pitanju panika ili nešto drugo, ne znamo, no ljudi su po Zagrebu počeli nositi zaštitne maskice“ prikazuje funkciju praznih mjesta. Autor ne iznosi sve poznate informacije, već ostavlja čitatelju na izbor da odluči je li riječ o panici ili ne te da sam donese zaključak treba li nositi zaštitne maske ili je to nepotrebno. Novinar na to pitanje ne daje odgovor – uključuje publiku na veće sudjelovanje prilikom konzumiranja sadržaja.



Slika 6.2.2.1. *Fotogalerija koja prikazuje zagrepčane sa zaštitnim maskama, vecernji.hr, 25. veljače 2020. godine*

U nekoliko navrata na portalu se, toga dana, mogu pronaći sadržaji vezani za općenito djelovanje koronavirusa kao i na utjecaj epidemije na hrvatske tvrtke, turizam i gospodarstvo. Odmah je jasno kako se radi o mnogo važnijim informacijama za stanovnike RH nego kada se

[44] https://www.vecernji.hr/zagreb/foto-uplasili-se-koronavirusa-po-centru-zagreba-hodali-s-medicinskim-maskama-1381562

radi o događajima u nekoj drugoj državi te ja samim time horizont očekivanja djela velik. Konzumenti sadržaja očekuju kvalitetan sadržaj i moguće rješenje problema. „Smrtnost je dva posto, posljedicama bolesti uglavnom podliježu stariji“[45] naslov je teksta s izjavama hrvatskog znanstvenika Ivana Đikića. U ovom tekstu ističe se reakcija publike putem komentara. Komentari na *online* portalima prikazuju djelovanje pojedinaca u internetskom okruženju. U slučaju navedenoga teksta komentara ima 40. Više komentara ima samo na jednom drugom tekstu u kojemu također spomenuti Đikić daje izjavu te u slučaju pojave prve zaražene osobe u RH. U ostalim tekstovima komentara je malo ili ih nema. Određeni broj osoba u komentarima navodi kako razloga za paniku nema: „Nema nikakvih razloga za paniku! Sjetite se koliko je sličnih bolesti bilo u zadnjih dvadeset godina, kako su mediji pravili paniku na isti način kao što to rade danas i kako se nikada nisu ostvarile najave o strašnim posljedicama. Sjećate se Zika virusa, ebole, ptičje i svinjske gripe, MERSa, SARSa? Odmah vam najavljujem da će i u budućnosti svakih 3–4 godine izbiti medijska panika oko nekog novog virusa, smirite se ljudi, ne širite nepotrebnu paniku“. Ovo je primjer komentara kojim čitatelj napominje kako nema povjerenja u medije te kako je nastala panika nepotrebna. Drugi komentatori iznose brojke kojima uspoređuju smrtnost povezanu s gripom i koronavirusom: „Poštovani, smrtnost od gripe je 0,1% smrtnost od Coronavirusa je prema ranim predviđanjima WHO - 2,0% (raspon 0,25-4%)... To je nažalost prosječno 20x veća vjerojatnost smrtnosti...no to su srećom još rane procjene, a stav znanstvenika je da kada bude obrađenađen veći broj slučaja , da će tada postotak biti niži od 2.0%... Trebamo se paziti i držati preporuka Ministarstva...higijena i ako si bolestan ostani kod kuče... lp“. Pojedinci, koji najčešće nisu stručnjaci (u ovom slučaju za koronavirus), iznose brojčane podatke, dijeleći savjete koje smatraju ispravnima. Važno je napomenuti kako se prilikom iznošenja takvih podataka i stavova može razviti rasprava koja na samome kraju ne dovodi do konkretnih zaključaka. Time do izražaja dolazi stav pojedinca za koji svatko, ponaosob, smatra kako je ispravan te ga ima potrebu podijeliti s drugima. Pojavljuju se i humoristični komentari koji nemaju edukativnu niti informativnu svrhu, već samo zabavljaju publiku: „Umru svi koji ne prežive!“. Čitajući komentare može se zaključiti kako pojedinci na različite načine shvaćaju i prihvaćaju novonastalu situaciju. Samim time razlikuju se ovisno o stavovima.

[45] https://www.vecernji.hr/vijesti/smrtnost-je-dva-posto-posljedicama-bolesti-uglavnom-podlijezu-stariji-1381564



Slika 6.2.2.2. *Komentari ispod teksta s izjavama znanstvenika Ivana Đikića, vecernji.hr, 25. veljače 2020. godine*

Nakon nekolicine spomenutih vijesti, toga dana, uslijedila je vijest o prvoj zaraženoj osobi u RH: „Potvrđen prvi slučaj u Hrvatskoj: Mladić u Zagrebu ima koronavirus“[46]. Jednostavnim naslovom publici se daje do znanja kako je potvrđen prvi slučaj zaraze koronavirusom u RH te kako se radi o muškarcu iz Zagreba. U naslovu se ne mogu pronaći elementi panike. Iznesene su činjenice bez preuveličavanja. Kratka vijest donosi osnovne informacije o zaraženom muškarcu koju je potvrdio premijer Andrej Plenković čime ona dobiva na značenju. Istaknutim izjavama poput: „… mi ćemo osigurati da sve nadležne službe budu u punoj pripravnosti i da budemo aktivni u sprječavanju širenja ovog virusa“, „Riječ je o bolesti koja je po kliničkim karakteristikama slična gripi i ne očekuje se veći pobol i komplikacija od sličnih infekcija gripe“, „Zdravstveni sustav je spreman“ publiku se umiruje i potiče na povećanje razine vjerodostojnosti u nadležne stručnjake za epidemiju.

[46] https://www.vecernji.hr/vijesti/plenkovic-potvrdio-mladic-u-zagrebu-ima-koronavirus-1381617



Slika 6.2.2.3. *Vijest o prvoj zaraženoj osobi u RH, vecernji.hr, 25. veljače 2020.*

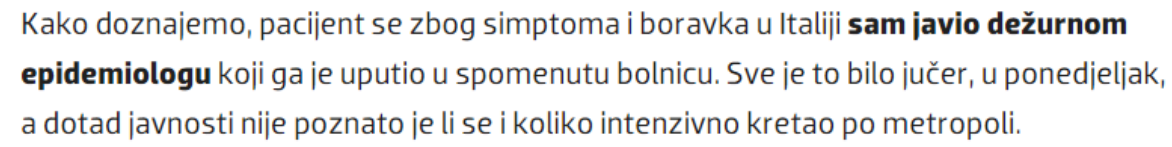
Pretpostavka je kako je toga dana upravo ova vijest imala najviše pregleda, no važno je spomenuti kako se to nije dogodilo. Naime, četiri teksta toga dana imala su više pregleda od spomenutoga – od toga su tri s izjavama hrvatskih znanstvenika, dok jedan objašnjava detalje o prvoj zaraženoj osobi. Tekst naslova „Ivan Đikić: Ne širite histeriju, evo što trebate činiti kod pojave koronavirusa“[47] toga dana, u kategoriji koronavirusa, ima najviše pregleda – 208 473. Iza velikog broja pregleda zapravo se krije jednostavna vijest u kojoj novinar nabraja savjete koje je istaknuo Đikić. Svima razumljivi savjeti poput „Pratiti savjete zdravstvenog sustava…“, „Održavati pravilnu higijenu…“, „Nužno je pravilno i činjenično informiranje…“ napravili su ovu vijest najčitanijom toga dana.



Slika 6.2.2.4. *Vijest na temu koronavirusa s najviše pregleda, vecernji.hr, 25. veljače 2020.*

[47] https://www.vecernji.hr/vijesti/upute-ivana-dikica-gradanima-sto-uciniti-kod-pojave-koronavirusa-1381645

Veliku čitanost ostvario je tekst koji detaljnije objašnjava situaciju o prvoj zaraženoj osobi: „Zaraženi mladić četiri dana bio bez liječničke kontrole. U Milanu je bio na utakmici Lige prvaka“.[48] Sami naslov djeluje zabrinjavajuće, u određenoj mjeri širi paniku. Riječ „zaraženi“, kao i navod kako je mladić četiri dana bio bez liječničke kontrole, može izazvati nepovjerenje. Autor samim izborom riječi ima veća očekivanja djela – očekuje veću čitanost, odnosno zanimanje publike. U tekstu se može saznati gdje zaraženi mladić radi, gdje je hospitaliziran, kako ima djevojku i kako su tekla događanja s otkrivanjem zaraze. Dio teksta „Kako doznajemo, pacijent se zbog simptoma i boravka u Italiji sam javio dežurnom epidemiologu koji ga je uputio u spomenutu bolnicu. Sve je to bilo jučer, u ponedjeljak, a dotad javnosti nije poznato je li se i koliko intenzivno kretao po metropoli“ može izazvati zabrinutost s obzirom da autor ne daje odgovor na pitanje je li se mladić nakon povratka iz Italije kretao po Zagrebu. Dakle, nije poznato je li ugrozio ostale građane. Vidljiva je funkcija praznih mjesta prema kojoj pojedinac, korisnik sadržaja, sam može donijeti zaključak i promišljati o daljnjem razvoju situacije.


Kako doznajemo, pacijent se zbog simptoma i boravka u Italiji **sam javio dežurnom epidemiologu** koji ga je uputio u spomenutu bolnicu. Sve je to bilo jučer, u ponedjeljak, a dotad javnosti nije poznato je li se i koliko intenzivno kretao po metropoli.

Slika 6.2.2.5. *Primjer funkcije praznih mjesta u tekstu o zaraženom mladiću, vecernji.hr, 25. veljače 2020.*

Osim ozbiljnih, edukativnih vijesti na portalu se mogu pronaći i one zabavnog sadržaja. U tekstu naslova „Riječani oduševljavaju: organiziraju svečani doček koronavirusa u Luku različitosti“[49] opisuje se kako je Riječki umjetnički kolektiv Aupičku odlučio organizirati svečani doček koronavirusa u Luku različitosti. Nakon toga autor u cijelosti prenosi poziv na događaj. U vrlo kratkoj vijesti iznosi stav u samome naslovu. Izjava „Riječani oduševljavaju“ pokazuje stav o organiziranju događaja, tj. o podršci spomenutoga. Publika, u ovom slučaju, odlučuje priklanja li se stavu novinara ili zauzima suprotno mišljenje.

[48] https://www.vecernji.hr/vijesti/zarazeni-mladic-cetiri-dana-bio-bez-lijecnicke-kontrole-njegova-djevojka-u-samoizolaciji-1381646

[49] https://www.vecernji.hr/kultura/rijecani-odusevljavaju-organiziraju-svecani-docek-koronavirusa-u-luku-razlicitosti-1381675

6.3. Medijska recepcija koronavirusa *online* portala index.hr

Jedinstvenost *online* portala index.hr očituje se u tome što iza njega ne stoji velika tvrtka niti je pokrenut iz klasičnog medija. „Svojim pristupom i sadržajem vrlo se brzo izborio za poziciju jednoga od najboljih *online* medija“ (Brautović 2011: 30). Kao vlasnik navodi se Index promocija d.o.o. Glavna urednica je Andera Hudika.[50] Prema istraživanju Reutersa iz 2018. godine, index.hr je vodeći *online* medij u Hrvatskoj. S obzirom na to da podaci o trenutnoj čitanosti portala nisu javno dostupni, razlog uvrštavanja je spomenuto istraživanje prema kojemu je index.hr, uz 24sata.hr, najčitaniji hrvatski portal.[51]

6.3.1. Kvantitativna metodologija istraživanja – index.hr

Kvantitativnom, brojčanom istraživačkom metodologijom utvrđeno je kako je 25. veljače 2020. godine *online* portal index.hr objavio 73 članka na temu koronavirusa. Osim napisa o prvoj zaraženoj osobi u RH pisalo se i o sljedećem: padu dionica u Sjedinjenim Američkim Državama, borbi Talijana s koronavirusom, objašnjenju infodemije, izjavama hrvatskih političara i znanstvenika, zatvaranju granica, odgađanjima snimanja filmova, testiranjima u Južnoj Koreji, novim mjerama u zračnim lukama, prekinutim godišnjim odmorima poznatih osoba, smanjenju broja turista u Francuskoj, sportu u doba koronavirusa, pronalasku cjepiva, šalama o koronavirusu, porastu cijena zaštitnih maski, preporukama za putovanja… Važno je uočiti kako je tema pregršt. Portal se vodi time da je svaka informacija o koronavirusu važna te kako je potrebno sve dobivene informacije objaviti. Mogu se pronaći ozbiljne teme, ali i one koje nemaju nikakvu svrhu osim zabave. Pokrivena su sva životna područja: medicina, svakodnevne obaveze poput kupnje, gospodarstvo, turizam, putovanja, kultura, sport i tako dalje. Baziraju se na kvantiteti, na što većem broju članaka kako bi privukli raznovrsniju publiku koja je svakom mediju, pa tako i ovome, najvažniji element.

[50] https://www.index.hr/

[51] http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/croatia-2018/?fbclid=IwAR2Pl-dG3ZV1eSfzH6lJZOrZwy7Jr-kOtY7vyY4MCsH6d7vaZk9lXYxl-W8#fn-8074-1

6.3.2. Kvalitativna metodologija istraživanja – index.hr

Portal 25. veljače 2020. godine temu koronavirusa otvara viješću o padu dionica na Wall Streetu.[52] U kratkom i sažetom izvješću iznose se brojke te osnovne informacije o padu dionica koji je uzrokovao novootkriveni virus. Vijest nema preveliku važnost za RH, no može zainteresirati pojedince koji prate vijesti iz svijeta. Sljedeći tekst naslova „Nela Sršen: Ljudi u Italiji su u velikom strahu, to graniči sa psihozom“[53] prepričava gostovanje i razgovor nekoliko stručnjaka u emisiji Otvoreno Hrvatske radiotelevizije. Sami izbor izjave liječnice iz Padove Nele Sršen, koja se stavlja u naslov, može kod publike izazvati paniku. Izjava kako su talijanski državljani u velikom strahu i kako sve graniči sa psihozom može zabrinuti čitatelje. Horizont očekivanja djela je velik zbog gostovanja stručnjaka i njihovih mišljenja. Mnogi navodi i izjave u tekstu mogu, također, izazvati paniku: „RASTE strah od globalne pandemije…“, „U samo nekoliko dana eskalirala je situacija u Italiji“, „Sve više oboljelih, zatvorene brojne tvrtke i škole, otkazani sportski događaji. U Hrvatskoj podignut stupanj pripravnosti“, „…bez obzira na funkcioniranje sustava, pitanje je vremena kada će virus doći u Republiku Hrvatsku“. Veliki problem je što se većina ljudi nije susrela sa situacijom kao što je epidemija i ne znaju kako reagirati niti kako se ponašati.

RASTE strah od globalne pandemije zbog brzog širenja koronavirusa. U samo nekoliko dana eskalirala je situacija u Italiji. Sve više oboljelih, zatvorene brojne tvrtke i škole, otkazani sportski događaji. U Hrvatskoj - podignut stupanj pripravnosti.

Slika 6.3.2.1. *Dio teksta koji može izazvati paniku, index.hr, 25. veljače 2020.*

Novinari portala pokušavaju publiku informirati, ali i obrazovati. To pokazuje vijest u kojoj se objašnjava što znači pojam infodemija: „Koronavirus je prva prava 'infodemija' na svijetu. Evo što to znači“[54]. U tekstu srednje dužine objašnjava se kako je infodemija pojam sastavljen od riječi informacija i epidemija te kako ju je prva iskoristila Svjetska zdravstvena organizacija.

[52] https://www.index.hr/vijesti/clanak/wall-street-ostro-pao-zbog-koronavirusa-dionice-potonule/2159565.aspx

[53] https://www.index.hr/vijesti/clanak/nela-srsen-ljudi-u-italiji-su-u-velikom-strahu-to-granici-sa-psihozom/2159567.aspx

[54] https://www.index.hr/vijesti/clanak/koronavirus-je-prva-prava-infodemija-na-svijetu-evo-sto-to-znaci/2159293.aspx

Prvenstveno se upozorava na prekobrojnost informacija od kojih su neke točne, a neke ne. Horizont očekivanja autora odnosi se na očekivanje novinara kako će publika primiti objavljene informacije i samim time pripaziti koje izvore informiranja koristiti.

Mogu se pronaći i informacije iz područja filma. Tako je objavljena vijest „Zbog koronavirusa odgođeno snimanje Nemoguće misije u Veneciji“[55]. U četiri rečenice navodi se kako je, zbog koronavirusa, odgođeno snimanje sedmog nastavka filma Nemoguća misija u Italiji.

PLANIRANO trotjedno snimanje sedmog nastavka filma Nemoguća misija u Italiji odgođeno je zbog izbijanja zaraze koronavirusom, prenijeli su američki mediji.

Film snima studio Paramount Pictures s američkim glumcem Tomom Cruiseom u glavnoj ulozi.

Snimanje je trebalo započeti u ponedjeljak u Veneciji gdje su se trebala održati zadnja dva dana venecijanskog karnevala koja su otkazana pa je karneval završio u nedjelju.

Broj slučajeva koronavirusa u Italiji premašio je 230, a dva su slučaja zabilježena u samoj Veneciji.

Slika 6.3.2.2. *Vijest o odgađanju snimanja filma (četiri rečenice), index.hr, 25. veljače 2020.*

Osim informacija iz filmskoga područja uočavaju se i one iz sporta. Primjerice, vijest o odgađanju svjetskog prvenstva u stolnom tenisu[56] i odgoda nogometnog prvenstva u Japanu[57] pokazuju kako je koronavirus utjecao i na brojna odgađanja na sportskim terenima. Pitanje koje su si mnogi ljubitelji sporta postavili jest kako će se situacija sa sportskim događajima odvijati u RH. Upravo se u tekstu „Najveći talijanski derbi igrat će se bez gledatelja. Što će se dogoditi u HNL-u?“[58] postavlja pitanje hoće li Hrvatski nogometni savez odgoditi susrete 24. kola Hrvatske nogometne lige ili će odlučiti da se utakmice održavaju bez publike. Moguće je kako će horizont

[55] https://www.index.hr/magazin/clanak/zbog-koronavirusa-odgodjeno-snimanje-nemoguce-misije-u-veneciji/2159614.aspx

[56] https://www.index.hr/sport/clanak/zbog-koronavirusa-odgodjeno-svjetsko-prvenstvo-u-stolnom-tenisu/2159682.aspx

[57] https://www.index.hr/sport/clanak/japan-zbog-koronavirusa-odgodio-pocetak-nogometnog-prvenstva/2159692.aspx

[58] https://www.index.hr/sport/clanak/najveci-talijanski-derbi-igrat-ce-se-bez-gledatelja-sto-ce-se-dogoditi-u-hnlu/2159755.aspx

očekivanja djela biti velik, odnosno kako će publika očekivati odgovor koji se u tekstu ne nalazi, što je vidljivo i na temelju upitnika u naslovu.



Slika 6.3.2.3. *Naslov kojim se privlači čitatelja, index.hr, 25. veljače 2020.*

Istražena je zanimljiva situacija s dentalnim turizmom u RH. Tekst „U Hrvatskoj puno Talijana popravlja zube. Klinika nam je objasnila kako se štite“[59] govori o dentalnom turizmu u RH gdje usluge kvarnerskih stomatologa koristi oko 50 000 stranaca i to ponajviše Talijana. S obzirom na nepovoljnu situaciju u Italiji zbog koronavirusa, novinar je odlučio kontaktirati riječku Polikliniku Rident. Zanimalo ga je kakve su mjere zaštite poduzete s obzirom na brojnost talijanskih pacijenata. Objavljen je odgovor koji su dobili iz poliklinike kako normalno rade za sve zdrave pacijente, no kako se posvećuju uzimanju anamneze te kako su trenutno odgodili naručivanje rizičnih skupina. Smanjili su broj pacijenata u čekaonicama i odgodili grupne dolaske iz Italije. U ovom slučaju očekivanja od djela su velika zbog velikog broj talijanskih državljana koji dolaze u RH radi dentalne medicine, a koji su potencijalni nositelji zaraze.

Vijest o potvrdi dolaska koronavirusa u RH na index.hr-u istaknuta je jednostavnim naslovom „Potvrđen koronavirus u Hrvatskoj“[60]. Ono što se također ističe jest naslovna fotografija zdravstvenog djelatnika u zaštitnom odijelu na kojoj se nalazi natpis prijelomna vijest. Time se daje do znanja kako se radi o vrlo važnim informacijama i o situaciji od velikog značaja. Horizont očekivanja djela je velik s obzirom na to kako se takva informacija očekivala duže vrijeme. Kratka vijest donosi izjavu premijera Andreja Plenkovića i ministra zdravstva Vilija Beroša o potvrdi dolaska zaraze. Ipak, ne može se saznati mnogo informacija. Upravo naslov ove vijesti služi kao ključna informacija o koronavirusu na index.hr-u toga dana koja je izneseno vrlo sažeto i razumljivo kako bi publika spomenuto primila bez poteškoća. Važno je

[59] https://www.index.hr/vijesti/clanak/u-hrvatskoj-puno-talijana-popravlja-zube-klinika-nam-je-objasnila-kako-se-stite/2159622.aspx

[60] https://www.index.hr/vijesti/clanak/potvrdjen-koronavirus-u-hrvatskoj/2159689.aspx

uočiti i broj podjela na društvenoj mreži Facebook koja iznosi 9820, dok broj pregleda nije vidljiv što pokazuje kako je autor dopro do čitatelja.



Slika 6.3.2.4. *Vijest o dolasku zaraze u RH (prijelomna vijest), index.hr, 25. veljače 2020.*

Zanimljiva situacija dogodila se u vezi izložbe pasa u Rijeci. Naime, u osvrtu autorice Martine Pauček Šljivak „U Rijeci uskoro izložba pasa na koju stiže puno Talijana. Zašto nije otkazana?“[61] postavlja se pitanje zašto izložba pasa u Rijeci nije otkazana s obzirom na brojnost talijanskih sudionika koji su mogući prijenosnici zaraze. Opisuje se način održavanja izložbe, ali i mišljenje voditelja epidemiološkog odjela Nastavnog zavoda za javno zdravstvo Primorsko-goranske županije Dobrice Rončevića koji smatra kako bi održavanje izložbe moglo biti opasno. Autorica iznosi podatke o broju izloženih pasa, posjetiteljima i trajanju izložbe što nikako ne ide u prilog ovogodišnjem održavanju uzevši u obzir stanje s koronavirusom. Portal je kontaktirao organizatora kako bi saznao zašto izložba nije otkazana i koliko izlagača dolazi iz Italije. Odgovor nisu dobili. Također su kontaktirali i Grad Rijeku i Ministarstvo zdravstva što pokazuje

[61] https://www.index.hr/vijesti/clanak/u-rijeci-uskoro-izlozba-pasa-na-koju-stize-puno-talijana-zasto-nije-otkazana/2159658.aspx

profesionalnost u traženju odgovora iz više izvora čime se horizont očekivanja djela povećava. Autorica napominje kako će objaviti odgovore čim ih dobije, potičući čitatelja na daljnje praćenje situacije.

Kontaktirali smo i Grad Rijeku. Oni su nam rekli da za sve traže mišljenje struke.

"Svi naputci koji se tiču zabrana i restrikcija dolaze iz kriznog stožera Ministarstva zdravstva, oni odlučuju o svemu, a mi provodimo", rekli su nam iz Grada Rijeke.

Upit o održavanju izložbe poslali smo i Ministarstvu zdravstva, a odgovor ćemo objaviti čim ga dobijemo.

Slika 6.3.2.5. *Traženje odgovora iz više izvora – povećava se horizont očekivanja djela, index.hr, 25. veljače 2020.*

Nekoliko sati kasnije ista autorica piše tekst naslova „Nakon pisanja Indexa otkazana izložba u Rijeci na koju su trebali doći Talijani“[62] kojom potvrđuje obrat situacije, otkazivanje izložbe. Naime, odlučeno je kako se izložba ipak otkazuje zbog straha od širenja koronavirusa. Ovim tekstom portal index.hr pokazao je koliko mediji mogu biti utjecajni, samim time povećavši vjerodostojnost publike. Horizont očekivanja publike je zadovoljen s obzirom na to kako je dobila odgovor na željeno pitanje..

NAKON što je Index objavio članak o izložbi pasa u Rijeci na koju je trebalo doći dosta Talijana, organizator izložbe, Sportski kinološki klub Rijeka, prije desetak minuta objavio je na svom Facebooku da se izložba ipak odgađa zbog širenja koronavirusa, a obavijest su poslali i nama.

Slika 6.3.2.6. *Dio vijesti o otkazivanju izložbe – obrat situacije i nastavak priče, index.hr, 25. veljače 2020.*

Osim istraživačkih tema na portalu se mogu pronaći i navodi preneseni s društvenih mreža. Primjerice, tekst „Pernar kaže da ima rješenje za koronavirus: 'Možete me poslušati, i ne morate'“[63] govori o Facebook statusu političara Ivana Pernara. Publika unaprijed zna kakav će sadržaj pronaći u tekstu već nakon pročitanog naslova. Samim time očekivanja od djela nisu

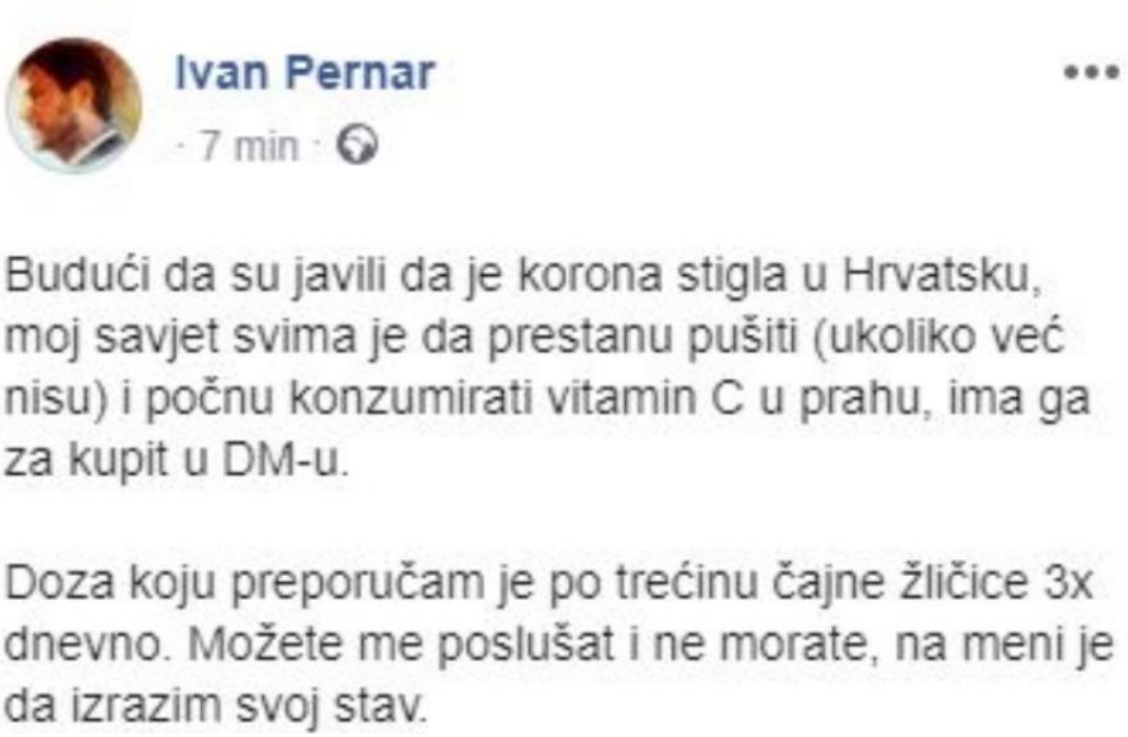
[62] https://www.index.hr/vijesti/clanak/nakon-pisanja-indexa-otkazana-izlozba-u-rijeci-na-koju-su-trebali-doci-talijani/2159751.aspx?index_ref=read_more_d

[63] https://www.index.hr/magazin/clanak/pernar-kaze-da-ima-rjesenje-za-koronavirus-mozete-me-poslusati-i-ne-morate/2159701.aspx

velika. Autor teksta iznosi stav u kojemu napominje kako ne podržava Pernarove izjave. Bez obzira na otkrivanje novinarovog mišljenja, moguća je pojava pada povjerenja u medije jer mnogi ovakav vid novinarstva smatraju neprofesionalnim.

KORONAVIRUS je stigao u Hrvatsku i potvrđen je prvi slučaj zaraze. Koronavirus je globalni problem, ali svi svjetski znanstvenici i vrhunski liječnici očito nisu pročitali status Ivana Pernara koji bi u borbu s koronavirusom krenuo naoružan svojim starim oružjem - vitaminom C.

"Budući da su javili da je korona stigla u Hrvatsku, moj savjet svima je da prestanu pušiti (ukoliko već nisu) i počnu konzumirati vitamin C u prahu, ima ga za kupit u DM-u", napisao je Pernar, ne šalimo se, na Facebooku.



Slika 6.3.2.7. *Vijest prenesena s društvene mreže Facebook, index.hr, 25. veljače 2020.*

Suprotna očekivanja publika ima od teksta autora Nenada Jarića Dauenhauera, inače poznatog po opširnijim, analitičkim tekstovima, naslova „Važna lekcija Hrvatskoj: Evo kako su neke zemlje zaustavile koronavirus“.[64] Bavi se problematikom širenja koronavirusa, jednostavnim objašnjenjima iznoseći mišljenja brojnih stručnjaka. Navode se brojke te pozitivni i negativni primjeri borbe protiv koronavirusa. Razne navode potkrjepljuje primjerima što je

[64] https://www.index.hr/vijesti/clanak/vazna-lekcija-hrvatskoj-evo-kako-su-neke-zemlje-zaustavile-koronavirus/2159835.aspx

primjer profesionalnosti i istraženosti tematike. Važno je spomenuti kako je toga dana to jedini članak o koronavirusu koji je svrstan u rubriku znanosti.

PRVI slučaj Covida-19 u Hrvatskoj, izbijanje velikog žarišta epidemije u Italiji te konferencija za novinare na kojoj je hrvatski Krizni stožer u ponedjeljak najavio neke od mjera koje planira uvesti kako bi spriječio sličan scenarij u našoj zemlji, otvorili su nekoliko važnih pitanja.

Prije svega je to pitanje što bi Hrvatska trebala poduzimati kako bi suzbila daljnji uvoz i širenje Covida-19?

Dio odgovora hrvatske bi vlasti mogle pronaći u uspješnim i neuspješnim primjerima u svijetu.

Drugo važno pitanje jest koje su se metode suzbijanja epidemije do sada potvrdile efikasnima i u kojoj mjeri?

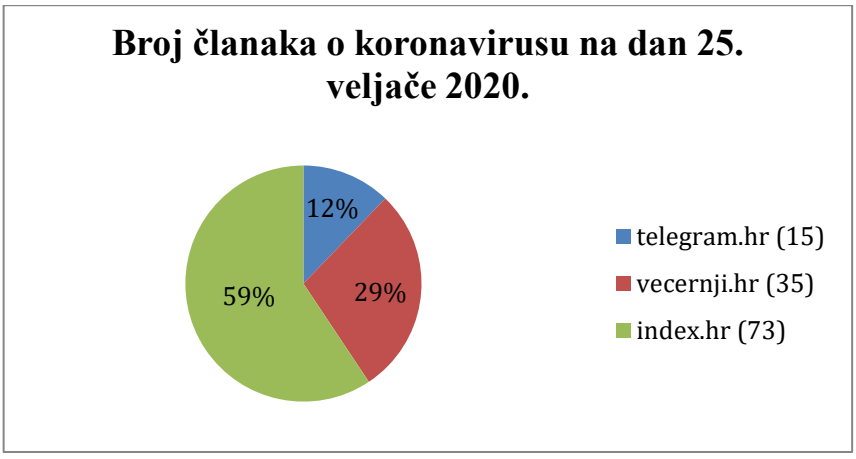
Dio odgovora može se pronaći u novim studijama raznih mjera koje su na tu temu provedene do danas.

Slika 6.3.2.8. *Pitanja koja se postavljaju u članku na koje autor, kasnije, nudi odgovore, index.hr, 25. veljače 2020.*

7. Rezultati istraživanja – usporedba triju portala

Prvotnom kvantitativnom, odnosno brojčanom istraživačkom metodom željelo se utvrditi ima li razlike u količini sadržaja među odabranim medijima. Odabrana tri portala ukupno su objavila 123 teksta o koronavirusu. Potvrđeno je kako razlike u količini sadržaja ima. Naime, 25. veljače 2020. godine – na dan kada je u RH potvrđen prvi slučaj zaraze koronavirusom – najmanji broj članaka objavio je *online* medij telegram.hr. Objavili su 15 članaka što od ukupne brojke iznosi 12 posto. Od tih 15 članaka većina se tiče događanja u RH. Može se pronaći nekolicina vijesti koje govore o susjednim zemaljama. Novinari portala vrše selekciju vijesti, ne objavljuju sve informacije o koronavirusu dobivene toga dana, već samo one koje smatraju iznimno važnima za državljane RH. Samim time ne dolazi do pretrpanosti – publika lakše može primiti plasirane informacije. Sljedeći portal, vecernji.hr, objavio je 35 članaka, 20 više od prethodnoga, a to od ukupne količine članaka iznosi 35 posto. Veća brojka u odnosu na telegram.hr znači kako imaju više vijesti o susjednim zemljama te nekoliko puta izvještavaju o istoj problematici. Sve u svemu, navedenu brojku je još uvijek moguće popratiti. Ne pronalaze se „lake“ vijesti, već samo one ozbiljne koje pojedincu koriste za pravovremeno informiranje i edukaciju. Situacija s koronavirusom shvaćena je ozbiljno te ju je vecernji.hr na taj način i prenio publici. Zadnji izabrani portal, index.hr, objavio je najviše medijskog sadržaja – 59 posto od ukupne količine medijskog sadržaja o koronavirusu na trima portalima. Tekstova o koronavirusu je 73. U brojčanom pogledu razlikuje se od prethodna dva portala u tome što su odlučili objaviti sve dobivene informacije o koronavirusu toga dana. Pokrivene su razne teme – od života i znanosti do kulture i sporta, od „lakih“ vijesti prenesenih s društvenih mreža do dugačkih članaka potkrijepljenih znanstvenim istraživanjima. Problematika ove brojke nalazi se u nemogućnosti praćenja ukupnog sadržaja. Jednostavno ga ima previše i pojedinac, u ovom slučaju konzument medijskog sadržaja, nije sposoban primiti spomenuto.

Graf 7.1. *Usporedba broja članaka o koronavirusu na dan 25. veljače 2020. (telegram.hr, vecernji.hr i index.hr)*



Kvalitativnom istraživačkom metodologijom uočene su sličnosti, ali i razlike u izvještavanju. Čitatelj određenog medijskog napisa prvotno uoči naslov samog teksta. Što se naslova tiče telegram.hr je specifičan po opširnijim naslovima opisnoga tipa. Otkrivaju dosta informacija i objašnjavaju što se u tekstu može pronaći. Za razliku od toga, vecernji.hr ima kraće naslove i češće upotrebljava funkciju praznih mjesta, odnosno nagovara čitatelja da otvori tekst kako bi saznao više. Index.hr, pak, svoje naslove koristi kako bi šokirao čitatelja. U većini slučajeva biraju izjave i riječi koje će privući pažnju i uvjeriti korisnika medija da otvori tekst. Vrlo su konkretni u osmišljanju naslova i ništa ne pokušavaju sakriti. Time ostavljaju najveći dojam panike koja nije preporučljiva u novonastalim i nepoznatim situacijama kao što je ova s koronavirusom.

Osim naslova čestu pažnju publike mogu privući i fotografije. U analiziranoj građi važno je napomenuti kako je primjetno da su se novinari više posvetili osmišljanju naslova i pisanju teksta nego izboru fotografija. Na naslovnim fotografijama najčešće se mogu naći medicinsko osoblje, ljudi sa zaštitnim maskama, policijski službenici – ništa što već prije nije viđeno. Fotografije koje privlače pažnju jesu one koje u sebi sadržavaju tekst poput fraze prijelomna vijest ili fotogalerije kojima se naglasak stavlja upravo na vizualni dio sadržaja, a ne na tekstualni. Prema tome, portali nisu pridali veliku pažnju prilikom odabira fotografija.

Što se žanrovske odrednice tiče uočeno je kako telegram.hr i vecernji.hr većinom objavljuju vijesti i izvještaje. Index.hr prednjači u raznolikosti žanrova što mu svakako ide u prilog. Isti objavljuje vijesti, izvještaje, reportažne intervjue, osvrte, komentare i članke. Takvim pristupom pokazuju raznovrsnost, ali i mogući veći broj zaposlenih i time uključenih u kreiranje sadržaja.

Vidljivo je kako se najviše pažnje, na trima portalima, pridaje samome tekstu. Telegram.hr bazira se na događanjima iz Hrvatske koje predstavlja kao najvažnije i time prikazuje zrelost medija koja ne podliježe brzini i kvantiteti, već nastoji kvalitetno obavijestiti korisnika medija. Vecernji.hr se od prethodnoga razlikuje u tome što je granice svoga izvještavanja proširio na susjedne zemlje te publiku obavještava i o tamošnjim događanjima. Time privlači čitatelje koji su zainteresirani za teme iz ostalih zemalja. Index.hr prednjači u ovome pogledu. Naime, nemaju prostorno ograničenje, oni izvještavaju o situaciji s koronavirusom na svim kontinentima. Posljedično, imaju najveći broj članaka. Koliko takav potez može biti dobar i privući brojne čitatelje koje zanimaju različite teme, toliko može biti loš i udaljiti čitatelja s obzirom na preveliku brojnost informacija.

Koronavirus bi, prvenstveno, trebao biti tema o kojoj će se publiku informirati i educirati. Novonastala situacija – s kojom se većina ljudi prvi put susreće – donosi mnogo pitanja i dovodi do brojnih nedoumica. Ljudi su uplašeni, ne znaju kako se trebaju ponašati niti trebaju li se pridržavati svih datih naputaka. Publika očekuje medijsku ozbiljnost i donošenje odgovora na

brojna pitanja. Mediji svaku, pa tako i ovu situaciju koriste kako bi objavili što više članaka s obzirom na to da je tema vrlo popraćena. Aktualnost situacije medijski su radnici odlučili iskoristiti u komercijalne svrhe. Naime, primjetna je određena količina vijesti koja služi samo kako bi privukla čitatelja da otvori članak. Takve vijesti smatraju se „lakima“ i nemaju edukativnu svrhu. Postavlja se pitanje je li primjereno pisati takve vijesti s obzirom na ozbiljnost situacije koja je zadesila cijeli svijet? U nastavku će biti istaknuta nekolicina spomenutih tekstova.

U analiziranom razdoblju primjetno je kako portal telegram.hr takvih vijesti nema. Kao što je već rečeno, temi su pristupili ozbiljno i napravili selekciju medijskog sadržaja. Objavljuju samo najvažnije informacije, događaje i analize trenutne situacije s koronavirusom. Informacija iz nepouzdanih izvora nema te ukoliko nije riječ o ozbiljnom događaju ili situaciji, takav se sadržaj ne objavljuje. Time odaju dojam profesionalnosti i teže educiranju publike.

Stanje sa sljedećim portalom, vecernjim.hr, dosta je slično. Sadržaj je ozbiljan i važan kao i razdoblje obilježeno koronavirusom. Upravo zbog ozbiljnosti situacije publika očekuje informativan i edukativan sadržaj kako bi išla ukorak s vremenom. S druge strane, pronađena je jedna vijest koja nema edukativnu svrhu. Radi se o tekstu naslova „Igrač Dinama i njegova supruga u karanteni! Poslani u bolnicu, strahovalo se od koronavirusa“[65] koji govori o igraču nogometnog kluba Dinamo Zagreb kojega je liječnička služba preventivno uputila u bolnicu s obzirom na to da mu je žena boravila u Italiji.


BILA JE U ITALIJI

Igrač Dinama i njegova supruga u karanteni! Poslani u bolnicu, strahovalo se od koronavirusa

Svim igračima upućena je preporuka izbjegavanja i odgode putovanja u pokrajine zahvaćene virusom

25. VELJAČE 2020. U 17:56 | 3 KOMENTARA | 13198 PRIKAZA | Sviđa mi se 547 tis.

Slika 7.1. *„Laka“ vijest koja nema edukativnu svrhu, vecernji.hr, 25. veljače 2020.*

Problematika ovoga teksta leži u tome što je mnogo slučajeva poput ovoga te je vijest objavljena samo ih razloga što se radi o javnoj osobi. Upravo zato publika poseže otvaranju

[65] https://www.vecernji.hr/sport/igrac-dinama-i-njegova-supruga-u-karanteni-bili-u-bolnici-zbog-strahovalo-se-od-koronavirusa-1381701

članka, no iz samoga teksta ne saznaje ništa važno. Tekst je pregledan 13198 puta. S obzirom na mnogo veću količinu ozbiljnog sadržaja o koronavirusu toga dana ovakva vijest je zanemariva i nema negativan utjecaj na recepciju ozbiljnosti samoga portala.

Publika potpuno suprotno doživljava zadnji analizirani portal index.hr. Naime, od ukupno 73 teksta o koronavirusu toga dana objavljeno je 10 onih koji nemaju edukativnu svrhu i kojima je cilj, prvenstveno, nagovoriti čitatelja na otvaranje članka kako bi se „klikanost" portala povećala. Što je veća čitanost tu je i potencijalna mogućnost većeg broja sponzoriranog sadržaja što donosi veći profit. Ne smije se zaboraviti kako i medijski svijet pripada industriji koja mora zaraditi kako bi mogla biti održiva.

Dva primjera potpuno nevažnog sadržaja za situaciju s koronavirusom portal je odlučio objaviti samo u komercijalne svrhe. Prva vijest „Split ili Černobil? Pogledajte kako se Dalmatinci štite od koronavirusa"[66] prikazuje fotografiju iz Dalmacije na kojoj čovjek nosi plinsku masku. Fotografija je prenesena s društvene mreže Facebook te se u nekoliko rečenica opisuje što se na njoj može vidjeti. Autor piše vrlo slobodnim stilom što se uočava korištenjem rečenica poput „ispao iz serije Černobil". Ovdje je horizont očekivanja publike vrlo nizak, dok su očekivanja autora visoka u smislu privlačenja publike.

MLADI Splićani smislili su zanimljiv način zaštite od koronavirusa, a ujedno i dobru masku za pokladno razdoblje.

Na Facebook stranici Dnevna doza prosječnog Dalmatinca osvanula je fotografija s jedne autobusne stanice u Splitu na kojoj se vidi mladić koji kao da je ispao iz serije Černobil.



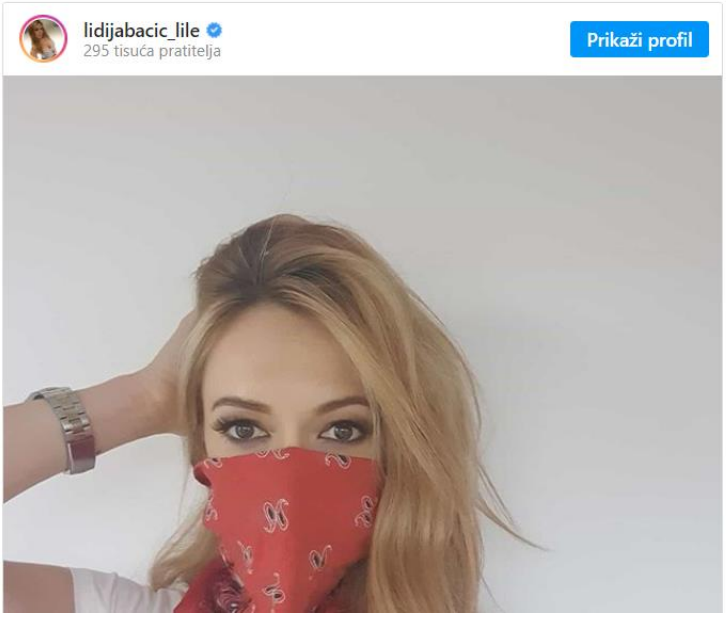
Slika 7.2. *Sadržaj vijesti koja nema edukativnu svrhu, index.hr, 25. veljače 2020.*

[66] https://www.index.hr/magazin/clanak/split-ili-cernobil-pogledajte-kako-se-dalmatinci-stite-od-koronavirusa/2159715.aspx

Druga vijest „Lidija Bačić objavila fotku prekrivenih usta, pršte komentari o koronavirusu“[67] također je prenesena s društvene mreže, ovoga puta s Instagrama. Objavljena je fotografija pjevačice Lidije Bačić, koja je poznata po provokativnim objavama, na kojoj nos i usta prekriva maramom. Autor teksta kaže kako je u komentarima ispod objave došlo do rasprave o virusu. Ispod te fotografije priložena je još jedna na kojoj pjevačica nema majicu već je grudi prekrila rukama. Time ova vijest nema nikakvu edukativnu svrhu već se fotografijama želi privući čitatelja na otvaranje članka.

POTVRĐEN je prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj, a društvene mreže pune su objava ekipe koja se sprda ili plaši koronavirusom. Pernar bi ga liječio vitaminom C, Bloger Krule se nada da će napokon jeftinije ljetovati, a ispod nove fotke Lidije Bačić razvila se prava rasprava o virusu iako pjevačica u opis nije stavila ništa.

Lidija je na Instagramu objavila sliku na kojoj je maramom prekrila nos i usta, a njezini su obožavatelji brzo počeli pisati komentare o koronavirusu.



Slika 7.3. *Vijest prenesena s Instagrama o pjevačici Lidiji Bačić, index.hr, 25. veljače 2020.*

Index.hr ovakvim objavama može negativno utjecati na očekivanja publike i time je udaljiti od daljnjeg konzumiranja sadržaja. Važno je napomenuti kako objavljuju i iznimno kvalitetne vijesti poput one o odgađanju izložbe pasa, na kojoj je trebalo sudjelovati mnoštvo talijanskih državljana, koja je otkazana nakon njihove javne objave. Time su ukazali na važnost i utjecaj medija koja može dovesti do potpunog obrata situacije (u pozitivnom smislu).

[67] https://www.index.hr/magazin/clanak/lidija-bacic-objavila-fotku-prekrivenih-usta-prste-komentari-o-koronavirusu/2159729.aspx

U nastavku je prikazana tablica kojom se sažimaju sličnosti i razlike u izvještavanju o koronavirusu na istraživanim portalima.

Tablica 7.1. *Kvalitativna usporedba triju portala*

TELEGRAM.HR	
NASLOVI	- dugački - opisni - iznosi se više informacija
AUTORI	- većinom imenovani - ponekad HINA ili Telegram redakcija
FOTOGRAFIJE	- ne pridaje se velika pažnja fotografijama - prikazi s novinarskih konferencija, ljudi s maskama itd.
ŽANROVI	- vijesti, izvještaji, komentari i reportažni intevjui
TEME	- ozbiljne - ozbiljan pristup temi
„KOMERCIJALNE“ VIJESTI	- nema
ELEMENTI TEORIJE RECEPCIJE	- uočeni - horizont očekivanja, funkcija praznih mjesta, utjecaj na publiku, reakcija publike itd.
VECERNJI.HR	
NASLOVI	- kraći - korištenje funkcije praznih mjesta
AUTORI	- većinom redakcijski potpis ili HINA
FOTOGRAFIJE	- ne pridaje se velika pažnja fotografijama - prikazi s novinarskih konferencija, ljudi s maskama itd.
ŽANROVI	- vijesti - pokoji izvještaj i fotogalerija
TEME	- ozbiljne

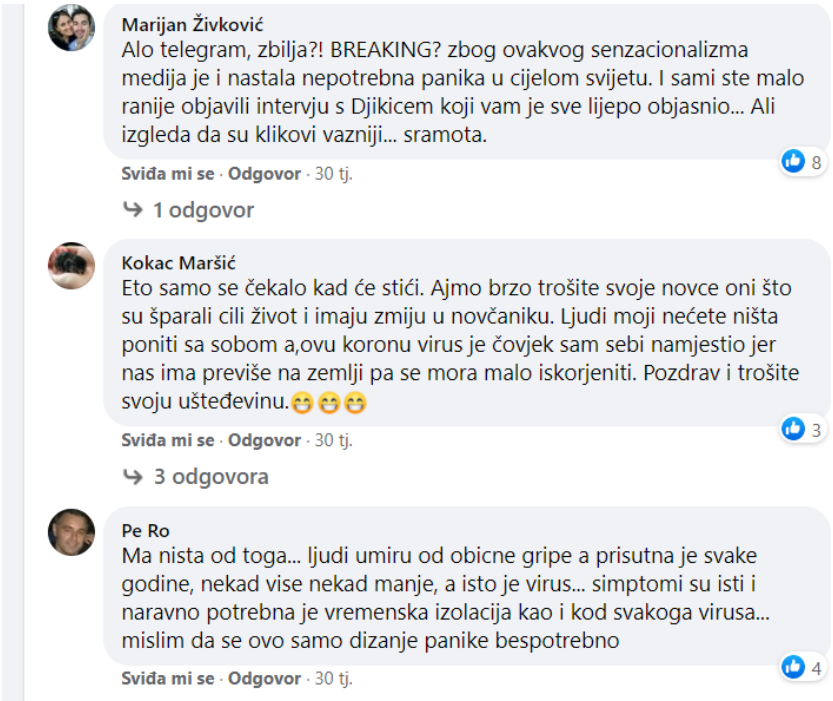
„KOMERCIJALNE“ VIJESTI	- jedna - zanemarivo
ELEMENTI TEORIJE RECEPCIJE	- uočeni - horizont očekivanja, funkcija praznih mjesta, utjecaj na publiku, reakcija publike itd.
INDEX.HR	
NASLOVI	- kratki - šokantni
AUTORI	- većinom potpisani inicijalima
FOTOGRAFIJE	- pomalo šokantne - uređivane, npr. dodan tekst prijelomna vijest
ŽANROVI	- raznovrsni - vijesti, izvještaji, reportažni intervjui, osvrti, komentari i članci
TEME	- raznovrsne - pokrivaju sva životna područja
ELEMENTI TEORIJE RECEPCIJE	- uočeni - horizont očekivanja, funkcija praznih mjesta, utjecaj na publiku, reakcija publike itd.

8. Stavovi i reakcije publike

Zasebno poglavlje posvećeno je upravo publici. Publika kao konzument medijskog sadržaja najvažniji je element medijske recepcije. Ona je ta kojoj je sadržaj namijenjen te koja postavlja standarde izvještavanja. Određuje što će biti čitano i o kakvim će temama novinari pisati. Koliko mediji mogu biti utjecajni svojim napisima, toliko publika može biti svojim reakcijama. Reakcije publike, na *online* medijima, mogu se iščitati prema broju pregleda nekog teksta, podjelama na društvenim mrežama, komentarima i slično.

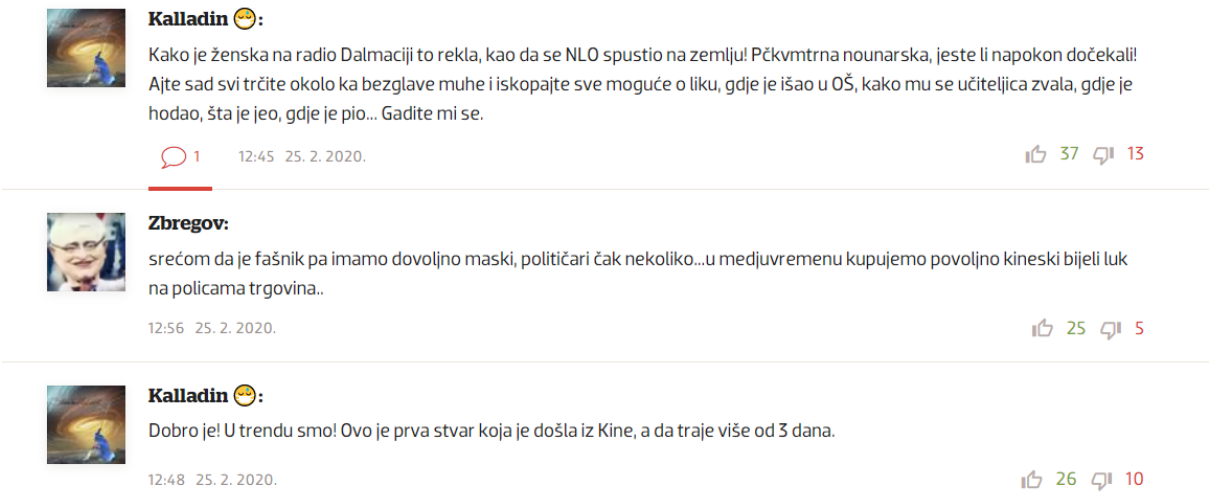
U nastavku će biti prikazana analiza upravo spomenutih reakcija. Cilj je uvidjeti razlikuju li se stavovi i reakcije publike ovisno o mediju i tematici sadržaja kojega prate.

Sva tri portala su na dan 25. veljače 2020. godine objavila vijest o potvrdi dolaska zaraze u RH. S obzirom na to kako je vijest od presudne važnosti, važno je pregledavanje reakcija publike te utvrđivanje mijenjaju li se one ovisno o mediju. Na telegram.hr-u nema navedene brojke o broju pregleda članka. Iznosi se samo broj preporuka na društvenim mrežama kao što su Facebook i Twitter te broj komentara. Preporuka na Facebooku je 666, dok ih na Twitteru nema. Komentara su tri, no opcija čitanja istih se ne nudi. Otvorivši objavu na Facebooku vidljivo je kako je reakcija, odnosno lajkova na vijest 135, komentara 177 te podjela 18. Primjetno je kako se ističe naslovna fotografija gdje su na žutoj podlozi ispisane riječ „BREAKING NEWS“ koja se otvaranjem članka mijenja. Komentari ispod objave u najvećoj se mjeri tiču nepovjerenja u ozbiljnost situacije te čitatelji naglašavaju kako se stvara nepotrebna panika.



Slika 8.1. *Komentari na Facebooku ispod teksta o dolasku zaraze u RH, telegram.hr, 25. veljače 2020.*

Na portalu vecernji.hr vidljiv je broj pregleda, komentari i podjele na Facebooku i Twitteru. Broj pregleda iznosi 70763 čime je ova vijest toga dana zauzela peto mjesto prema broju pregleda o koronavirusu. Čitanije vijesti su one s izjavama znanstvenika i detaljima o prvoj zaraženoj osobi. Kao i u slučaju telegram.hr-a većina komentatora smatra kako se diže nepotrebna panika te objavljuju humoristične komentare vezane za koronavirus.



Slika 8.2. *Komentari čitatelja ispod objave o prvoj zaraženoj osobi u RH, vecernji.hr, 25. veljače 2020.*

Na index.hr-u vidljiv je samo podatak o broju podjela članaka na Facebooku. Ostali podaci o reakcijama publike nisu vidljivi. Na Facebook profilu portala uvjerljivo ima najviše reakcija i komentara publike. Reakcija je preko 1200, komentara je 901, dok je podjela 439. Za razliku od prethodnih dvaju portala na index.hr-u primjetan je veći broj humorističnih komentara koji ismijavaju situaciju s koronavirusom.



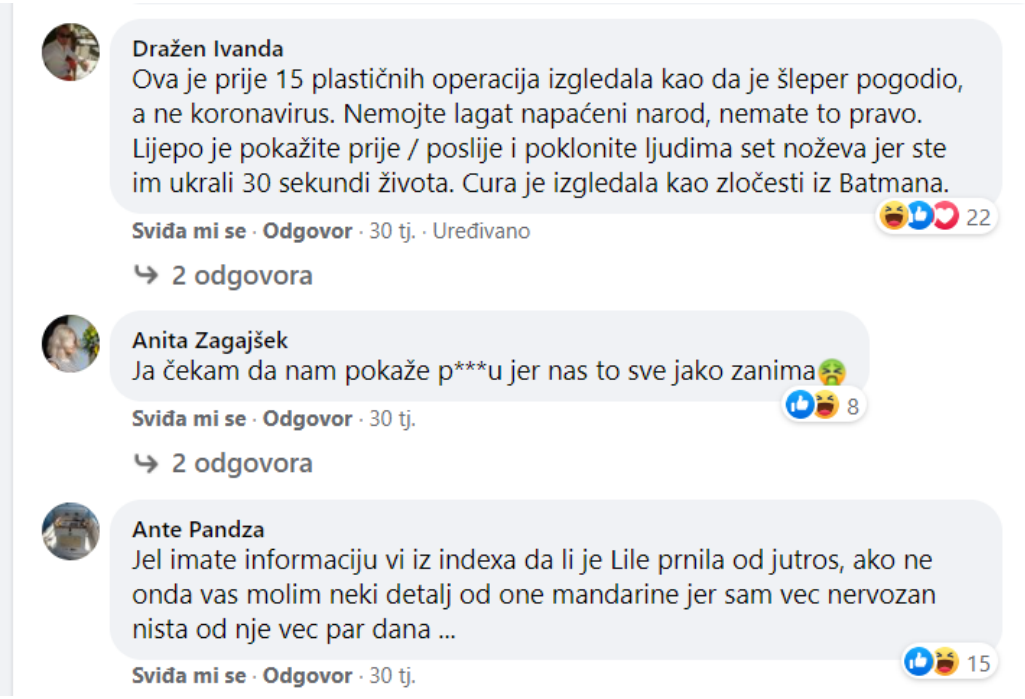
Slika 8.3. *Komentari čitatelja na Facebooku ispod objave o prvoj zaraženoj osobi u RH, index.hr, 25. veljače 2020.*

Osim reakcija publike ispod tekstova s ozbiljnom tematikom važno je proučiti kakve su reakcije na one manje ozbiljne. U slučaju s koronavirusom telegram.hr nije imao „lake“ vijesti. Vecernji.hr je izabranoga dana imao jednu takvu vijest o igraču Dinama koji je radi prevencije poslan u bolnicu nakon što mu je žena boravila u Italiji. Tekst ima 13199 prikaza te tri komentara. Reakcija na Facebooku je 34, komentara pet, a podjele dvije. Komentara je malo te se samim time pokazuje kako publika nije zainteresirana za vijesti ovakve tematike.



Slika 8.4. *Komentari na Facebooku ispod „lake“ vijesti, vecernji.hr, 25. veljače 2020.*

Jedna od desetak „lakih“ vijest objavljenih na index.hr-u toga dana je ona vezana uz pjevačicu Lidiju Bačić koja pojavom u medijima izaziva reakciju publike. Vijest koju su prenijeli s njezina Instagram profila o fotografiji s prekrivenim ustima i nosom dobila je na Facebooku 93 reakcije, 110 komentara i jednu podjelu. Komentari većinom ismijavaju samu pjevačicu ili spomenuti portal. Vidljivo je kako reakcije na ovakve vijesti mahom nisu pozitivne.



Slika 8.5. *Komentari na Facebooku ispod objave o Lidiji Bačić, index.hr, 25. veljače 2020.*

9. Zaključak

Na samome kraju ovoga rada važno je ponoviti početne hipoteze, ali i sažeti istraženo o medijskoj recepciji na izabranim portalima. Početne hipoteze bile su:

1. Osnovni pojmovi teorije recepcije primjenjivi su na *online* medijsko okruženje i na načine izvještavanja o koronavirusu
2. S obzirom na najveću čitanost, portal index.hr objavio je najviše sadržaja vezanih za koronavirus na dan 25. veljače 2020. godine
3. Specifičnost situacije uvjetuje da izabrani mrežni mediji izvještavaju na sličan način o koronavirusu

Naime, priloženim istraživanjem potvrđene su dvije hipoteze, dok je jedna djelomično potvrđena. Prva hipoteza je u potpunosti potvrđena. Osnovni pojmovi poput različitih horizonata očekivanja, funkcije praznih mjesta, utjecaja autora itd. primjenjivi su i na *online* medijsko okruženje. Teorija recepcije koja se nekada koristila u proučavanju književne građe sada je primjenjiva kao medijska percepcija na sve medijske oblike. Njome se pokazuje utjecaj te načini izvještavanja medija, ali i primitak sadržaja od strane publike. Druga hipoteza je, također, potvrđena. Naime, index.hr kao jedan od najčitanijih *online* portala u RH potvrdio je kako je u situaciji s koronavirusom plasirao mnoštvo sadržaja koji se ne selektira. Istraživanje je pokazalo kako je portal, u odnosu na ostala dva, na dan 25. veljače 2020. godine objavio najviše medijskog sadržaja o koronavirusu što može imati i pozitivan i negativan utjecaj na korisnika. Zadnja hipoteza je djelomično potvrđena. Naime, portali u izvještavanju imaju određenih sličnosti, ali i razlika. Potonje dovodi do potvrde o raznolikosti *online* medija i njihovog sadržaja te utjecaja na čitatelja. Brojne sličnosti, u ovom slučaju, dotiču se reakcija same publike. Naime, analizom komentara čitatelja na pojedinim tekstovima utvrđeno je kako publika reagira vrlo slično. Time je potvrđeno kako reakcija publiku ne ovisi o mediji kojega konzumira već o tematici koju komentira. U slučaju koronavirusa brojne su reakcije nepovjerenja u ozbiljnost situacije dok „lake“ vijesti nailaze na ismijavanje i neodobravanje publike koja takvim reakcijama pokazuje stav koji je važan za razumijevanje medijske recepcije koronavirusa.

Online mediji, koji su postali prvotni izvor informiranja, svojim načinima izvještavanja imaju veliki utjecaj na publiku. Publika bira medije ovisno o vlastitim uvjerenjima, ali i mijenja uvjerenja ukoliko je određeni autor uspije uvjeriti u suprotno. U izvanrednim situacijama, kao što je ova s koronavirusom i s obzirom na količinu informacija, moguće je kako će doći do panike među publikom kojoj su *online* mediji najčešći izvor informacija. Samu teoriju recepcije moguće

je primijeniti i na internetske medije te su time vidljivi utjecaj i moć medija koji mogu imati svoje pozitivne, ali negativne strane.

U Koprivnici, dana _____,

_____.

Sveučilište Sjever

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, RAHELA REK *(ime i prezime)* pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog~~/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom MEDIJSKA RECEPCIJA KORONAVIRUSA NA TRIMA ONLINE PORTALIMA - TELEGRAM.HR, VECERNJI.HR I INDEX.HR *(upisati naslov)* te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Rahela Rek
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnost 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, RAHELA REK *(ime i prezime)* neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom ~~završnog~~/diplomskog *(obrisati nepotrebno)* rada pod naslovom MEDIJSKA RECEPCIJA KORONAVIRUSA *(upisati naslov)* čiji sam autor/ica. NA TRIMA ONLINE PORTALIMA - TELEGRAM.HR, VECERNJI.HR I INDEX.HR

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Rahela Rek
(vlastoručni potpis)

10. Literatura

Knjige

[1] Brautović, Mato. 2011. *Online mediji*. Školska knjiga. Zagreb.

[2] Malović, Stjepan. 2005. *Osnove novinarstva.* Golden marketing – Tehnička knjiga. Zagreb.

[3] Tkalac Verčić, Ana; Sinčić Ćorić, Dubravka; Pološki Vokić, Nina. 2010. *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*. M.E.P. d.o.o. Zagreb. Zagreb.

[4] *Istraživačko novinarstvo*. 2004. Ur. Bešker, Inoslav; Obad, Orlanda. PressData, medijska agencija HND. Zagreb.

Časopisi

[1] Hromadžić, Hajrudin; Popović, Helena. 2010. Aktivne medijske publike: razvoj koncepta i suvremenih trendova njegovih manifestacija. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*. 16. 97–111.

[2] Musa, Šimun; Šušić, Mirela. 2015. Teorija recepcije i školska recepcija. *Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*. 10. 84–108.

[3] Stanković, Mladen. 1987. Recepcija djelovanja masovnih medija. *Politička misao: časopis za politologiju*. 24. 89–99.

[4] Tkalec, Gordana. 2009. U hipermarketu hiperteksta: književni tekst na internetu. *Nova Croatica: časopis za hrvatsku književnost i kulturu*. 3. 51–60.

[5] Tkalec, Gordana. 2010. Primjenjivost teorije recepcije na medij interneta. *Fluminensia: časopis za filološka istraživanja*. 22. 69–81.

[6] Tkalec, Gordana. 2013. Internetski portreti hrvatskih pisaca. *Kolo: časopis Matice hrvatske za književnost, umjetnost i kulturu*. 5. 160–170.

Zbornik

[1] Tkalec, Gordana; Rosanda Žigo, Iva. 2018. Fenomen sveznajuće površnosti – Što Google zna o Solaru. *Jezik književnosti, znanosti i medija: zbornik radova sa znanstvenog skupa u povodu 80. rođendana akademika Milivoja Solara*. Ur. Kolar, Mario; Tkalec, Gordana; Kovač, Zvonko. Sveučilište Sjever. Koprivnica.

Mrežni i elektronički izvori

[1] https://www.koronavirus.hr/kronologija-razvoja-epidemije/59 (pristupljeno 31. ožujka 2020.)

[2] https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1 (pristupljeno 31. ožujka 2020.)

[3] https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/pitanja-i-odgovori-o-bolesti-uzrokovanoj-novim-koronavirusom/ (pristupljeno 31. ožujka 2020.)
[4] https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_2 (pristupljeno 1. travnja 2020.)
[5] https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/02/Uputa-poslodavcima-i-radnicima-o-postupanju-vezano-uz-koronavirus.pdf (pristupljeno 1. travnja 2020.)
[6] https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Plakat-B1-COVID-19_HR_EN_IT-4.pdf (pristupljeno 1. travnja 2020.)
[7] https://www.koronavirus.hr/o-putovanju/11 (pristupljeno 1. travnja 2020.)
[8] https://www.koronavirus.hr/o-skolovanju/13 (pristupljeno 1. travnja 2020.)
[9] https://www.telegram.hr/politika-kriminal/istrazivanje-oxforda-prema-broju-zarazenih-hrvatska-ima-najstroze-restrikcije-na-svijetu/?fbclid=IwAR3O8Pu9D2mjw4nh9auv8Rg4ACo3eDC5-4E317zJgSkuwBIlL82ItLBH-EY (pristupljeno 1. travnja 2020.)
[10] https://andrija.ai/ (pristupljeno 18. travnja 2020.)
[11] https://www.koronavirus.hr/najnovije/andrija-prvi-digitalni-asistent-u-borbi-protiv-koronavirusa-u-hrvatskoj-zivi-na-whatsappu/460 (pristupljeno 18. travnja 2020.)
[12] https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=52134 (pristupljeno 18. travnja 2020.)
[13] https://vijesti.hrt.hr/607519/vlada-o-popustanju-mjera (pristupljeno 13. srpnja 2020.)
[14] https://dnevnik.hr/vijesti/koronavirus/iz-minute-u-minutu-koronavirus-u-hrvatskoj-1-lipnja-2020---607467.html (pristupljeno 13. srpnja 2020.)
[15] https://www.koronavirus.hr/ (pristupljeno 13. srpnja 2020.)
[16] http://euroacademia.eu/presentation/the-media-reception-of-the-refugee-wave-in-the-european-countries-outside-the-schengen-area/ (pristupljeno 22. srpnja 2020.)
[17] https://www.telegram.hr/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)
[18] https://www.vecernji.hr/ (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[19] https://www.index.hr/ (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[20] http://telegramgrupa.hr/ (pristupljeno 19. kolovoza 2020.)
[21] https://www.styria.com/en/vecernji-list-media-engine-of-modern-croatia-1085 (pristupljeno 17. rujna 2020.)
[22] http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/croatia-2018/?fbclid=IwAR2Pl-dG3ZV1eSfzH6lJZOrZwy7Jr-kOtY7vyY4MCsH6d7vaZk9lXYxl-W8#fn-8074-1 (pristupljeno 22. rujna 2020.)
[23] https://www.index.hr/vijesti/clanak/nela-srsen-ljudi-u-italiji-su-u-velikom-strahu-to-granici-sa-psihozom/2159567.aspx (pristupljeno 20. lipnja 2020.)

[24] https://www.index.hr/vijesti/clanak/koronavirus-je-prva-prava-infodemija-na-svijetu-evo-sto-to-znaci/2159293.aspx (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[25] https://www.index.hr/vijesti/clanak/u-hrvatskoj-puno-talijana-popravlja-zube-klinika-nam-je-objasnila-kako-se-stite/2159622.aspx (pristupljeno 21. lipnja 2020.)
[26] https://www.index.hr/sport/clanak/japan-zbog-koronavirusa-odgodio-pocetak-nogometnog-prvenstva/2159692.aspx (pristupljeno 22. lipnja 2020.)
[27] https://www.index.hr/sport/clanak/najveci-talijanski-derbi-igrat-ce-se-bez-gledatelja-sto-ce-se-dogoditi-u-hnlu/2159755.aspx (pristupljeno 25. lipnja 2020.)
[28] https://www.index.hr/vijesti/clanak/potvrdjen-koronavirus-u-hrvatskoj/2159689.aspx (pristupljeno 22. lipnja 2020.)
[29] https://www.index.hr/magazin/clanak/pernar-kaze-da-ima-rjesenje-za-koronavirus-mozete-me-poslusati-i-ne-morate/2159701.aspx (pristupljeno 23. lipnja 2020.)
[30] https://www.index.hr/magazin/clanak/split-ili-cernobil-pogledajte-kako-se-dalmatinci-stite-od-koronavirusa/2159715.aspx (pristupljeno 24. lipnja 2020.)
[31] https://www.index.hr/magazin/clanak/lidija-bacic-objavila-fotku-prekrivenih-usta-prste-komentari-o-koronavirusu/2159729.aspx (pristupljeno 24. lipnja 2020.)
[32] Fižulić, Goranko. „Analiza: Što će se događati nakon što se u Hrvatskoj potvrdi prvih 5, 6 slučajeva koronavirusa“. https://www.telegram.hr/price/analiza-sto-ce-se-dogadati-nakon-sto-se-u-hrvatskoj-potvrdi-prvih-5-6-slucajeva-koronavirusa/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)
[33] Grund, Zdravka. „Ivan Đikić, naš najcjenjeniji znanstvenik, smiruje paniku oko koronavirusa; SARS i MERS bili su opasniji, ljudi se moraju smiriti“. https://www.telegram.hr/zivot/ivan-dikic-nas-najcjenjeniji-znanstvenik-smiruje-paniku-oko-koronavirusa-sars-i-mers-bili-su-opasniji-ljudi-se-moraju-smiriti/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)
[34] Grund, Zdravka. „Šefica Klinike Fran Mihaljević objavila nove informacije o mladiću zaraženom koronavirusom“. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/sefica-klinike-fran-mihaljevic-objavila-nove-informacije-o-mladicu-zarazenom-koronavirusom/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)
[35] HINA. „Beroš je otputovao u Rim na sastanak s ministrima zdravstva još 5 zemalja. Poručuje da nema zatvaranja granica“. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/beros-je-otputovao-u-rim-na-sastanak-s-ministrima-zdravstva-jos-pet-zemlja-porucuje-da-nema-zatvaranja-granica/ (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[36] HINA. „Hotel u Innsbrucku stavljen u karantenu. Otkriveno da recepcionarka i njezin dečko, oboje Talijani, imaju koronavirus“. https://www.telegram.hr/zivot/hotel-u-innsbrucku-stavljen-u-karantenu-otkriveno-da-recepcionerka-i-njezin-decko-oboje-talijani-imaju-koronavirus/ (pristupljeno 20. lipnja 2020.)

[37] HINA. „Talijanski gradovi navikavaju se na život u karanteni. Ministri susjednih zemalja stižu na hitan sastanak“. https://www.vecernji.hr/vijesti/u-kini-508-novih-slucajeva-zaraze-a-u-japanu-umro-putnik-s-broda-diamond-princess-1381526 (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[38] HINA. „Zbog Talijana zaraženog koronavirusom tisuću gostiju jednog hotela na Tenerifima stavljeno je u karantenu“. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/zbog-talijana-zarazenog-koronavirusom-tisucu-gostiju-jednog-hotela-na-tenerifima-stavljeno-je-u-karantenu/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)
[39] HINA. „Zbog koronavirusa odgođeno snimanje Nemoguće misije u Veneciji“. https://www.index.hr/magazin/clanak/zbog-koronavirusa-odgodjeno-snimanje-nemoguce-misije-u-veneciji/2159614.aspx (pristupljeno 21. lipnja 2020.)
[40] HINA. „Zbog koronavirusa odgođeno Svjetsko prvenstvo u stolnom tenisu“. https://www.index.hr/sport/clanak/zbog-koronavirusa-odgodjeno-svjetsko-prvenstvo-u-stolnom-tenisu/2159682.aspx (pristupljeno 22. lipnja 2020.)
[41] HINA; Vecernji.hr. „Prvi slučajevi u Palermu, Firenci, na Tenerifima. Hotel s 1000 gostiju stavili u karantenu“. https://www.vecernji.hr/vijesti/prvi-slucajevi-u-palermu-firenci-na-tenerifima-hotel-s-1000-gostiju-stavili-u-karantenu-1381589 (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[42] HINA; R.I. „Wall Street oštro pao zbog koronavirusa, dionice potonule“. https://www.index.hr/vijesti/clanak/wall-street-ostro-pao-zbog-koronavirusa-dionice-potonule/2159565.aspx (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[43] Hulin, Adeline; Stone, Mike. „Vodič za samoregulaciju online medija“. https://www.osce.org/files/f/documents/5/9/104555.pdf (pristupljeno 15. kolovoza 2020.)
[44] Jarić Dauenhauer, Nenad. „Važna lekcija Hrvatskoj: Evo kako su neke zemlje zaustavile koronavirus“. https://www.index.hr/vijesti/clanak/vazna-lekcija-hrvatskoj-evo-kako-su-neke-zemlje-zaustavile-koronavirus/2159835.aspx (pristupljeno 29. lipnja 2020.)
[45] Luzar, Ivan. „Neki genijalci došli su na super ideju za biznis. Prodaju maske po Njuškalu, cijene su sulude“. https://www.telegram.hr/fotogalerije/zivot/neki-genijalci-dosli-su-na-super-ideju-za-biznis-prodaju-maske-po-njuskalu-cijene-su-sulude/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)
[46] Macek, Patrik. FOTO „Uplašili se koronavirusa? Po centru Zagreba hodali s medicinskim maskama“. https://www.vecernji.hr/zagreb/foto-uplasili-se-koronavirusa-po-centru-zagreba-hodali-s-medicinskim-maskama-1381562 (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[47] Pauček Šljivak, Martina. „U Rijeci uskoro izložba pasa na koju stiže puno Talijana. Zašto nije otkazana?“. https://www.index.hr/vijesti/clanak/u-rijeci-uskoro-izlozba-pasa-na-koju-stize-puno-talijana-zasto-nije-otkazana/2159658.aspx (pristupljeno 22. lipnja 2020.)
[48] Pauček Šljivak, Martina. „Nakon pisanja Indexa otkazana izložba u Rijeci na koju su trebali doći Talijani“. https://www.index.hr/vijesti/clanak/nakon-pisanja-indexa-otkazana-izlozba-u-

rijeci-na-koju-su-trebali-doci-talijani/2159751.aspx?index_ref=read_more_d (pristupljeno 24. lipnja 2020.)
[49] Raić Knežević, Ana. „Prevaranti u Italiji koriste paniku oko koronavirusa pa glume volontere, upadaju u kuće i kradu“. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/prevaranti-u-italiji-koriste-paniku-oko-koronavirusa-pa-glume-volontere-upadaju-ljudima-u-kuce-i-kradu/ (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[50] Raić Knežević, Ana. „Pričali smo s Talijanom čiji je grad blokiran zbog koronavirusa: detaljno nam je opisao kakav kaos tamo vlada“. https://www.telegram.hr/zivot/pricali-smo-s-talijanom-ciji-je-grad-blokiran-zbog-koronavirusa-detaljno-nam-je-opisao-kakav-kaos-tamo-vlada/ (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[51] Rimac Lesički, Ivana; Vecernji.hr. „Potvrđen prvi slučaj u Hrvatskoj: Mladić u Zagrebu ima koronavirus“. https://www.vecernji.hr/vijesti/plenkovic-potvrdio-mladic-u-zagrebu-ima-koronavirus-1381617 (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[52] Rimac Lesički, Ivana; Vecernji.hr. „Zaraženi mladić četiri dana bio bez liječničke kontrole. U Milanu je bio na utakmici Lige prvaka“. https://www.vecernji.hr/vijesti/zarazeni-mladic-cetiri-dana-bio-bez-lijecnicke-kontrole-njegova-djevojka-u-samoizolaciji-1381646 (pristupljeno 5. lipnja 2020.)
[53] Telegram redakcija. „Ovaj video prikazuje opustošene police u jednom zagrebačkom dućanu. Zbilja ljudi, sredite se“. https://www.telegram.hr/zivot/ovaj-video-prikazuje-opustosene-police-u-jednom-zagrebackom-ducanu-zbilja-ljudi-sredite-se/ (pristupljeno 20. lipnja 2020.)
[54] Vecernji.hr. „Dva državljana Srbije s kruzera Diamond Princess zaraženo koronavirusom“. https://www.vecernji.hr/vijesti/dvoje-drzavljana-srbije-s-kruzera-diamond-princess-zarazeno-koronavirusom-1381558 (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[55] Vecernji.hr. „Igrač Dinama i njegova supruga u karanteni! Poslani u bolnicu, strahovalo se od koronavirusa“. https://www.vecernji.hr/sport/igrac-dinama-i-njegova-supruga-u-karanteni-bili-u-bolnici-zbog-strahovalo-se-od-koronavirusa-1381701 (pristupljeno 6. lipnja 2020.)
[56] Vecernji.hr. „Riječani oduševljavaju: organiziraju svečani doček koronavirusa u Luku različitosti“. https://www.vecernji.hr/kultura/rijecani-odusevljavaju-organiziraju-svecani-docek-koronavirusa-u-luku-razlicitosti-1381675 (pristupljeno 5. lipnja 2020.)
[57] Vecernji.hr. „Smrtnost je dva posto, posljedicama bolesti uglavnom podliježu stariji“. https://www.vecernji.hr/vijesti/smrtnost-je-dva-posto-posljedicama-bolesti-uglavnom-podlijezu-stariji-1381564 (pristupljeno 25. svibnja 2020.)
[58] Vitas, Zoran. „Ivan Đikić: Ne širite histeriju, evo što trebate činiti kod pojave koronavirusa“. https://www.vecernji.hr/vijesti/upute-ivana-dikica-gradanima-sto-uciniti-kod-pojave-koronavirusa-1381645 (pristupljeno 26. svibnja 2020.)

[59] Vrabec, Vedran. „Potvrđen prvi slučaj koronavirusa u Hrvatskoj“. https://www.telegram.hr/politika-kriminal/potvrden-prvi-slucaj-koronavirusa-u-hrvatskoj/ (pristupljeno 15. lipnja 2020.)

Kvalifikacijski radovi

[1] Puškar Mustafić, Nadira. 2017. „Katarzični efekti suvremene auto/biografske američke drame“. Doktorska disertacija. Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Osijek. 259 str.

[2] Vandek, Mija. 2019. „Problem recepcije: Pedro Páramo“. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zgarebu. Zagreb. 38 str.

11. Popis slika

Slika 2.1. Istraživanje Sveučilišta Oxford – Veza između broja COVID-19 slučajeva i vladinih odgovora

Slika 6.1.2.1. Komentar Goranka Fižulića (tekst nije opremljen fotografijama), telegram.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.1.2.2. Vijest o prvoj zaraženoj osobi koronavirusom u RH, telegram.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.1.2.3. Izvještaj o prodaji zaštitnih maski u vrijeme koronavirusa, telegram.hr, 25. veljače 2020.

6.1.2.4. Dio teksta iz reportažnog intervjua s talijanom Visigallijem, telegram.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.2.2.1. Fotogalerija koja prikazuje zagrepčane sa zaštitnim maskama, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.2.2.2. Komentari ispod teksta s izjavama znanstvenika Ivana Đikića, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.2.2.3. Vijest o prvoj zaraženoj osobi u RH, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.2.2.4. Vijest na temu koronavirusa s najviše pregleda, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.2.2.5. Primjer funkcije praznih mjesta u tekstu o zaraženom mladiću, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.1. Dio teksta koji može izazvati paniku, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.2. Vijest o odgađanju snimanja filma (četiri rečenice), index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.3. Naslov kojim se privlači čitatelja, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.4. Vijest o dolasku zaraze u RH (prijelomna vijest), index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.5. Traženje odgovora iz više izvora – povećava se horizont očekivanja djela, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.6. Dio vijesti o otkazivanju izložbe – obrat situacije i nastavak priče, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.7. Vijest prenesena s društvene mreže Facebook, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 6.3.2.8. Pitanja koja se postavljaju u članku na koje autor, kasnije, nudi odgovore, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 7.1. „Laka“ vijest koja nema edukativnu svrhu, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 7.2. Sadržaj vijesti koja nema edukativnu svrhu, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 7.3. Vijest prenesena s Instagrama o pjevačici Lidiji Bačić, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 8.1. Komentari na Facebooku ispod teksta o dolasku zaraze u RH, telegram.hr, 25. veljače 2020.

Slika 8.2. Komentari čitatelja ispod objave o prvoj zaraženoj osobi u RH, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 8.3. Komentari čitatelja na Facebooku ispod objave o prvoj zaraženoj osobi u RH, index.hr, 25. veljače 2020.

Slika 8.4. Komentari na Facebooku ispod „lake“ vijesti, vecernji.hr, 25. veljače 2020.

Slika 8.5. Komentari na Facebooku ispod objave o Lidiji Bačić, index.hr, 25. veljače 2020.

12. Popis tablica

Tablica 4.1. Četiri modela *online* medija

Tablica 7.1. Kvalitativna usporedba triju portala

13. Popis grafova

Graf 7.1. Usporedba broja članaka o koronavirusu na dan 25. veljače 2020. (telegram.hr, vecernji.hr i index.hr)