

Izvještavanje o terorizmu na dnevno-informativnim portalima u Hrvatskoj: slučaj terorističkih napada u Parizu i Bruxellesu

Buva, Mia

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:868653>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-08**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI

Mia Buva

**IZVJEŠTAVANJE O TERORIZMU NA
DNEVNO-INFORMATIVNIM
PORTALIMA U HRVATSKOJ**

SLUČAJ TERORISTIČKIH NAPADA U PARIZU I
BRUXELLESU

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2017.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
HRVATSKI STUDIJI
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

DIPLOMSKI RAD

**IZVJEŠTAVANJE O TERORIZMU NA
DNEVNO-INFORMATIVNIM
PORTALIMA U HRVATSKOJ**

SLUČAJ TERORISTIČKIH NAPADA U PARIZU I
BRUXELLESU

Studentica: Mia Buva

Mentor: doc.dr.sc. Jelena Jurišić

Zagreb, rujan 2017.

*Zahvaljujem mentorici doc. dr. sc. Jeleni
Jurišić na savjetima i pomoći tijekom izrade
rada, obitelji na podršci i prijateljima na
motivaciji.*

Sažetak

Terorizam je vrlo atraktivna tema koja u posljednje vrijeme zauzima sve više prostora u medijima. Teroristički napadi postali su sve učestaliji, a porastom broja napada raste i zanimanje publike za teme vezane uz terorizam. U suvremeno doba ljudi do informacija najčešće dolaze na internetu, a uslijed novih trendova jedni od glavnih informatora postali su dnevno-informativni portali. U radu su analizirani portali *Jutarnjeg* i *Večernjeg lista* te način na koji su ti portali popratili terorističke napade u Parizu i Bruxellesu. Riječ je o prvim terorističkim napadima u novijoj europskoj povijesti o kojima se po prvi puta izvještavalo u gotovo realnom vremenu što ih je činilo još privlačnijima publici.

Ovaj rad prikazat će važnost primjerenog pristupa terorizmu i analizirati načine na koje terorizmu pristupaju virtualne ekstenzije uglednih dnevnih listova u Hrvatskoj. Istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja kojom će se utvrditi frekvencija objavljivanja članaka o terorizmu nakon krvavih napada, način obrade delikatnih i nedovoljno istraženih tema kao što je terorizam te povezanost tema o terorizmu s komentarima čitatelja analiziranih portala.

Ključne riječi:

Terorizam, mediji, novinarsko izvještavanje, *online* novinarstvo, internet portali, komentari čitatelja

Abstract

Terrorism has lately become a burning topic, taking up an increasing amount of space in the media. With increasing frequency of terrorist attacks, the interest of the general public in topics concerning terrorism has also increased. Nowadays, people generally get information on the Internet and in line with new trends, daily information portals are one of the main sources of information. This paper analyses the portals of *Jutarnji* and *Večernji* list dailies, as well as the manner in which these portals have reported about the terrorist attacks in Paris and Brussels.

These are the first terrorist attacks in the recent European history to have been reported almost in real time, making them even more interesting to the public. This paper will cover the importance of an appropriate approach to terrorism and analyse how online versions of the renowned Croatian newspapers approach terrorism. The research was conducted by means of a content analysis method, in order to establish the frequency of published articles featuring terrorism after the terror attacks, method of processing delicate and insufficiently investigated topics, such as terrorism, as well as relation of the terrorism topics to reader comments on the analysed portals.

Key words: Terrorism, media, media reporting, online journalism, news website, readers comments

Sadržaj

1. UVOD	8
1.1. Predmet rada	8
1.2. Ciljevi rada.....	9
1.3. Znanstveno-istraživačke metode i hipoteze	10
1.4. Pregled literature.....	10
1.5. Struktura rada.....	11
2. MEDIJI U SUVREMENO DOBA	12
2.1. Glavna obilježja <i>online</i> novinarstva	12
2.2. Povijest <i>online</i> novinarstva	14
2.3. Razvoj <i>online</i> novinarstva u Hrvatskoj	14
2.4. Razlike između interneta i masovnih medija.....	15
2.5. Funkcije masovnih medija.....	16
2.6. Karakteristike suvremene medijske publike.....	17
2.6.1. Komentari na internetu	18
3. NOVINARSKA ETIKA I MEDIJSKA PISMENOST U DIGITALNO DOBA	19
3.1. Profesionalni standardi izvještavanja	19
3.2. Pet osnovnih načela novinarstva	20
3.3. Poštenje umjesto objektivnosti	21
3.4. Važnost medijske pismenosti	22
4. MEDIJI I TERORIZAM	23
4.1. Definiranje osnovnih pojmova	23
4.2. Terorizam u medijima	24
4.3. Tragedije kao medijski spektakli.....	26
4.4. Kako izvještavati o terorizmu?.....	27
4.4.1. Izvještavanje o terorizmu na primjeru BBC-a.....	28
4.4.2. Regulacija medijskog izvještavanja o terorizmu	29
5. ISTRAŽIVANJE	31
5.1. Predmet istraživanja	31
5.1.1. Teroristički napad u Parizu.....	32
5.1.2. Teroristički napad u Bruxellesu.....	33
5.2. Cilj istraživanja.....	34
5.3. Hipoteze	34
5.4. Znanstveno-istraživačka metoda i uzorak	35

5.5	Rezultati istraživanja	36
5.6	Analiza rezultata i rasprava	62
6.	ZAKLJUČAK.....	68
7.	POPIS LITERATURE.....	70
8.	PRILOZI.....	76
8.1	Popis grafikona.....	76
8.2	Popis slika	77
8.3	Analitička matrica	78

1. UVOD

Terorizam je posljednjih godina jedna od najvećih prijetnji nacionalnoj sigurnosti u zemljama diljem Europe. Sve većim razvojem medija terorizam u javnosti dobiva sve više prostora. Teroristički napadi prate se gotovo u realnom vremenu, a po važnosti uvijek preuzimaju primat nad svim ostalim vijestima iz dnevno-političkog okruženja. Ovaj rad bavit će se načinom na koji dnevno-informativni portali izvještavaju o terorizmu. Zbog izuzetno velikog broja terorističkih napada u proteklih nekoliko godina, fokus ovoga rada bit će na dva najveća teroristička napada u novijoj povijesti, napadu u Parizu i napadu u Bruxellesu.

Tema, koja će se obrađivati u radu, je društveno važna i relevantna jer sa sve većim razvojem inovacija u digitalnom svijetu portali postaju sve uvjerljiviji prijenosnici informacija. Teroristički napadi prate se iz minute u minutu i postaju udarne vijesti koje privlače pozornost te bude znatiželju kod čitatelja koji su nerijetko samo neposredno u doticaju s terorizmom i to posredstvom medija. Oni utječu na formiranje stavova i ponašanja zbog čega je izuzetno bitno da takve teme budu obrađene odmjereno, ali i da mediji javnosti ponude širu sliku terorizma s kojom su tek rijetki upoznati.

Želja za ovakvim radom proizašla je prvenstveno iz osobne motivacije autorice. Tijekom studiranja autorica ovog rada prošla je kroz nekoliko redakcija u kojima sam kroz praksu, ali i višegodišnji rad imala priliku vidjeti načine na koje se vijesti stvaraju i plasiraju čitateljima. Terorizam je postao izuzetno atraktivna tema koja privlači sve više ljudi, no čak i novinari koji pišu o ovoj temi često s njome nisu dovoljno upoznati. Samim time mediji o terorizmu izvještavaju vrlo površno, a njihove zaključke čitatelji uzimaju zdravo za gotovo. Ovim radom nastojalo se dati dublji uvid u izvještavanje o terorizmu, ali i ukazati na najčešće pogreške za koje vjerujem da bi mogle biti ispravljene obzirnijim pristupom temi.

1.1. Predmet rada

Fokus rada je na najvećim terorističkim napadima u Europi u proteklih dvije godine¹ prema broju žrtava, napadu Parizu i napadu u Bruxellesu, te načinima na koje su isti popraćeni na dnevno-informativnim portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr*. Riječ je o najkrvavijim napadima u

¹ Novinarka britanskog Expressa Alice Foster napravila je rezime svih terorističkih napada u Europi od 2015. godine

novijoj povijesti, ali i o prvim terorističkim napadima o kojima se izvještavalo na domaćim dnevno-informativnim portalima u gotovo realnom vremenu.

Sam intenzitet terorističkih napada u Europi značajno je porastao pojavom terorističke organizacije Islamske države što potvrđuju i podaci *Global Terrorism Database*. Od uspostave kalifata u lipnju 2014. do travnja 2016. godine u tri napada iza kojih stoji teroristička organizacija Islamske države, od kojih su se dva dogodila u Francuskoj, a jedan u Belgiji, smrtno su stradale ukupno 173 osobe i 679 osoba je ozlijeđeno. Stravična krvoprolića na ulicama frekventnih europskih gradova postala su udarna vijest u Europi, ali i šire.

Kroz rad se želi prikazati međuovisnost terorizma i medija, naglasiti važnost adekvatnog pristupa medija terorizmu, ali i upozoriti na pogreške i kršenje etičkih normi kada su u pitanju članci vezani uz terorizam na dnevno-informativnim portalima. Ove će se teme osim teoretski objasniti i na konkretnim primjerima.

1.2. Ciljevi rada

Cilj je istraživanja, koje će se provesti u ovome radu, utvrditi ulogu dnevno-informativnih portala u izvještavanju o terorizmu. Od nastanka terorizma mediji imaju značajnu ulogu u njegovom razvitku jer upravo uz njihovu „podršku“ terorizam poprima globalne razmjere i dobiva puni potencijal. Ugledni svjetski stručnjak za terorizam Bruce Hoffmann smatra da širenje informacija o teroru masovnoj publici putem medija teroristima daje maksimalni potencijal koji im je potreban za ostvarenje fundamentalnih političkih promjena kojima teže (Hoffmann 2006: 174). S druge strane, mediji imaju ulogu promatrača i prenositelja vijesti. Oni su *gatekeeperi* (Kunzick, Zipfel 2006: 129), odnosno vratari koji imaju moć da na temelju vlastite selekcije o tome što je bitno, a što nije, u javnosti stvaraju svoju konstrukciju terorizma. Senzacionalistički pristup te iznošenje pretjeranih i pogrešnih činjenica dovode do iskrivljene slike u javnosti na temelju koje recipijenti stvaraju svoju sliku događaja, ali i stvarnosti u kojoj žive. Njihove teze u ovom radu provjerit će se na konkretnim slučajevima analizom medijskih objava dvaju vodećih portala. Ovakvo znanstveno istraživanje do sada nije provedeno u Hrvatskoj, stoga otvara mogućnosti za nova saznanja i može poslužiti kao podloga za nova istraživanja koja će iznjedrili nove teorijske pretpostavke vezane uz terorizam u hrvatskim medijima.

1.3. Znanstveno-istraživačke metode i hipoteze

Znanstveno-istraživačka metoda koja je korištena u ovom radu je analiza sadržaja. Detaljnom raščlambom članaka objavljenih na analiziranim portalima nastojalo se dati uvid u glavne segmente terorizma koji privlače pažnju medija. Također, ovaj vid analize omogućuje i da detaljnije objasnimo proces selekcije vijesti kada je riječ o terorističkim napadima, organizacijama i njihovim članovima. Koje vijesti vezane uz terorizam mediji najčešće prenose, na koji se način pristupa tim vijestima, koja su najčešće kršena etička načela, iskorištava li se multimedijски karakter portala kada se piše o terorizmu samo su neka od pitanja na koja će ovaj rad pokušati dati odgovor.

Glavna hipoteza istraživanja koje smo proveli glasi: Portali *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* nekritički pristupaju vijestima o terorizmu preuzimajući članke i izjave relevantnih aktera iz stranih izvora i agencija bez dodatne provjere, a u borbi za čitanost pretjerano naglašavaju dramatične trenutke samog događaja.

Osim glavne hipoteze, postavljeno je i nekoliko specifičnih hipoteza.

H1: Napad u Parizu medijski je više popraćen od napada u Bruxellesu.

H2: Dramatičnost se na oba portala naglašava šokantnim fotografijama bez upozorenja o uznemirujućem sadržaju.

H3: Autori vijesti na portalu *Jutarnjeg lista* u većini slučajeva potpisani su kao redakcija.

H4: Portal *Vecernji.hr* ima puno više dubinski obrađenih tema od portala *Jutarnji.hr*.

H5: *Vecernji.hr* više je orijentiran na užu, obrazovaniji krug čitatelja, dok su tekstovi objavljeni na portalu *Jutarnji.hr* razumljivi i lako shvatljivi svima.

1.4. Pregled literature

Na samom početku valja ukazati na manjkavost znanstvene literature kada je posrijedi izvještavanje o terorizmu na dnevno-informativnim portalima. Rijetki su znanstvenici koji su se do sada bavili tom tematikom što ne iznenađuje s obzirom na to da su portali svoj puni zamah doživjeli tek proteklih nekoliko godina. Osim toga, napad u Parizu 2015. godine bio je prvi teroristički napad u Europi o kojem se na hrvatskim portalima izvještavalo u gotovo realnom vremenu.

Jedan od rijetkih radova koji se odnose upravo na terorizam u digitalno doba je knjiga Cristine Archetti "Understanding Terrorism in the Age of Global Media: A Communication Approach". Osim navedene autorice u radu su citirani i drugi relevantni domaći i strani autori koji u svojim knjigama posljednjih 15-ak godina upozoravaju na opasnost od senzacionalizma kada je u pitanju terorizam. Među njima su Paul Wilkinson (2002), Alexander Spencer (2010), Mirko Bilandžić (2010) i Pavle Kalinić (2015). Svi se oni slažu da senzacionalistički pristup i iznošenje pretjeranih i pogrešnih činjenica dovode do iskrivljene slike u javnosti na temelju koje recipijenti stvaraju svoju sliku događaja, ali i stvarnosti u kojoj žive. Rezultat toga je pretjerano širenje panike i straha, a to je upravo ono što teroristima ide u prilog. U poglavlju koje se odnosi na *online* novinarstvo najviše su citirani stručnjaci iz navedenog područja, a to su Mato Brautović i Nenad Prelog. Veliki doprinos radu dali su i znanstveni članci prof.dr.sc. Jelene Jurišić te doc.dr.sc. Anite Perešin.

1.5. Struktura rada

Rad se sastoji od šest smislenih cjelina. U uvodnom dijelu objašnjava se značaj teme, navode se ciljevi istraživanja, znanstveno-istraživačka metoda i hipoteze. Nakon toga pojašnjava se uloga medija u suvremenom društvu. Poglavlje započinje obilježjima *online* novinarstva, navode se funkcije masovnih medija, ali i obilježja medijske publike. Na kraju poglavlja riječ je i o komentarima na internetu koji su kvantitativno analizirani u poglavlju vezanom uz istraživanje. Treće se poglavlje odnosi na novinarsku etiku i etička načela u digitalno doba. Objašnjavaju se profesionalni standardi izvještavanja, osnovna načela novinarstva, a ističe se i važnost medijske pismenosti. Nadalje, u idućem poglavlju detaljnije se objašnjava odnos medija i terorizma, pojašnjavaju se dobre prakse izvještavanja o terorizmu, a nekoliko riječi posvećeno je i medijskoj regulaciji terorizma. Nakon detaljno obrađene teorije, u petom se poglavlju detaljno objašnjava predmet istraživanja, prikazuju se i interpretiraju podaci nakon provedenog istraživanja. Do sveobuhvatnog zaključka dolazi se u šestom poglavlju u kojem se još jednom navode glavne značajke rada. Popis korištene literature, grafikona i analitička matrica kojom je provedeno istraživanje nalaze se na kraju rada.

2. MEDIJI U SUVREMENO DOBA

Pojavom interneta mediji su započeli svoju revoluciju kakvu do tada nisu proveli. Novinarstvo kakvo poznajemo prije druge polovice 20. stoljeća dobilo je na dinamici zahvaljujući digitalizaciji. Briggs i Burke (2010, prema: Papić, Jakopec, Mičunović 2011: 91) doba u kojem živimo nazivaju šestom informacijskom revolucijom koja je konstruirana konvergencijom računala i ostale tehnologije zahvaljujući digitalizaciji. „Usljed konvergencije medija različita društva i kulture koje su svoj povijesni put započele odvojeno sada putuju zajedno, istom „informacijskom autocestom“.

Konvergencija je medijima nametnula i nove izazove. Tradicionalni mediji sve više padaju u sjenu novih medija koji preuzimaju vodeću ulogu u suvremenom društvu. Nenad Prelog u poglavlju knjige „Uvod u medije“ nove medije definira kao „različite oblike sadržaja, načina njegove organizacije, prijenosa i prikaza koje odlikuje interaktivnost, nelinearni pristup sadržaju, digitaliziranost i multimedijiski način prezentacije (tekst, slika, zvuk, animacija, video itd.)“ (Peruško 2011: 203). Kao ključni preduvjet razvoja novih medija Prelog navodi digitalnu konvergenciju, tj. kombinaciju različitih medija, platformi i načina prezentacije informacije s ciljem što boljeg korisničkog iskustva. Do digitalne konvergencije došlo je pak zbog četiri ključna faktora: globalizacije i koncentracije (sve manji broj kompanija u vlasništvu ima sve više medija), digitalizacije (postojanje univerzalnog oblika zbog kojeg sadržaj ne gubi na kvaliteti) i deregulacije (ukidanje propisa kojima se medijskim i drugim tvrtkama onemogućava posjedovanje više vrsta medija) (Peruško 2011: 206). Sve navedeno postupno je natjeralo tradicionalne medije da svoja izdanja korisnicima ponude i *online*. Medijski sadržaji tako postaju dostupniji širokim masama nego dosad, a time se u prvi plan sve više stavljaju i funkcije masovnih medija koje postaju sve raznovrsnije pojavom svakog novog medija.

2.1. Glavna obilježja *online* novinarstva

Napredne su tehnologije pred tradicionalne medije stavile nove izazove. *Online* novinarstvo (e-novinarstvo ili internet novinarstvo) je oblik novinarstva koji se ostvaruje putem interneta. *Online* novinarstvo spaja novi koncept medijskih praksi tako da se sadržaji tradicionalnih medija mijenjaju zahvaljujući karakteristikama interneta kao što su multimedijalnost, interaktivnost, nelinearnost, povezanost, neposrednost i arhivnost. Doug

Millison razlikuje internetsko novinarstvo od ostalih oblika novinarstva na temelju četiriju kriterija. Prvi je *online* pristup istodobno s događajem što znači da se internetsko novinarstvo i događaj o kojemu se izvještava ostvaruju istodobno.

Iako je to karakteristika i starih medija, ona je dobila prošireni oblik i povratnu vezu. Čitatelji danas mogu istovremeno reagirati na medijski sadržaj i iznijeti svoj komentar o istome na portalu ili sve češće na društvenim mrežama. Nadalje, idući je kriterij *online* – kasnijeg pristupa što znači da sadržaj nije vremenski ograničen. Novostima objavljenima u *online* medijima može se pristupiti u trenutku događaja, ali i kasnije. Za razliku od filma, tiska ili televizije, upotreba interneta omogućuje jednostavan pristup sadržaju neovisno o vremenu. Treći kriterij je *online* – multimedije koja podrazumijeva da internetsko novinarstvo može uključivati multimedijske elemente: tekst i sliku, zvuk, glazbu, video i animaciju te trodimenzionalnost i virtualno okruženje. Posljednji kriterij po kojem se internetsko novinarstvo razlikuje od ostalih oblika novinarstva je komunikacija s korisnicima. To znači da je internetsko novinarstvo interaktivno, a temelj tog koncepta su poveznice.

Najzastupljenije platforme na kojima se prakticira *online* novinarstvo su internetski portali koji se pojavljuju u obliku digitalnog izdanja klasičnih medija ili u obliku sasvim novog medija. Dnevno informativni portali su, prema Bruceu Garrisonu (2004, prema: Brautović 2011: 14), jedan od četiri modela *online* medija:

1. 24-satni model,
2. model oglasnog prostora zajednice,
3. nadomjesni model,
4. ekskluzivni model.

Prema ovoj klasifikaciji *news*-portali pripadaju u 24-satni model. Riječ je o mediju koji se iz sata u sat ažurira novim informativnim, ali i zabavnim sadržajima. Ipak, najviše vijesti objavljuje se u vremenskom periodu od 10 do 17 sati (Garrison 2004, prema: Brautović 2011: 14).

Drugi model, model oglasnog prostora zajednice, nudi novosti i informacije vezane uz zajednicu, bilo da je riječ o novostima iz spektra umjetnosti, gospodarstva ili pak vremenske prognoze.

Nadomjesni model, prema Garrisonu, prostor na internetu koristi kako bi proširio sadržaj klasičnih medija. Karakterizira ga originalnost i jedinstvenost, a primjenjiv je najčešće kod lokalnih portala.

Najteže održiv je posljednji, ekskluzivni model. Garrison navodi da je on vrlo skup i teško održiv jer teži objavi još neobjavljenih sadržaja na drugim portalima (Garrison 2004, prema: Brautović 2011: 15-16).

2.2. Povijest *online* novinarstva

Sve veći razvoj informacijske tehnologije doveo je krajem 1980-ih godina do početka suvremene medijske etape u kojoj su nakladnici počeli eksperimentirati s udaljenim čitateljima (Peruško 2011: 211). U početku su se novinska uredništva odupirala ideji suvremenizacije medija, a jedan od najvećih medijskih „buntovnika“ bio je ugledni *Times*. Desetak godina kasnije sve ubrzaniji razvoj mreže potaknuo je nakladnike da „izađu na web“. Prvi informativni portal *Chicago Online* startao je u svibnju 1992. godine. Riječ je o *web*-verziji dnevnika *Chicago Tribune* koji je probio led čime je i drugim medijima utrao put da krenu na mrežu. Nedugo nakon toga svoja *online* izdanja dobili su *New York Times*, *BBC* i *Washington Post*, a u nepune dvije godine na mrežnim stranicama je bilo moguće pristupiti čak više od 100 naslova. Prema podacima iz 2011. procjenjuje se da na mrežnim stranicama ima više od 100.000 izdanja koja isključivo ili pretežno donose vijesti (Peruško 2011: 212). Danas je taj broj zasigurno još i veći.

2.3. Razvoj *online* novinarstva u Hrvatskoj

Nedugo nakon što su pokrenuti prvi dnevno-informativni portali u svijetu dolazi i do razvoja portala u Hrvatskoj. Brautović smatra da taj razvoj nije bio „rezultat stvarnih potreba korisnika, već praćenja trendova zapadnih demokracija“ (Brautović 2010: 23).

Prvi *online* mediji javljaju se tijekom 1994. godine, nakon što je tadašnje Ministarstvo znanosti i tehnologije pokrenulo projekt pod nazivom *Carnet* koji je omogućio prvo povezivanje Hrvatske i svjetske računalne mreže *internet*. Prvi informativni medij koji je dobio svoju *online* inačicu je HRT. Mrežna stranica HRT-a nastala je iz teleteksta, a službeno je pokrenuta 1994. godine kao potpuno novi medij. Ipak, treba imati na umu da su vijesti HRT-a bile „ustvari samo prijepis radio i TV vijesti, bez dodatne obrade za internet“ (Brautović 2010: 26). Do 1998. godine, koju Brautović naziva ključnom u smislu razvoja

portala u Hrvatskoj, ali i svijetu, od deset postojećih dnevnih novina mrežnu stranicu su imali *Glas Istre* i *Večernji list*.

Portal *Vecernji.hr* pokrenut je 8. veljače 1999. godine na adresi *www.vecernji-list.hr*, a samo godinu dana nakon pokretanja uslijedile su i prve promjene u dizajnu. *Vecernji.hr* postao je pregledniji i vizualno atraktivniji čime je počeo zadovoljavati tržišne zahtjeve i zahtjeve svojih korisnika. Herljević (2011: 67) smatra da je redizajniranje *online* izdanja golem i zahtjevan posao koji traži sveobuhvatnu analizu domaćih i stranih *online* izdanja i portala, precizno određivanje uredničkih ciljeva, definiranje ciljane publike, postavljanje marketinške strategije, potpuno grafičko dizajniranje stranica i upotrebu novih softverskih alata te, što je i najvažnije, dobru organizaciju suradnje redakcije *online* izdanja i redakcije tiskanog izdanja kako bi se postigli sinergijski učinci.

Značajnije promjene uvode se tek 2003. godine budući da su *online* mediji po broju korisnika postali konkurentni klasičnim medijima, a njihovu ozbiljnost uočava i Hrvatsko novinarsko društvo koje počinje dodjeljivati nagrade za *online* novinarstvo. „27. ožujka 2003. godine, predviđena je mogućnost dodjele nagrada Marija Jurić Zagorka za novinare koji rade na internet portalima za kategorije vijest, reportaža, intervju, komentar, istraživačko novinarstvo, najbolje uređena rubrika, karikatura (...) *Online* novinari također su mogli konkurirati za Nagradu za životno djelo i Novinar godine“ (Brautović 2010: 36). Posljednji klasični medij koji je pokrenuo *online* izdanje bio je *Jutarnji list* i to tek u prosincu 2005. godine čime je dosta kasnio za svjetskim, ali i domaćim trendovima. Unatoč kasnijem izlasku na mrežu portal *Jutarnjeg lista* izborio se za svoje mjesto na tržištu što potvrđuju i podaci *Gemius Audience* o posjećenosti hrvatskih *online* medija.

2.4. Razlike između interneta i masovnih medija

Zahvaljujući suvremenim tehnologijama o događajima u zemlji i svijetu izvještava se gotovo u realnom vremenu. Mediji nikada nisu bili dostupniji publici, ali ni publika nikada aktivnije nije reagirala na medijske sadržaje. Njihovu tezu potvrđuje i Peruško te navodi kako je digitalna konvergencija dovela do nastanka novih interaktivnih medija kao što je internet koji zbog svog komunikacijskog i organizacijskog karaktera ne pripada masovnim medijima. Tri su razloga tome:

1. proizvodnja proizvoda nije institucionalizirana kao kod masovnih medija,
2. proizvodi nisu nužno komodificirani, tj. namijenjeni prodaji,
3. komunikacija nije samo jednosmjerna nego i interaktivna (Peruško 2011: 15).

Goran Bubaš ide pak korak dalje i navodi da je tehnološka osnovica interneta bitno drugačija od one masovnih medija. „Dok drugi masovni mediji imaju centraliziranu strukturu u objavljivanju informacija koje definiranim kanalima šalju prema korisniku (tzv. “pogurni” mediji), u slučaju interneta radi se o mediju bez jasne strukture ili centraliziranog objavljivanja informacija, kod kojeg korisnici prema osobnoj preferenciji biraju i učitavaju na računalo informacije iz računalne mreže (tzv. “povuci” medij)“ (Bubaš 2000: 14).

Klasifikacija novih medija u kategoriju masovnih medija predmetom je brojnih akademskih rasprava pa tako autori poput Merrilla Morrisa i Christine Ogan (1996) navode kako se „mrežne stranice kao jedan od servisa interneta ipak mogu smatrati masovnim medijem zbog toga što se obraćaju masovnoj publici“. Nastavno na pretpostavke Morrisa i Ogan, Mato Brautović *online* medije definira kao „mrežne stranice kojima je svrha informiranje korisnika, i to neovisno o tome radi li se o informativno-političkom, zabavnom ili nekom drugom sadržaju te neovisno radi li se o digitalnom izdanju klasičnih medija ili o novom mediju. Pritom one ostvaruju masmedijski učinak ili imaju potencijal za njegovo ostvarivanje“ (Brautović 2011: 13).

2.5. Funkcije masovnih medija

Funkcije masovnih medija znanstvenike su počele intrigirati krajem 50-ih godina prošlog stoljeća. Jedni od prvih autora koji u literaturi navode osnovne funkcije medija su Paul F. Lazarsfeld i Robert K. Merton. Prema njima masovni mediji imaju tri osnovne funkcije:

1. mediji povećavaju ugled i autoritet pojedinaca i skupina time što legitimiraju njihov status,
2. mediji povećavaju socijalne norme,
3. ipak, u nekim uvjetima djeluju disfunkcionalno jer mogu izazvati nesudjelovanje i pasivnost (Lazarsfeld, Merton 1948, prema: Kunzick, Zipfel 2006: 37).

Harold Lasswell ističe pak da je funkcija komunikacije stabiliziranje sustava i to tako da mediji promatraju i kontroliraju okruženje, uspostavljaju odnose između dijelova društva kao

reakciju na zahtjeve okruženja te prijenos socijalne i kulturalne baštine na sljedeću generaciju. (Kunzick, Zipfel 2006: 37)

Tijekom godina funkcije masovnih medija postaju sve rašireniji pojam. Sa svakim novim medijem javljaju se i nove funkcije pa se danas najčešće navode funkcija informiranja, funkcija stvaranja javnosti, artikuliranja, posredovanja, funkcija kontrole, socijalizacije, integracije, ali i funkcija obrazovanja i odgoja. Norris i Inglehart (2009, prema: Peruško 2011: 25) su na uzorku od 90 zemalja empirijski pokazali da je upotreba informativnih medija konzistentno povezana s jačim građanskim angažmanom, modernizacijom društvenih vrijednosti, povećanim interesom i tolerancijom prema strancima i različitostima. Zbog toga autori zaključuju da mediji u današnje doba imaju učinak vrlo sličan obrazovanju. Kako bi funkcija obrazovanja dobila svoj puni smisao važna je medijska pismenost koja konzumente medijskih sadržaja uči kako pristupati medijima i medijskim sadržajima te pri tome iz njih izvući ono najbolje. Medijska pismenost na važnosti dobiva upravo u doba digitalizacije jer je gotovo nemoguće izbjeći medije zbog sve više platformi putem kojih su oni danas dostupni publici.

2.6. Karakteristike suvremene medijske publike

Novi mediji nisu samo promijenili percepciju medijske scene, nego i medijsku publiku. Danas gotovo bilo tko u bilo kojem trenutku može uz pomoć interneta naći ono što ga zanima. Pojavom portala svaka vijest postaje udaljena gotovo jedan klik od korisnika čime je selekcija vijesti znatno olakšana. To najbolje znaju pripadnici internet-generacije (net-generacije), koji su rođeni i koji odrastaju u digitalnom okruženju. Jedan od najznačajnijih autora u polju tehnoloških inovacija i medija, ujedno i tvorac pojma „net-generacija“, Don Tapscott, smatra da „tehnologija snažno utječe na njihov razvoj, a čini se da im postaje i neophodna za svakodnevno funkcioniranje, gotovo poput zraka“ (Tapscott 2011: 36). Osnovna obilježja net generacije su sloboda, brzina i fleksibilnost. Oni su, osim toga, i optimistični, timski i globalno orijentirani, kolegijalni, racionalni, iznimno znatiželjni. Vole paralelne procese, uživaju u trenutnim zadovoljstvima, najbolje funkcioniraju kad su umreženi, skloni su prilagođavati se, surađivati i povezivati se (Tapscott 2011: 36).

Upravo zbog toga nikada nije bilo važnije poštivati osnovna novinarska načela. To treba imati na umu posebice kod izvještavanja o terorizmu i terorističkim napadima jer

pretjerano senzacionalističkim naslovima izaziva se moralna panika kod javnosti. Na to upozorava i James Walsh koji navodi da se moralna panika javlja uslijed alarmantnih trenutaka u kojima se više izvora rizika, zla, specifičnih događaja ili ponašanja percipiraju kao prijetnja normativnim temeljima društva (Walsh 2016: 3). Stoga je nužno pronaći adekvatne načine na koje će mediji informirati javnost, a pri tome ne zastrašivati ako za to ne postoji opravdan razlog.

2.6.1. Komentari na internetu

Uloga digitalne tehnologije nije samo informiranje već i formiranje medijske publike. Brojni autori slažu se da nove tehnologije sve više oblikuju mlade ljude, a imaju i globalan utjecaj na stvaranje njihovih navika i obrazaca ponašanja (Lovink 2010, prema: Bilić 2015: 3). Mediji danas svoj sadržaj više ne odašilju publici jednosmjerno, već ona taj sadržaj aktivno prima i na njega odgovara što je osobito vidljivo kod portala, ali i društvenih mreža.

Digitalne platforme svima pružaju mogućnost iznošenja vlastitog mišljenja, a sve je veći broj onih koji svoje mišljenje javno iznose na internetu. W. Lance Bennet u knjizi „Changing Citizenship In The Digital Age“ poseban osvrt daje mlađim generacijama koje su i najaktivniji korisnici interneta. Oslanjajući se na istraživanje *DDB Life Style Survey* koje je provedeno 2005. godine, Bennet navodi da čak 33% mladih u dobi od 18 do 25 godina (koji ukupno čine 36% populacije u Americi) redovno sudjeluje u *online* forumima (Bennet 2008: 1). Uzme li se u obzir da su društvene mreže, ali i portali, pravi zamah doživjele tek nakon 2005. godine, njihov angažman, kada je u pitanju iznošenje vlastitog stava, danas je zasigurno još i veći. Komentari mogu biti pozitivni ili negativni, a na udaru su najviše mediji i novinari, ali i oni komentatori s kojima pojedinci ne dijele svoje mišljenje o određenoj temi.

Rezultati istraživanja Tenenboima i Choena (2015: 212-213, prema: Jakopović, Preradović 2016: 68) pokazuju da se među najkomentiranim vrstama vijesti nalaze one koje uključuju politička i društvena pitanja, ali su istovremeno među najposjećenijima *online* vijesti koje se bave kriminalom i njegovim posljedicama. Zbog toga su posebno privlačne i teme o terorističkim zbivanjima, osobito kada je riječ o činu u kojem ima ljudskih žrtava s kojima se na neki način čitatelj može poistovijetiti.

3. NOVINARSKA ETIKA I MEDIJSKA PISMENOST U DIGITALNO DOBA

Novi trendovi koji se javljaju u medijskoj industriji sve više dovode u pitanje novinarsku etiku. Osnovna etička načela struke novinari na portalima nerijetko krše u nemilosrdnoj borbi za svaki „klik“ i to posebice kada je riječ o dramatičnim događajima s tragičnim ishodima poput terorističkih napada.

U želji za ekskluzivnošću novinari često zaboravljaju na prava čovjeka. Vladimir Barović u članku „Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama“ poseban naglasak stavlja na ljudska prava među kojima su pravo na privatnost, dostojanstvo i nepovredivost osobe. Barović ističe da se ljudska prava u izvanrednim situacijama, krizama i tijekom raznih incidenata „relativiziraju, ne poštuju ili tek djelomično poštuju“ (Barović 2010: 119).

Mato Brautović pak ističe da se novinar mora držati etičkih načela bez obzira na to ostvaruje li prihod od tog rada. Međutim, i sam napominje da je svjestan kako je to „u suprotnosti s filozofijom interneta“ (Brautović 2011: 16). Etičke i moralne vrijednosti novinara ne smiju se razlikovati neovisno radi li se o novinaru koji piše online ili preko traicionalnog medija. Dođe li u situaciju možebitnog etičkog prijepora novinar mora biti u stanju brzo procijeniti situaciju i sagledati sve moguće posljedice koje bi mogle utjecati na čitatelje. S druge strane, i oni sami moraju težiti medijskom opismenjavanju u doba kada su mediji postali važan socijalizacijski čimbenik koji zauzima važno mjesto u odgoju i obrazovanju.

3.1. Profesionalni standardi izvještavanja

Promjene na medijskoj sceni još su više utjecale na brigu o novinarskim načelima. Novinarstvo, baš kao i druge profesije, počiva na temeljima struke. Ti se temelji u literaturi mogu pronaći pod sintagmom profesionalni standardi izvještavanja. Prema Maloviću (2005: 11), to su istinitost, poštenje, točnost, nepristranost i uravnoteženost. Prema tome, obveza svakog novinara je izvijestiti što je moguće točnije, imati na umu važnost iznesenih tema za ljude i prepoznati dublji značaj vijesti. Novinar Inoslav Bešker kao važne kriterije navodi još

ažurnost i privlačnost. Bešker smatra da „nijednu informaciju ne treba držati na ledu, nego je pripremiti i objaviti čim se za nju dozna, bez obzira na to kome to šteti ili koristi“. Ovdje ipak napominje da bi prioritet pred ažurnosti uvijek trebala imati točnost posebice kada je riječ o istraživačkom novinarstvu jer je manja šteta ako se izgubi na vremenu i ažurnosti, nego ako se objave neutemeljene ili krive informacije (Bešker i sur. 2004: 24). Osim što mora biti točna, vijest mora biti i privlačna. Bešker napominje da je „informacija 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“ (Bešker i sur. 2004: 24).

Pridržavanje profesionalnih etičkih načela struke propisana su i Kodeksom časti hrvatskih novinara. Kodeks navodi da je pravo i dužnost novinara da se zauzima za slobodan protok informacija. „Novinar je obavezan iznositi točnu, potpunu i provjerenu informaciju. On kritički prosuđuje izvore informacija i u pravilu ih navodi [...] U svim novinarskim priložima, pa tako i u komentarima i polemikama, novinar je dužan poštovati etiku javne riječi i kulturu dijaloga te uvažavati čast, ugled i dostojanstvo osoba ili skupina s kojima polemizira.“²

Prema Zakonu o medijima (NN 81/13) informacija je podatak, tekst, fotografija, crtež, karikatura, film, usmeno izvješće, vrijednosni sud ili drugi prilog objavljen u mediju, a svako kršenje etičkih načela struke u bilo kojoj formi podliježe sankcijama koje su propisane zakonima.

3.2. Pet osnovnih načela novinarstva

Svako izvještavanje treba biti temeljeno na profesionalnim standardima. Prema Maloviću istinitost je temelj novinarstva. Vijest je, prema njemu, ili istinita ili nije vijest što znači da je relevantna samo ona informacija koja je dobivena neposredno ili iz povjerljivih izvora. Vijest osim što mora biti istinita, mora biti i točna. Ne smije doći do pogrešaka u navođenju imena, prezimena, titula, funkcija itd. jer se time umanjuje vjerodostojnost medija. Ako do pogreške i dođe, novinar ju je prema Kodeksu dužan ispraviti u najkraćem mogućem roku. Nadalje, novinari prilikom izvještavanja moraju paziti i na uravnoteženost. Ona se odnosi na prikazivanje svih strana uključenih u događaj i iz više izvora. Uravnoteženo izvještavati znači prikazati sve strane koje su upletene u događaj o kojemu se govori. Osim što treba prikazati sve strane, važno je i ne opredjeljivati se ni za jednu stranu. Prilikom izvještavanja novinar se mora distancirati od osobnih stajališta i uvjerenja

² Kodeks časti hrvatskih novinara, 2009:1 (poglavlje Protok informacija)

i ne smije se priklanjati niti jednoj strani. Stajalište o određenoj temi iznijeti može samo u formi komentara, ali nikako i u vijesti. Osim toga, događaj treba nastojati prikazati što dosljednije. Poštenje znači kako će svatko tko je spomenut ili napadnut u izvještaju moći odgovoriti i iznijeti svoje stajalište (Malović 2005: 18-46).

U demokratskom društvu nužno je pridržavati se etičkih načela jer novinar za svoj rad snosi odgovornost pred javnošću, zakonom i svojom profesionalnom organizacijom. U slučaju većih etičkih prijepora novinarima je Kodeksom, ali i Zakonom zajamčena mogućnost odbijanja radnog zadatka. Zakon o medijima³ tako navodi da novinar ima pravo odbiti pripremiti, napisati ili sudjelovati u oblikovanju priloga čije se sadržaji protive pravilima novinarske struke i etike, a u tom slučaju ne smije biti kažnjen otkazom ugovora o radu, smanjenjem plaće ili izmjenom položaja u uredništvu.

3.3. Poštenje umjesto objektivnosti

Novinari su oči i uši milijunima recipijenata medijskih sadržaja. Osnovna zadaća novinara je da čitatelje, slušatelje i gledatelje izvještava o događajima jer oni o njima žele biti obaviješteni (Malović 2005: 93). Novinari su zapravo spona između informacije i čitatelja. Mediji imaju ulogu *gatekeepera*, odnosno čuvara koji prema konzumentima pušta samo neke informacije (Kunzick, Zipfel 2006: 129). Informacije koje prođu proces selekcije moraju počivati na profesionalnim standardima struke.

Ono što je jedna od najbitnijih stavki prilikom izvještavanja jest način na koji će novinar izvještavati o nekom događaju. Novinari su u prošlosti često isticali pojam objektivnog izvještavanja, no u vremenu autoritarnih sustava ta se objektivnost više shvaćala kao propaganda jer je bilo jasno da je utjecaj države bio nadmoćniji od bilo koje novinarske slobode. Stoga se u modernom novinarstvu uvriježio pojam poštenja koji je lakše ostvariv od oštih kriterija objektivnosti (Malović 2005: 17).

³ Zakon o medijima, NN (81/13), čl. 28, st. 1,2

3.4. Važnost medijske pismenosti

Mediji su u današnje doba dostupniji nego ikada prije, stoga je važno znati na koji način im treba pristupati. Ako nekritički pristupa svemu što je objavljeno na internetu, umjesto da bude informirana, javnost lako može biti dezinformirana. Zbog toga je u suvremeno doba osobito važno raditi na medijskoj pismenosti kako najmlađih, tako i starijih generacija. Na to upozoravaju i brojni autori koji medijsku pismenost definiraju kao “mogućnost pristupa, analize, ocjene i proizvodnje novinarskih priloga u najrazličitijim oblicima”. Kada su djeca u pitanju, osobito je značajna refleksivna razina koja “omogućava razmišljanje o medijskim sadržajima i oblicima; ona uči kritičnosti prema ponuđenim proizvodima, prema kanalima koji ove proizvode omogućuju i prema vlasnicima koji ih određuju” (Košir, Zgrabljic, Ranfl 1999: 29). Vlasta Ilišin smatra da je medijski odgoj nužan jer su „masovni mediji neizbježna sastavnica svakodnevice i jer se njihov broj progresivno povećava, pa to zahtijeva osposobljenost za odgovarajuće korištenje“ (Ilišin 2003: 16). Pri tome navodi da je i roditeljima i nastavnicima potrebna medijska pismenosti kako bi razumjeli djecu i pravilno ih odgojili. Posebni izazovi pri odgoju javljaju se pojavom novih tehnologija koje utječu na nastanak nove paradigme terorizma. Iz tog razloga Anita Perešin u članku “Masovni mediji i terorizam“ navodi ključne točke simbiotskog odnosa između medija i terorističkih organizacija te načine kako spomenute organizacije eksploatiraju medije kako bi manipulirali javnošću i oblikovali nacionalne i međunarodne politike. Mediji danas nisu kreatori javnog mišljenja nego i provoditelji politike, a novinari se osim izvještavanjem bave i definiranjem velikog broja različitih operacija koje su na raspolaganju vladi i predviđanjem mogućih javnih reakcija na određene vladine poteze. Pozivajući se na američkog stručnjaka za terorizam Brucea Hoffmana Perešin navodi da analitičko novinarstvo, koje je u vezi s elektronikom, bitno mijenja kontekst i sadržaj vijesti, a ponekad i pogrešno utječe na javno mnijenje i stvaranje političkih odluka. U vrijeme masovne komunikacije i masovnih medija teroristi su dobili priliku za manipulaciju koju do sada nisu imali jer "ono što nije objavljeno u medijima nije se dogodilo" (Hoffman 2003: 137, prema: Perešin 2007: 19). Upravo iz tog razloga kritički pristup medijima od iznimne je važnosti ne samo u najranijoj nego i u odrasloj dobi.

4. MEDIJI I TERORIZAM

Ispunjavajući svoju demokratsku ulogu mediji prostor daju i terorizmu. Javnost mora znati što se događa u svijetu koji ih okružuje, no uz sam pojam terorizma u medijima u posljednje vrijeme veže se sve više prijevora. Trebaju li mediji izvještavati o terorizmu i na koji način to činiti, a da ne idu na ruku teroristima samo su neka pitanja na koja ćemo pokušati dati odgovor u ovom poglavlju. Nadalje, obradit ćemo temu medija i terorizma, dati definiciju samih pojmova te pružiti uvid u njihovu međusobnu povezanost. Istaknuti ćemo i važnost primjerenog izvještavanja o terorizmu kako se osnovni ciljevi terorista, koji su detaljnije pojašnjeni u ovom poglavlju, ne bi ostvarili zahvaljujući „potpori“ koju im pružaju mediji. Objasniti ćemo i osnovne smjernice izvještavanja o terorizmu s posebnim naglaskom na priručnik BBC-a. Na kraju ćemo se dotaknuti i regulacije medijskog izvještavanja o terorizmu koja se u praksi još uvijek ne primjenjuje dovoljno.

4.1. Definiranje osnovnih pojmova

Masovni mediji prožimaju sve društvene sfere i neraskidiv su dio ljuske svakodnevice. Mediji i terorizam usko su povezani, no prije nego što pojasnimo korelaciju medija i terorizma važno je dati definiciju samih pojmova.

Zgrabljčić-Rotar (2005: 4) masovne medije definira kao „društvene institucije koje nepristrano, trenutačno i javno posreduju informacije velikom, heterogenom i raznovrsnom općinstvu. Oni su forum javne riječi u kojemu se prelama proces javnog konsenzusa između vlasti i javnosti“. Osnovna zadaća masovnih medija je informiranje javnosti o relevantnim temama za društvenu zajednicu s ciljem ispravnog formiranja javnog mišljenja građana. Jedna od relevantnih tema koja se u medijima počela nametati pojavom terorističkih organizacija je i terorizam. Jurišić i Šapit (2005: 116) napominju da terorizam nije filozofija niti pokret, već sredstvo postizanja određenih ciljeva i nasilje zbog učinka. Navedeni autori pozivaju se na definiciju terorizma koju je dao Pavle Kalinić, a prema njegovom mišljenju pod pojmom terorizma podrazumijevaju se “metode kojima određena organizirana skupina ili stranka pokušava ostvariti svoje ciljeve sustavnom primjenom nasilja. Time se terorizam ne razlikuje samo od terora države, nego i od nasilja mase ili masovne pobune” (Kalinić 2003: 12, prema: Jurišić, Šapit 2005: 116).

Strani autori, kao primjerice Charles W. Kegley Jr. i Eugene R. Wittkopf, terorizam definiraju kao „unaprijed smišljeno i politički motivirano nasilje koje protiv neborbenih ciljeva provode subnacionalne grupe ili tajni agenti, obično s namjerom da utječu na javnost” (prema Jazić 2010:115). Pippa Norris, Montague Kern i Marion Just pod pojmom terorizma smatraju „sistematsku upotrebu nasilnog zastrašivanja protiv civila zbog političkih ciljeva“, dok Bruce Hoffman smatra da je terorizam „nasilni akt koji se poduzima naročito da bi privukao pažnju, a onda putem stvorenog publiciteta da bi prenio poruku” (Jazić 2010: 115).

Unatoč brojnim definicijama terorizma profesor Mirko Bilandžić, pozivajući se na Laqueurovu definiciju, ističe da općeprihvaćena definicija terorizma nije postignuta jer taj fenomen još uvijek nije do kraja objašnjen. „Walter Laqueur tvrdi da generička definicija terorizma nije postignuta naprosto zato što nema definicije koja može potpuno pokriti sve inačice terorizma koje su se pojavile u povijesti (Laqueur 1987: 11, prema: Bilandžić 2010: 837).

Laqueurova predviđanja izrečena još krajem 1980-ih godina, kako takva definicija neće biti postignuta ni u predvidljivoj budućnosti, pokazala su se istinitima. No osim samog problema definiranja pojma terorizam Bilandžić napominje da svijet još uvijek nije pronašao niti odgovarajući odgovor na terorizam. „Premda je riječ o jednom od najopasnijih političkih, društvenih i sigurnosnih izazova današnjice, terorizam je u svojoj ukupnosti još nedovoljno istražen fenomen. Sistematizacija na teorijskoj osnovi trebala bi povezati bogatu empiriju terorizma. Taj put nije nimalo lagan, taj zadatak je teško ostvariv, a iz današnje perspektive vrlo je upitno je li uopće ostvariv“ (Bilandžić 2010: 852). Time se postavlja pitanje na koji način odgovoriti na jedan tako kompleksan fenomen koji ni kroz tri desetljeća nije dobio konstantnu definiciju. Zbog toga mu treba pristupati vrlo oprezno pogotovo putem medija koji mu omogućuju globalni doseg.

4.2. Terorizam u medijima

Terorizam u medijima svoj prostor počinje dobivati šezdesetih godina 20. stoljeća. Teroristima počinje biti važno da sve njihove akcije pomno prate mediji što potvrđuje i primjer baskijske terorističke organizacije ETA koja je novinarima najavljevala svoje akcije, ali i preuzimala odgovornost za izvedene napade. Nakon toga nezaobilaznim “sudionikom” svih suvremenih terorističkih akcija postali su masovni mediji (Cyganov 2004: 3, prema:

Jurišić, Šapit 2005: 116). Osnovni cilj terorista nije puko izvođenje terorističkih napada po svijetu već slanje poruke straha milijunima ljudi diljem svijeta putem masovnih medija. Upravo zbog toga pažljivo se bira lokacija izvođenja samog terorističkog čina. Najčešće su to frekventni multinacionalni gradovi u kojima osim lokalnog stanovništva obitavaju ljudi iz cijeloga svijeta, a često su takvi gradovi turistima najprimamljiviji. U Europi su to primjerice Berlin, Bruxelles, Pariz, Madrid, London, Istanbul itd. Velika europska središta svojim značajem unutar Europske unije garantiraju globalan doseg terorističkim aktima. Kad jednom izvedu napad teroristi se „hrane“ publicitetom, a u korištenju televizije, radija i tiskovnih medija imaju četiri glavna cilja:

1. promicati djelo i stvoriti ekstremno snažan strah u ciljnim skupinama;
2. zadobiti široku potporu za svoj cilj među stanovništvom i međunarodnim javnim mnijenjem naglašavajući teme poput pravednosti svog cilja i neizbježnosti pobjede;
3. frustrirati i omesti reakciju vlasti i snaga sigurnosti, primjerice izjavljivanjem da su njihove praktične protuterorističke mjere po sebi tiranske i kontraproduktivne;
4. mobilizirati, potaknuti i povećati tijelo svojih stvarnih i potencijalnih pristaša i time povećati regrutiranje, prikupiti nova sredstva i potaknuti daljnje napade (Schmid 1989: 553, prema: Jurišić, Šapit 2005: 118).

Međutim, u posljednje vrijeme za prenošenje ideologije i poruka većina postojećih terorističkih skupina ne koristi vodeće svjetske medije već sami stvaraju vlastite novine, TV i radiopostaje te informativne agencije. „Njihova uloga nije samo informativno-propagandno djelovanje i utjecaj na širu javnost, nego se i vrlo aktivno koriste za objavljivanje šifriranih instrukcija teroristima, poput upozorenja, parola, nacрта, odnosno za organizacijsko-terorističku djelatnost“ (Jurišić, Šapit 2005: 119). Njihove parole sve se češće šire internetom i društvenim mrežama i tako postaju vijesti kojima mediji daju značaj. Zbog toga autori upozoravaju da se u suvremenom svijetu javio novi oblik terorizma, tzv. informacijski terorizam. Riječ je o „novoj vrsti terorističke djelatnosti pod kojom se podrazumijeva ciljani utjecaj na informacijsku strukturu kako bi se stvorili uvjeti koji rezultiraju katastrofalnim posljedicama različite strane života i djelatnosti društva i države“ (Panarin, Panarina 2003: 317, prema: Jurišić, Šapit 2005: 119). Isti autori navode postojanje dviju vrsta informacijskog terorizma. Prvi je informacijsko-psihološki i podrazumijeva kontrolu nad masovnim medijima sa svrhom širenja dezinformacija, dok je drugi informacijsko-tehnološki, a cilj mu je uništavanje infrastrukture i baza podataka (Panarin, Panarina 2003: 317, prema: Jurišić, Šapit 2005: 119).

Pozivajući se na definiciju o informacijsko-psihološkom terorizmu Anita Perešin ukazuje na medijski terorizam koji je prema ukrajinskom stručnjaku za nacionalnu sigurnost Viktoru Cyganovu posebna vrsta informacijsko-psihološkog terorizma. Medijski terorizam može se pojaviti u dva oblika: otvorenom i zatvorenom. Otvoreni oblik obuhvaća propagandu, reklamu, agitaciju i informacijsko priopćenje, a zatvoreni audiosugestiju i videosugestiju, tj. zvučno i vizualno utjecanje, čak i hipnozu, neurolingvističko programiranje i druge psihološke tehnologije (Cyganov 2004: 25 prema: Perešin 2007: 107).

Analizirajući terorističke napade u Europi možemo reći da većina izvedenih napada pripada informacijsko-psihološkom terorizmu, točnije medijskom terorizmu, jer odgovara na ciljeve koje taj pojam nosi sa sobom. Na strateškom planu medijski je terorizam namijenjen izazivanju straha, panike i kaosa, osjećaja nesigurnosti i nepovjerenja u vlast te destabiliziranju funkcioniranja vlasti (Han 1993: 210, prema: Perešin 2007: 107).

4.3. Tragedije kao medijski spektakli

Vijesti o ljudskim žrtvama i krvoprolićima mediji nerijetko pretvaraju u spektakl. Upravo je zbog toga zabrinjavajuće što u Hrvatskoj ne postoje smjernice za izvještavanje o terorizmu i terorističkim napadima. Svaki malo veći teroristički napad postaje prijelomna vijest dana, a u želji za ekskluzivnošću i što boljom prodajom novinari često, pa i nesvjesno, krše načela struke. To dokazuju i rezultati istraživanja koje je 2010. godine proveo Đorđe Obradović. Analizirajući hrvatske dnevne listove (*Jutarnji list*, *Večernji list*, *Slobodnu Dalmaciju*, *Vjesnik* i *24 sata*) Obradović je došao do zaključka da vodeći hrvatski dnevni listovi krše osnovne principe etičkog kodeksa kako bi senzacionalističkim prikazivanjem ljudske tragedije poboljšali prodaju (Obradović 2010: 39).

Međutim, još je važnije da novinari, ali i urednici, nerijetko zanemaruju činjenicu da terorizam efikasnije djeluje komunikacijskim učincima, nego krvoprolićima. To ne znači da terorizam postoji zbog medija i da se o njemu ne bi trebalo izvještavati već da treba znati kako izvještavati da mediji ne bi postali oružje u rukama terorista. Na to upozorava i Anita Perešin u članku *Mass Media and Terrorism*. „Moderne tehnologije učinile su mogućim da male terorističke skupine koriste masovne medije kao moćno oružje na način da masovni mediji služe interesima terorista protiv njihove vlastite volje“ (Perešin 2007: 7).

Medijsko praćenje terorizma nemoguće je sagledati izvan konteksta medijskog spektakla, koji je definirao Douglas Kellner, i to kao događaj koji remeti uobičajene i ustaljene tokove medijskih informacija. Radi se o atraktivnim pričama koje zaokupljaju pozornost medija i javnosti. Medijski spektakli cirkuliraju televizijskim postajama, internetom, društvenim mrežama i ostalim novim medijima i komunikacijskim tehnologijama koje služe privlačenju medijske pažnje. U globalno umreženom društvu, medijski spektakli šire se munjevito brzo i postaju viralni. Najčešće se pojavljuju u formi „izvanrednih vijesti“ („breaking news“), odnosno specijala koji se emitiraju umjesto uobičajenog programa na televiziji ili pak zauzimaju najvažnije pozicije na portalima ili novinama.

Jedan od primjera medijskog spektakla je teroristički napad na Sjedinjene Američke Države 11. rujna 2001. godine. Rušenje popularnih „blizanaca“ pratio je gotovo cijeli svijet. Nagli prekid redovnog programa televizijskih postaja *CBS*, *ABC* i *NBC* te cjelodnevno praćenje razvoja situacije uživo uvelo je potpuno novu dimenziju medijskog praćenja događaja koji je od nacionalnog, ali i globalnog značaja. Riječ je o stvaranju tzv. „javne drame“ koja je odraz suvremenih promjena u medijskoj industriji. Glavne odrednice javne drame jesu: visokodramatični i emotivni elementi, zanimljivi likovi, evokativne teme i uzbudljivo okruženje, sve uklopljeno u nekomplikiran linearni narativ u nastavcima koji stalno traži od publike da prati priču (Monahan 2010: 6-7 prema: Kovačević, Perišin 2014: 122-127)

Trend zapadnjačkih medija nedugo je nakon toga zahvatio i hrvatske medije. U listopadu 2001. godine, kada je Amerika napala Afganistan nakon terorističkog napada, *Večernji list* na svom portalu prvi je put uveo specijalne dnevne vijesti; praćenje američkog napada na Afganistan čime je „javna drama“ prestala biti samo dio TV formata.

4.4. Kako izvještavati o terorizmu?

Vijesti vezane uz terorizam sve češće pune medije i zauzimaju glavne pozicije novina, portala, ali i udarne termine u televizijskim programima. Dva su razloga tome; predstavlja sigurnosnu prijetnju ljudima pa samim time javnost ima pravo biti obaviještena o događajima oko njih, dok, s druge strane, sama tema vezana uz teroriste i terorizam u posljednje vrijeme postaje atraktivna čak i onima koji nisu direktno pogođeni djelovanjem terorističkih skupina. Većina ljudi iskustvo s terorizmom nije doživjela posredno, ali ga neposredno doživljava gotovo svakodnevno zahvaljujući masovnim medijima. To potvrđuje i ugledni

izraelski profesor sa Sveučilišta Haifa Gabriel Weimann koji navodi da su tijekom terorističkih napada na New York i Washington „ankete otkrile kako je doslovno svaki Amerikanac pratio vijesti o terorističkim napadima (99% ili 100%, ovisno o anketi) i to gledajući i slušajući televiziju i radio te pristupajući internetu“ (Weimann 2008: 72).

Ono što svakako treba imati na umu kada se izvještava o terorizmu je odjek koji teroristi dobivaju zahvaljujući masovnim medijima. Zahvaljujući internetu terorizam postaje globalan fenomen, a o terorističkim skupinama i njihovim idejama i planovima piše se gotovo svakodnevno u gotovo svim svjetskim medijima.

Michael Jetter s IZA instituta u Njemačkoj u istraživanju „Terorizam i mediji“ sustavno je izmjerio povezanost medijskih izvještaja o terorizmu u *New York Timesu* i terorističkih napada. Rezultati istraživanja pokazali su da medijska pozornost može biti indikator budućih terorističkih djelovanja i potvrdilo prijašnje pretpostavke. Prema Jetteru, jedan dodatni članak u *New York Timesu* povećao je broj posljedičnih napada za 11-15% što znači da je dodatan članak u novinama u prosjeku znači jednu do dvije žrtve u novom terorističkom napadu u sljedećih tjedan dana (Jetter 2014: 38). Prema tome, novinari bi o terorizmu trebali izvještavati samo u opravdanim situacijama, odmjereno, suzdržavajući se od senzacionalizma i pretjeranog naglašavanja dramatičnih događaja.

Bez pomoći medija teroristička bi retorika imala utjecaj samo na one koji su izloženi terorističkom nasilju ili su se nalazili u njegovoj neposrednoj blizini. Međutim, uz pomoć medija doseg terorizma je mnogo širi, tj. postaje globalan. „Terorizam danas ima globalni dohvat i utjecaj koji nije imao prije globalizacije i informacijske revolucije“ (Perešin 2007: 97). Građani su sve aktivniji na društvenim mrežama, a upravo njihove objave u doba krizne situacije ponekad novinarima znaju biti izvor informacija. S obzirom na to da informacije koje dijele na svojim profilima ili stranicama mogu biti neprovjerene, ali i lažne, mediji im moraju pristupati s posebnim oprezom kako ne bi nesvjesno djelovali kao oružje u rukama terorista.

4.4.1. Izvještavanje o terorizmu na primjeru BBC-a

Kako bi mediji što manje služili interesima terorističkih organizacija, ugledne svjetske medijske kuće kao što je, primjerice, BBC, novinare obučavaju kako izvještavati u situacijama koje su povezane s terorizmom. BBC je tako izdao smjernice pod nazivom „Terorizam i nacionalna sigurnost“. Ovo je prvi priručnik o izvještavanju o

terorizmu u medijima u kojemu se navodi kako tijekom izvještavanja o terorizmu treba u prvi plan staviti istinu, a vijest mora biti plasirana brzo, oprezno, potpuno i odgovorno izbjegavajući nagađanja (Geljman 2004: 29, prema: Jurišić, Šapit 2005: 126). Najveći dio uputa odnosi se na praćenje stanja i problema u Sjevernoj Irskoj. „BBC poziva svoje suradnike da život u Sjevernoj Irskoj gledaju sveobuhvatno, a ne samo u kontekstu sukoba i terorističkih akcija. U tom dijelu Velike Britanije prebivaju živi ljudi i njima ne mora biti ugodno čitati i slušati o svojoj provinciji samo kao izvoru terorizma“ (Geljman, 2004: 29, prema: Jurišić, Šapit 2005: 126). U uputama se navodi i da novinari moraju surađivati s policijom i otkriti im što prije sve informacije koje bi mogle pomoći u istrazi terorističkog čina. To je ujedno i zakonska obveza te se neispunjenje iste može tretirati kao kazneno djelo. Iako je u suštini riječ o kvalitetnom dokumentu koji novinarima olakšava funkcioniranje u kaotičnim situacijama, kao što su, primjerice, teroristički napadi, BBC-eve smjernice, unatoč nastojanjima, još uvijek nisu prihvaćene na globalnoj razini.

4.4.2. Regulacija medijskog izvještavanja o terorizmu

Terorističke vijesti najbolje se prodaju na medijskom tržištu, a najveću zaradu (koja se mjeri u „klikovima“) ima onaj koji je prvi objavio informaciju od širokog interesa za javnost. Informacija o svakom ekstremnom događaju koji uključuje oružane sukobe, terorističke napade ili velika kriminalna djela uvijek u medijima dominiraju nad vijestima iz svakodnevnog života. Kako bi privukli i osvojili masovnu publiku mediji se vode trima čimbenicima, a to su privlačnost teme za publiku, neuobičajenost činjenica i novitet materijala. „Za razliku od lokalnih događaja i problema, postaje događajem velike gledanosti, super-spektaklom, te mu se upravo naporima masovnih medija pridaje status „međunarodne pojave“. Suvremeni se terorizam stoga, u pravilu, sastoji od dviju osnovnih faza koje često prekrivaju jedna drugu: nasilne i informativne“ (Jurišić, Šapit 2005: 121).

Kad je riječ o regulaciji terorizma u medijima, u demokratskim društvima javljaju se tri političke opcije ili pristupa kao odgovor na terorizam. Prvi pristup prema Schmidu (1989: 559) jest *laissez-faire* što zapravo podrazumijeva nepoduzimanje nikakvih mjera u svrhu kontroliranja sadržaja o terorizmu u medijima bez obzira na opasnost koju terorističke akcije predstavljaju za određenu zajednicu. Ovakav pristup ima svojih nedostataka, a oni su prema brojnim autorima i više nego očiti. Jedan od ponajboljih britanskih stručnjaka za terorizam

Paul Wilkinson (1997: 60) smatrao je da je glavni nedostatak ovakve vrste regulacije taj što na ovaj način „sophisticirane i medijski-mudre terorističke organizacije mogu iskoristiti enormnu moć medija da pojačaju svoju sposobnost za stvaranje okruža punog straha i razdora, širenje svoje propagande te ucjenjivanje vlade, kompanija ili bogatih pojedinaca.“

Druga opcija je „medijska cenzura ili zakonska regulacija“ kojom se teroristima uskraćuje izravan pristup medijima. Tu, dakako, treba biti oprezan kako izopćavanje terorizma iz medija ne bi dovelo do uništavanja slobode medija kao jednog od temelja demokratskih društava. Ovakav pristup korišten je u Irskoj kada je medijima zabranjeno uzimanje izjava i intervjuiranje glasnogovornika Sinn Feina koji se smatrao političkim krilom IRA-e.

Posljednja, treća opcija podrazumijeva „dobrovoljno suzdržavanje“ ili medijsku samoregulaciju kada je u pitanju izvještavanje o terorizmu. Schmidt (1989: 560) ovdje navodi postojanje različitih mjera unutar same medijske organizacije kao što su smjernice o izvještavanju o određenoj temi, statuti zaposlenika, zapošljavanje stručnih savjetnika, poštivanje naredbi od strane vlasti i drugo.

Mnoge utjecajne medijske organizacije prihvatile su smjernice koje obvezuju novinare i urednike na promišljenu, savjesnu pozornost i suzdržanost u izvještavanju te izbjegavanje pružanja platforme teroristima kao i ometanja komunikacije vlasti. Time se izvještavanje o relevantnim i značajnim temama kao što je terorizam nastoji usmjeriti na pravi put kako bi javnost bila informirana, a ne uplašena jer se upravo neprofesionalnim izvještavanjem kod ljudi bespotrebno stvara strah i panika kao i pogrešna percepcija svijeta oko njih.

5. ISTRAŽIVANJE

Mediji danas imaju sve veći utjecaj na ljude. Sve veća ekspanzija i dostupnost medija uvelike utječu na život pojedinca, ali i društva u cjelini. Ljudi zauzimaju stavove i formiraju vlastita ponašanja na temelju onoga što im prezentiraju mediji. Jedna od tema koja se posebno nametnula sve većim razvojem medija je i terorizam. Članci vezani uz terorističke napade, organizacije i same teroriste zauzimaju vodeće pozicije dnevno-informativnih portala. Samim time ne mogu ostati nezamijećene. Upravo zbog toga važno je uvidjeti na koji način portali izvještavaju o terorizmu te vode li se pri tome isključivo time da prodaju svoj sadržaj „krvavim“ pričama ili svojim savjesnim pristupom nastoje ukazati na problem terorizma i toj temi dati širi kontekst.

U ovom poglavlju objašnjavaju se predmet i ciljevi istraživanja i navode se hipoteze koje se ovim radom žele potvrditi. Također, u ovom dijelu rada predstavljena je i analiza sadržaja, znanstveno-istraživačka metoda korištena u ovom radu. Na kraju su predstavljeni rezultati do kojih se došlo nakon provedenog istraživanja.

5.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada je izvještavanje o terorizmu u Hrvatskoj na konkurentskim dnevno-informativnim portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr*. Portali su izabrani za analizu jer podaci provedenih istraživanja (Čuvalo 2010: 51, Mujić, Mikrut, Legčević 2012) pokazuju da je internet tijekom godina postao najinformativniji medij. Isti autori navode i da je povjerenje publike u internet veće u odnosu na ostale medije (radio, TV i tisak). Njihovu tezu podupire i istraživanje koje je 2016. godine provela agencija Ipsos Puls. Rezultati istraživanja pokazuju da čak 61% Hrvata koristi internet kao glavni izvor informacija, a za njih samo 29% televizija je prvi izbor. Osim toga brojke pokazuju da je internet prvi i kad je riječ o povjerenju. Iznenaduje podatak da čak 40 posto građana vjeruje internetu, što je za 1,6% više od onih koji imaju povjerenja u TV. Također, anketa koju je proveo *Online News Association* pokazuje da mlađa populacija najviše vjeruje *online* vijestima, a čak 78% ljudi smatra internetske stranice kabljskih i televizijskih kuća pouzdanim izvorom informacija (Theaker 2009: 342). Isto tako, ovdje treba dodati i da prema posljednjim podacima *Internet World Statsa* u Hrvatskoj u 2017. godini 74,4% građana

koristi internet, što je nešto manje od europskog prosjeka koji iznosi 76,7%. Sve navedeno upućuje na to da će se internet i u budućnosti sve više razvijati, a samim time i utjecati na medije koji će pod pritiskom tehnologije morati pronaći adekvatne načine da publici pruže brzu, točnu i preciznu informaciju na temelju koje će oni stvarati svoj sud o temi, ali i javno izražavati svoja mišljenja.

Osim samog načina izvještavanja, u radu će se analizirati i komentari čitatelja vezani uz članke na odabranu temu. Million i Vadaratsikas (2012) tvrde da sve većim razvojem *Weba 2.0.* i novih komunikacijskih tehnologija donedavno pasivni primatelji informacija postaju aktivni korisnici koji utječu na javno mnijenje, razvoj demokratskog društva, ali i medija. Autori navode i da postoji neslaganje oko utjecaja komentara čitatelja na demokratizaciju. Katz (1998), Poster (1997), Castells (2001) i Rheingold (2002), prema Millionu i Vadaratsikasu (2012: 3), smatraju da korisnički komentari doprinose jačanju i širenju demokracije povećavajući dotok informacija i omogućujući pojedincima da stvore stavove poduprte činjenicama te istovremeno stvarajući diskurzivne prostore u kojima javnost može razmijeniti mišljenja i uključiti se u javnu diskusiju. Drugi su pak skeptični prema ovakvom demokratizirajućem potencijalu interneta. Sunstein (2007), prema Millionu i Vadaratsikasu (2012: 3), smatra da komentari čitatelja dovode do fragmentiranja javnog prostora gdje individualna sloboda izražavanja rezultira polariziranim i ekstremnim stavovima, a ne javnom mnijenju formiranom prema Habermasovom kriteriju za kritičko-racionalni govor.

Kvantitativnom analizom komentara u ovom radu želi se utvrditi koliko čitatelje intrigiraju teme vezane uz terorizam, koliko su aktivni u raspravama ispod članaka te koje su osnove sličnosti i razlike između komentara čitatelja nakon napada na Pariz i napada na Bruxelles. Ovi napadi predmet su analize jer su se u povijest upisali kao najkrvaviji teroristički napadi u Europi u novijoj povijesti.

5.1.1. Teroristički napad u Parizu

Jedan od najkrvavijih terorističkih napada u novijoj povijesti zapadne Europe dogodio se u Parizu u studenom 2015. godine. U koordiniranim terorističkim akcijama 13. i 14. studenoga na čak šest lokacija u Parizu ubijeno je 129 osoba, a više od 300 osoba je ozlijeđeno. Napadi su istovremeno izvedeni na šest lokacija u centru Pariza. Eksplozija je odjeknula i kod

nogometnog stadiona *Stade de France* u trenutku dok se igrala prijateljska utakmica između Njemačke i Francuske, a jedno od najgorih poprišta masakra bila je dvorana *Le Bataclan* u kojoj je tijekom napada nastupala grupa *Eagles of Death Metal*. U terorističkim akcijama život su izgubili i članovi terorističke organizacije Islamske države koja je preuzela odgovornost za napad. Jedini preživjeli terorist Salah Abdeslam uhićen je u Bruxellesu pet mjeseci nakon napada. Napad u Parizu odmah je postao udarna vijest svih svjetskih, ali i domaćih medija. Za mnoge je ovaj teroristički čin bio iznenađan i nimalo očekivan, a i sami pripadnici ISIL-a poručili su da je napad u Parizu „samo prva oluja“ koja će se dogoditi Europi.

5.1.2. Teroristički napad u Bruxellesu

Krvavi scenarij iz Pariza ponovio se u Bruxellesu 22. ožujka 2016. godine. Napad su ponovno izveli pripadnici Islamske države i to u prvo u Zračnoj luci Bruxelles, a potom i u podzemnoj željeznici. U napadima je preminulo ukupno 35 osoba, dok ih je više od 300 ozlijeđeno. Među identificiranim teroristima bili su braća Kahlid i Ibrahim el-Bakraoui, Najim Laachraoui, Osama Krayem i Mohamed Abrin. Baš kao u Parizu, i ovaj napad bio je dobro koordinirana akcija skupine terorista koji su bili usko povezani s napadačima iz Francuske. Europa je bila u strahu, a novi se napad mogao očekivati jer je samo desetak dana ranije upravo u Bruxellesu uhićen Salah Abdeslam. Zastupnik u Bundestagu Josip Juratović istaknuo je da je teroristički čin u europskoj prijestolnici rezultirao i političkom nestabilnošću. Juratović zaključuje da se „raznim nagovještajima terorista pokušava unijeti strah i nemir među građane Europe i time se pridonosi radikalnom skretanju europskog društva udesno.“ Politička nestabilnost negativno se odražava i na gospodarski rast, ali i na značajan pad investicija. Mirko Bilandžić stoga zaključuje da se „društvu koje je meta terorizma nameću (se) ekonomski, politički, psihološki i socijalni troškovi kako bi se vlast primoralo na političke ustupke teroristima“ (Bilandžić 2014: 39). U ovom slučaju napadači su Europljanima htjeli poručiti da akcije međunarodnih snaga u borbi protiv Islamske države u Siriji i Iraku nisu ni najmanje srušile njihovu ideju o pokoravanju svijeta i početku svjetskog džihada.

5.2. Cilj istraživanja

U sklopu izrade diplomskog rada provedeno je znanstveno istraživanje kojemu je cilj prikazati način na koji su vodeći hrvatski dnevno-informativni portali *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* izvještavali o najvećim terorističkim napadima u Europi u novijoj povijesti. Riječ je o napadima u Parizu u studenom 2015. godine i o napadu u Bruxellesu u ožujku 2016. koje je izvela dobro koordinirana teroristička skupina čiji su pripadnici bili članovi Islamske države, tj. ISIL-a.

Istraživanjem se nastoje utvrditi sličnosti, ali i razlike u izvještavanju o terorizmu na konkurentskim portalima iza kojih stoje različiti medijski izdavači. Portal *Vecernji.hr* pod okriljem je medijske grupacije *Styria*, dok je portal *Jutarnjeg lista* u doba analize bio u vlasništvu *EPH* (danas *Hanza Medije*). Istraživanjem se nastoje potvrditi teorije i stavovi brojnih autora koji ističu da je terorizam tabloidizirao medije (Spencer 2010: 93). Neki autori navode i da je terorizam postao pravi medijski spektakl. Kovačević i Perišin (2014: 134), govoreći o televizijskom praćenju terorističkog napada na New York 2001. godine, kažu da to „nije bio samo povijesni događaj s mnogim političkim i drugim implikacijama, nego ga je televizija pretvorila u pravi spektakl, ispunjen mnogim filmskim momentima, s konstantnim naglašavanjem tragičnosti, emocionalnosti i arbitrarnosti ljudskih sudbina.“ Iako se ovaj rad ne odnosi na televiziju, nego na portale, razlike u izvještavanju na ovim dvama različitim medijima, zahvaljujući multimedijalnosti portala, postaju manje vidljive, pa se samim time njihovo razmišljanje može poopćiti i na portale. Nadalje, cilj istraživanja je definirati sliku o terorizmu i teroristima u medijima, ali i utvrditi u kojoj mjeri sadržaji o terorizmu zanimaju publiku, za koje sadržaje iskazuje najveći interes te koje teme ih najviše motiviraju da javno izraze svoje stajalište.

5.3. Hipoteze

Istraživanjem se želi ukazati na površnost kada je u pitanju izvještavanje o terorizmu na portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr*. Vijesti o terorizmu preuzimaju se većinom iz stranih izvora ne provjeravajući vjerodostojnost iznesenih činjenica i podataka. Riječ je najčešće o kratkim formatima koji čitateljima daju uvid u sam događaj, ali ne i u kontekst terorizma kao vodeće prijetnje nacionalnoj sigurnosti. Tomić i sur. navode da između medija i terorizma postoji simbiotski odnos. „Evidentno je da sve dok postoje masovni mediji teroristi će tražiti

pristup tim medijima, a sve dok postoje terorističke aktivnosti i nasilje, masovni mediji će se boriti za njihovo pokrivanje kako bi održali gledanost ili čitanost, te zadovoljili potrebe publike za novim informacijama“ (Tomić i sur., 2012: 37).

Unatoč simbiozi o kojoj Tomić govori, neka istraživanja (primjerice Kurtić, Đukić 2013: 10)⁴ pokazuju da hrvatski *online* mediji izvještavaju o terorizmu, ali ga istovremeno i osuđuju. Njihova teza ispitat će se proučavajući vrijednosne sudove objavljenih članaka. Nadalje, autori koji su studiju proveli analizirajući izvještavanje *online* medija o terorističkom napadu u Norveškoj 2011.godine navode i da se hrvatski *online* mediji „zadovoljavaju pukim preuzimanjem obavještajnih podataka kao istinitih i neupitnih, odnosno ne prezentiraju činjenice događaja iz konteksta hrvatskog društvenog okruženja već preuzimaju vijesti kao gotove proizvode“ (Kurtić, Đukić 2013: 21). Događa li se isto i s vijestima o terorističkim napadima u Parizu i Bruxellesu ili su s godinama hrvatski portali postali kritičniji prema terorizmu, pokazat će se detaljnom analizom izvora članaka na analiziranim portalima. Stoga glavna hipoteza ovog istraživanja glasi: Portali *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* nekritički pristupaju vijestima o terorizmu preuzimajući članke i izjave relevantnih aktera iz stranih izvora i agencija bez dodatne provjere, a u borbi za čitanost pretjerano naglašavaju dramatične trenutke samog događaja.

Osim glavne hipoteze, postavljeno je i nekoliko specifičnih hipoteza.

H1: Napad u Parizu medijski je više popraćen od napada u Bruxellesu.

H2: Dramatičnost se na oba portala naglašava šokantnim fotografijama bez upozorenja o uznemirujućem sadržaju.

H3: Autori vijesti na portalu *Jutarnjeg lista* u većini slučajeva potpisani su kao redakcija.

H4: Portal *Vecernji.hr* ima puno više dubinski obrađenih tema od portala *Jutarnji.hr*.

H5: *Vecernji.hr* više je orijentiran na uži, obrazovaniji krug čitatelja, dok su tekstovi objavljeni na portalu *Jutarnji.hr* razumljivi i lako shvatljivi svima.

5.4. Znanstveno-istraživačka metoda i uzorak

Istraživanje je provedeno metodom analize sadržaja. Postoje brojne definicije ove istraživačke metode, a jedna od njih glasi: „Analiza sadržaja je istraživačka tehnika kojom se želi izgraditi sistematska iskustvena evidencija o simboličkom komuniciranju, kao jednom od najvažnijih

⁴ Autori su do navedenog zaključka došli komparativnom analizom članaka na hrvatskim i britanskim portalima vezanim uz teroristički napad u Norveškoj 2011. godine

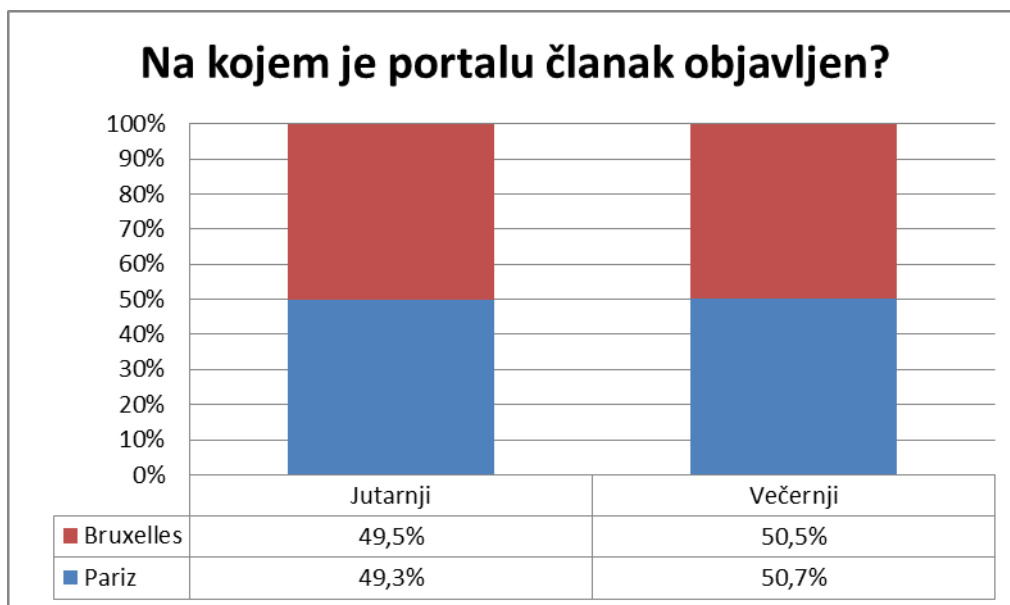
aspekata društvenog života“ (Halmi, 1996: 275). Razvio ju je Alfred R. Lindesmith 1931. godine, a pod simboličkom komunikacijom podrazumijeva se poruka izražena tekstom ili slikom pa je uobičajeno da se ova metoda koristi u društvenim istraživanjima tekstualnog ili vizualnog empirijskog materijala. Sveobuhvatniju definiciju ove istraživačke metode dao je Kimberly A. Neuendorf koji analizu sadržaja definira kao dubinsku analizu koja se koristi kvantitativnim i kvalitativnim tehnikama poruka koristeći znanstvenu metodu (pazeći na objektivnost, pouzdanost, valjanost, mogućnost generalizacije, zamjenjivost i testiranje hipoteze) i koja nije limitirana na tipove varijabli koji bi mogli biti izmjereni ili kontekst u kojemu su poruke kreirane ili predstavljene (Neuendorf 2002, prema Deji 2012: 241).

Analiza je u ovom radu rađena uz pomoć analitičke matrice koja sadrži ukupno 21 pitanje i njome su obuhvaćeni svi objavljeni novinski članci na portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* u periodu deset dana od dana napada. Napad u Parizu analizirao se od 13. do 22.11.2015, dok se napad u Bruxellesu analizirao od 22. do 31.3.2016. godine. Ukupno je analizirano 523 članka, a rezultati analize interpretirani su u ovom radu.

5.5. Rezultati istraživanja

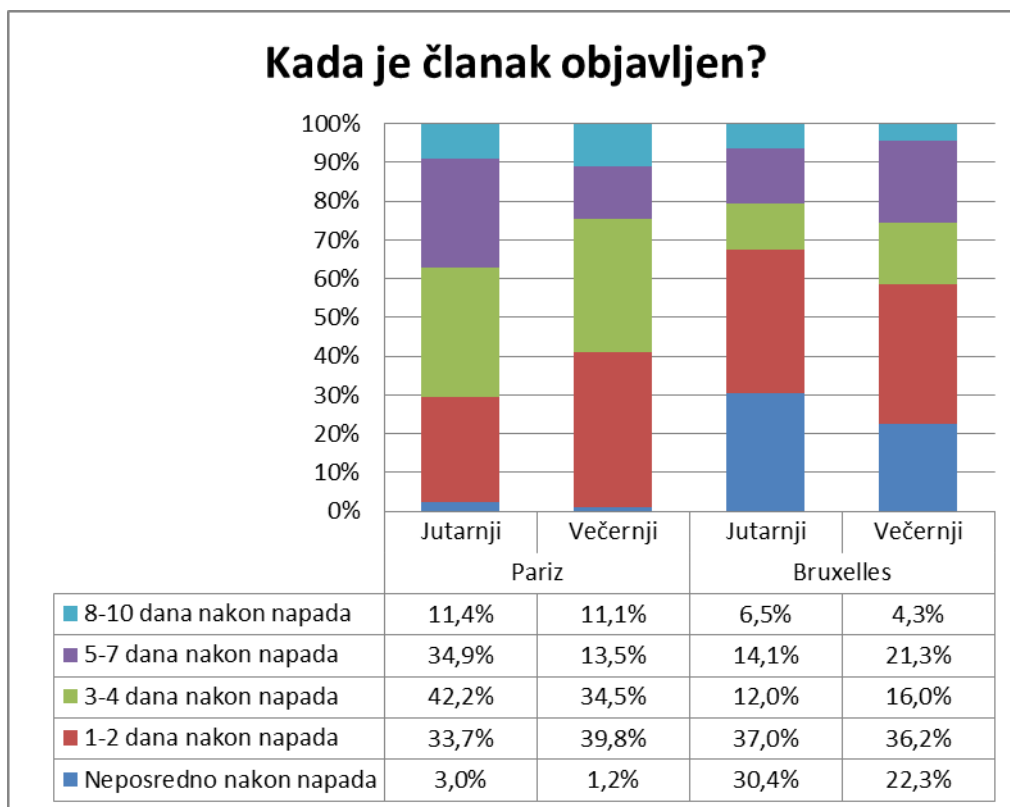
Nakon detaljno provedenog istraživanja rezultati dobiveni analizom sadržaja grupirani su prema specifičnim ciljevima i prikazani uz pomoć grafikona. Osnovni skup na kojem se provodilo istraživanje obuhvaća sve novinske članke na portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* koji su objavljeni u navedenom vremenskom periodu.

Prvi dio pitanja u analitičkoj matrici odnosi se na osnovna obilježja članka, primjerice gdje je članak objavljen, kada te kojoj novinarskoj vrsti pripada. Sljedeći skup pitanja vezan je uz multimedijalnost, odnosno namjera mu je prikazati u kojoj mjeri portali koriste multimedijalne sadržaje kao što su slika, zvuk i video pri izvještavanju o terorističkim napadima. Nakon toga slijedi set pitanja kojima se dubinski analizira sadržaj članka i njegove opreme. Istražuje se tema članka, pristup temi, veza između naslova i teksta te se ispituje postojanje vrijednosnog suda. Posljednje pitanje odnosi se na analizu komentara koja će detaljnije biti obrazložena kvantitativnom metodom.



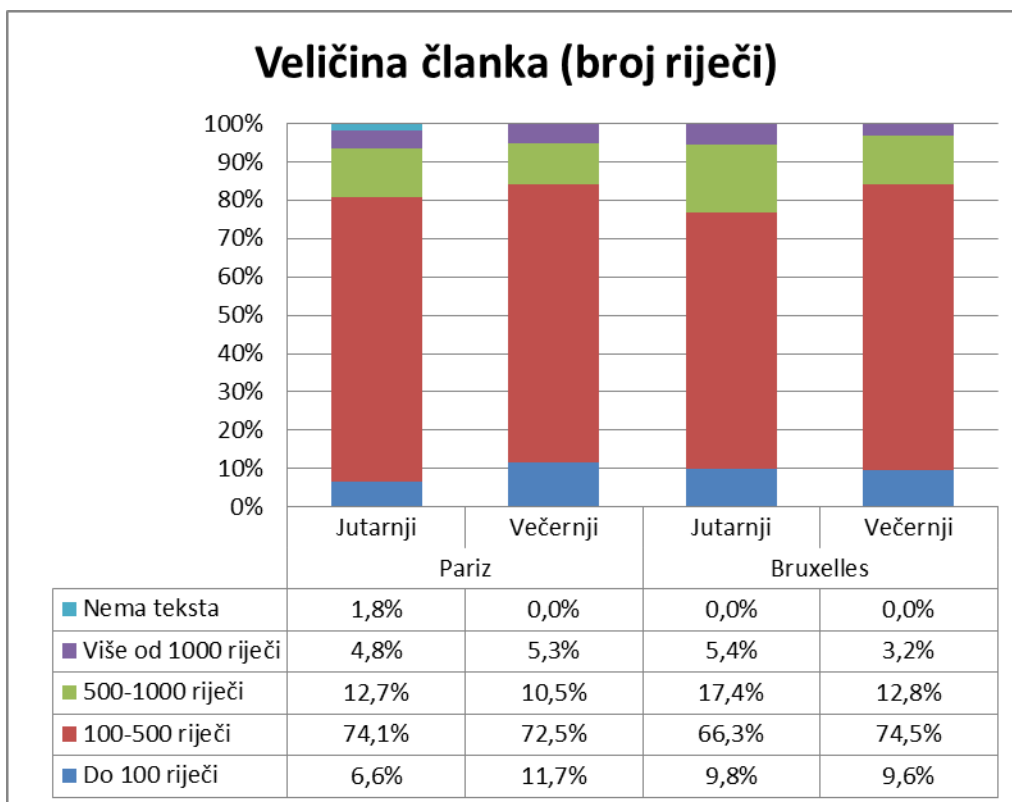
Grafikon 1. Postotak objava prema analiziranim medijima

Grafikon 1. prikazuje gotovo identične rezultate kada je u pitanju izvještavanje o terorističkim napadima na konkurentskim portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr*. Oba analizirana portala približno su jednako izvještavala o napadima u Parizu i Bruxellesu. Međutim, uočava se da se o napadu u Parizu izvještavalo gotovo dvostruko više od napada u Bruxellesu. Ukupan broj analiziranih članaka na oba portala vezanih uz napad u Parizu iznosi 337, dok se taj broj u slučaju Bruxellesa drastično smanjio i iznosi 186. Značajan pad medijskih objava o terorističkom napadu u Bruxelles može se protumačiti u svjetlu već viđene tragedije svega nekoliko mjeseci ranije u Parizu samo uz značajno manji broj žrtava.



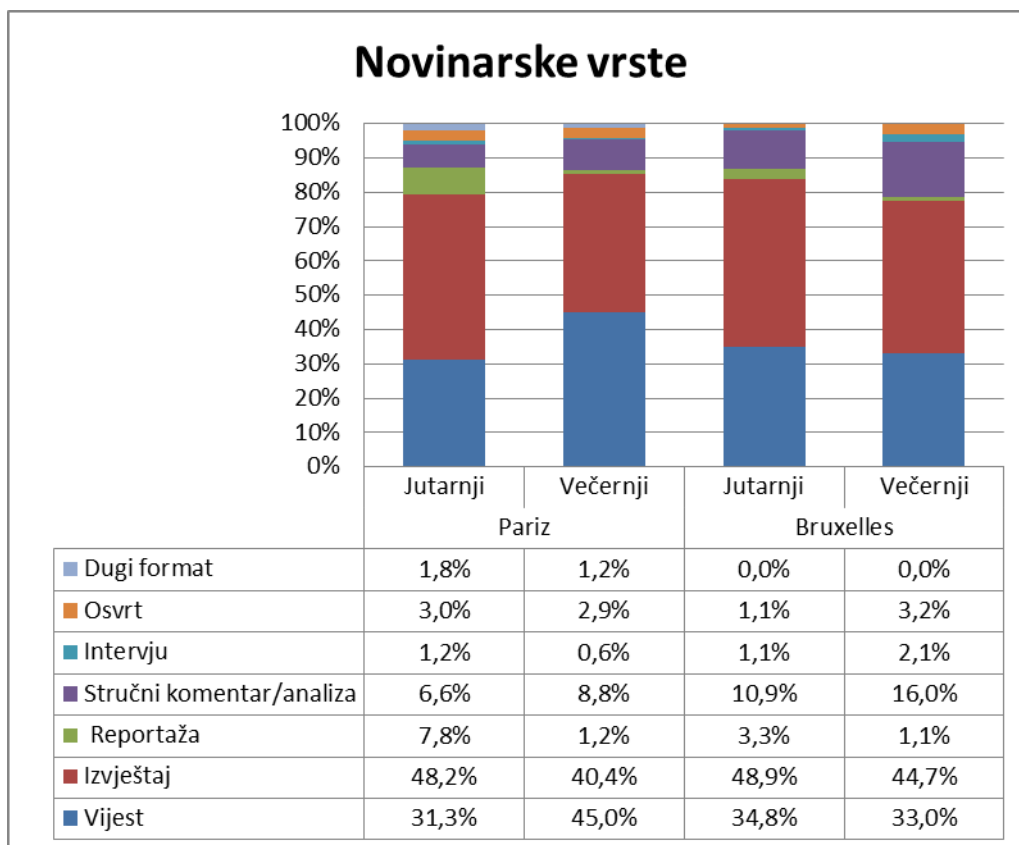
Grafikon 2. Vremenski period objave članka

Nadalje, kada je riječ o vremenskoj odrednici u Grafikonu 2. uočava se da se o napadu u Bruxellesu izvještavalo pravodobnije od napada u Parizu. Stjepan Malović vijest definira kao pravodoban izvještaj o događaju, činjenicama i stajalištima koja zanimaju iznimno mnogo ljudi (Malović 2005: 185), stoga iznenađuje činjenica da je neposredno nakon terorističkog napada u Parizu (24 sata od eksplozije) objavljeno najmanje članaka (3,012% na Jutarnjem i 1,170% na Večernjem). S druge strane, na eksplozije u Bruxellesu mediji su promptno reagirali pa je najviše vijesti objavljeno upravo neposredno nakon napada i jedan do dva dana nakon napada. Kasnije intenzitet medijskih objava podjednako počinje slabjeti na portalu *Večernjeg*, ali i *Jutarnjeg*.



Grafikon 3. Veličina članka (izražena brojem riječi)

Što se tiče veličine medijskih objava Grafikon 3. pokazuje da u oba teroristička napada, kao i kod oba portala, prevladavaju kratke forme od 100 do 500 riječi. Svrha dnevno-informativnih portala je dati najvažniju informaciju u najkraćem mogućem roku, stoga portali ne trpe duge novinarske formate. Oni se događaju isključivo u slučajevima stručnih komentara kojima se daje širi kontekst samog događaja ili pojave i kod cjelodnevnog praćenja zbivanja, tzv. *timeline* događaja.



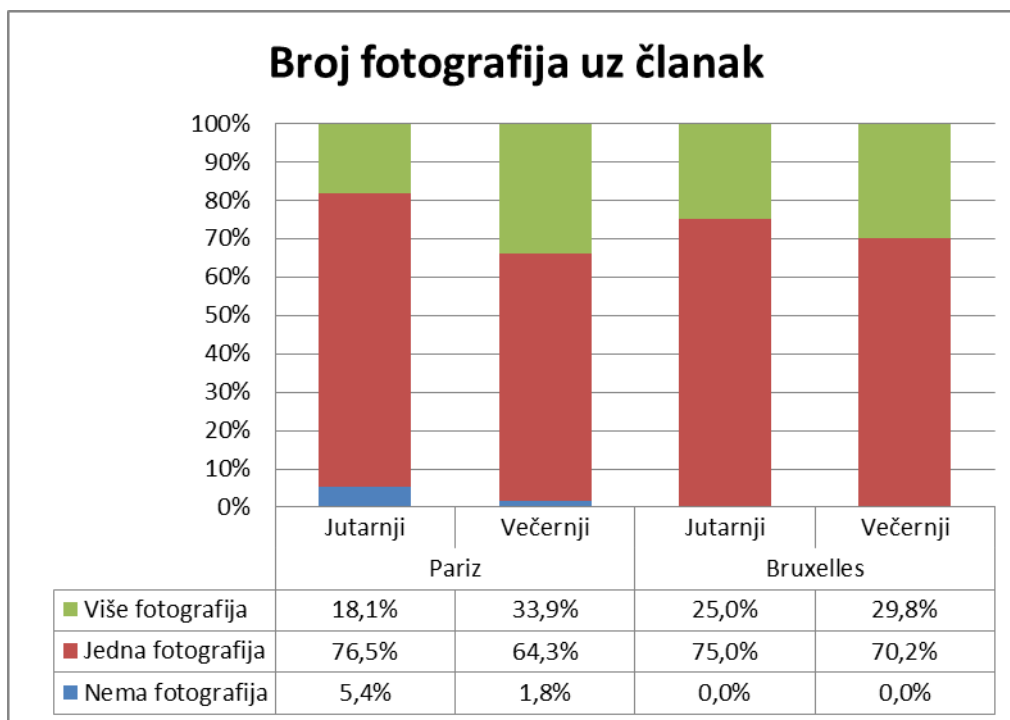
Grafikon 4. Novinarske vrste

Nastavno na prethodni grafikon, i u Grafikonu 4. uočavamo da prevladavaju kratke novinarske vrste kao što su vijesti, ali i opširniji izvještaji o samom događaju. Izvještaj se može definirati kao proširena vijest u kojoj novinar izvještava s mjesta događaja kao što su, primjerice, novinske konferencije, prosvjedi, skupovi, konferencije (Malović 2005: 108). Reportaža je novinarska vrsta u kojoj novinar/reporter iznosi svoje doživljaje i subjektivna opažanja. Nema zadanu formu, najviše ovisi o sposobnostima autora, a njezina osnovna funkcija je izazvati estetski doživljaj kod čitatelja (Malović 2005: 329). Posebnu pozornost reportažama daje portal *Jutarnjeg* lista, dok ih portal *Večernjeg* ima tek u jako rijetkim slučajevima. Nadalje, komentar je mišljenje ili stajalište novinara o nekom događaju, pojavi ili osobi. Bitna razlika od ostalih novinarskih vrsta je to što komentator o događaju ne obavještava, nego ga prosuđuje (Malović 2005: 243). Na temelju usporedbe novinarskih vrsta tijekom dvaju napada uočava se značajan porast komentara i stručnih analiza nakon napada u Bruxellesu. Ovdje treba dodati da većina tih analiza daje širu perspektivu terorizma u Europi pa se tako osim napada na Bruxelles osvrće i na napad u Parizu.

Osvrt je pak kraći komentar koji je fokusiran na samo jednu temu ili pojavu (Malović 2005: 243). Pri izvještavaju o terorizmu ova vrsta koristi se rijetko, a najčešće se koristi kao dopuna osnovnog članka zanimljivim konstatacijama autora pri čemu je od osnovnog članka vizualno odvojena. Pod pojmom stručni komentar/analiza u ovom radu obuhvaćene su i kolumne. To su redovite rubrike najvještijih i najsposobnijih novinara koje se objavljuju uvijek na istom mjestu, pod istim nazivom, jednake dužine i grafičkog oblika. Obično su ilustrirane autorovom fotografijom ili karikaturom (Malović 2005: 247). Najčešće su analizirane kolumne eminentnih novinara kao što su Inoslav Bešker, Slavenka Drakulić, Tomislav Krasnec, Hassan Haidar Diab i Silvija Tomašević. S obzirom na to da je jedino Bešker dopisnik *Jutarnjeg*, može se zaključiti da *Večernji list* pridaje puno više pozornosti kolumnama kojima čitateljima nastoji dati širi kontekst. Ipak, sadržaj kolumni na portalu *Večernjeg lista* nije dostupan svima već samo onim korisnicima koji su preplaćeni na premium sadržaj⁵.

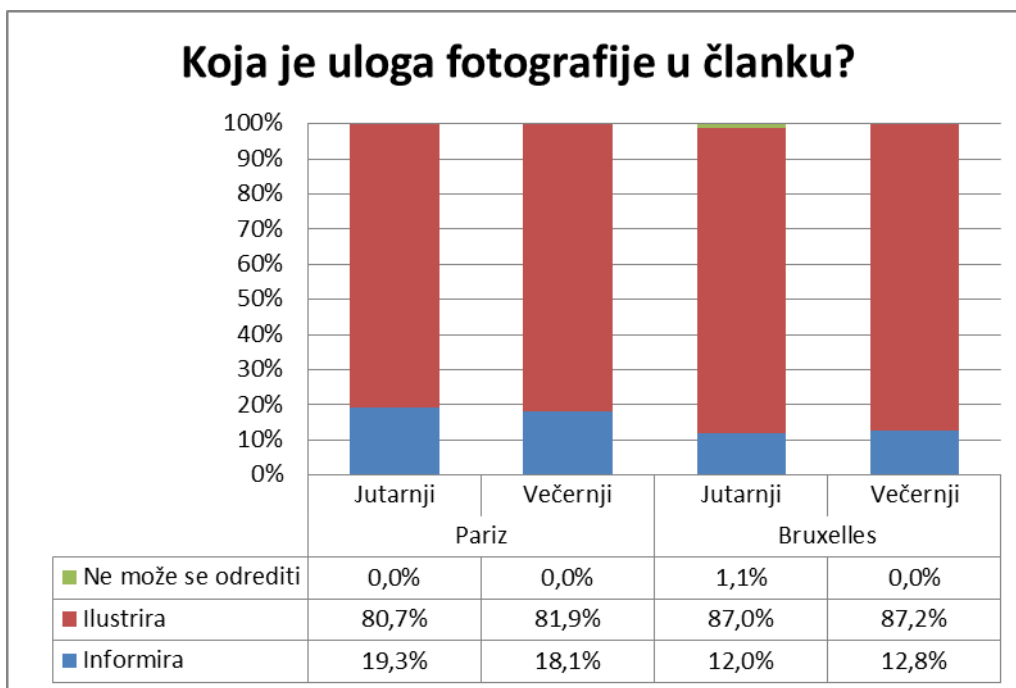
Intervju je dijalog u kojem novinar postavlja pitanja, a intervjuirana osoba odgovara. Ista vrsta konverzacije može se voditi i s više osoba (Malović 2005: 217), no u ovom radu takvih slučajeva nije bilo. Pod kategorijom „drugi format“ analizirane su foto vijesti. Riječ je o fotografijama koje govore same za sebe, a njihov kontekst dodatno pojašnjava kratki opis od jedne do dvije rečenice. Vijesti popraćene samo fotografijom pojavljuju se vrlo rijetko u analiziranim slučajevima.

⁵ 2012. godine portal *Vecernji.hr* razvija projekt VL Premium i tako postaje prvi medij s naplatom digitalnog sadržaja u Hrvatskoj.



Grafikon 5. Broj fotografija uz članak

Uloga fotografije na portalima daleko je veća od one u tradicionalnim novinama jer upravo je fotografija segment koji uz naslov privlači najviše pozornosti. Stoga novinari svoje članke nastoje što bolje vizualno opremiti. Međutim, na temelju rezultata istraživanja uočava se nedovoljno iskorištavanje fotografija u analiziranim portalima. Grafikon 5. pokazuje da su u većini slučajeva članci bili popraćeni samo jednom fotografijom. Galerije, odnosno skup fotografija, korištene su u svega 20-30% članaka čime se potvrđuje nedovoljno iskorišten tehnološki potencijal koji portali imaju na raspolaganju.



Grafikon 6. Uloga fotografije u članku

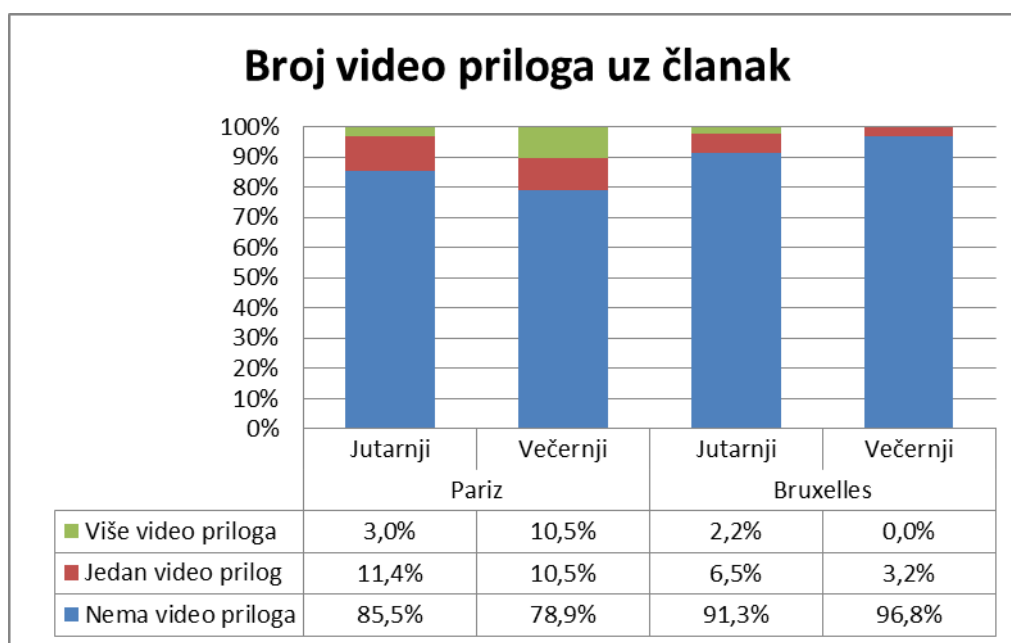
Važnu ulogu u izgradnji vjerodostojnosti medija ima fotografija. Novi mediji sve više pažnje posvećuju upravo fotografiji jer je ona svjedočanstvo o događaju, potvrda da se on zaista dogodio i zbog toga doprinosi autentičnosti teksta. „Kao sredstvo preslike fotografije su postigle vjerodostojnost i uvjerljivost“ (Jäger 2006: 265). Fotografija ima posebnu važnost jer utječe na percepciju samog teksta. Zavisno od kuta fotografiranja, osvjetljenosti, boje, veličine fotografije kao i njezine pozicije, tekst, odnosno događaj, na koji se odnosi zadobiva različite konotacije (Hrnjić 2007: 194).

Iz Grafikona 6. iščitava se da fotografije u više od 80% analiziranih članaka imaju ulogu ilustracije što znači da oslikavaju ono o čemu se u članku govori. Hrnjić (2007: 200) smatra da takve fotografije nisu potpuno funkcionalne u smislu njihovog doprinosa razumijevanju sadržaja teksta.

U samo 10-20% članaka fotografija ima informativnu ulogu što znači da sama fotografija prenosi vijest. Uočava se i da su fotografije koje imaju informativnu funkciju gotovo dvostruko više korištene kod napada u Parizu nego kod napada u Bruxellesu.

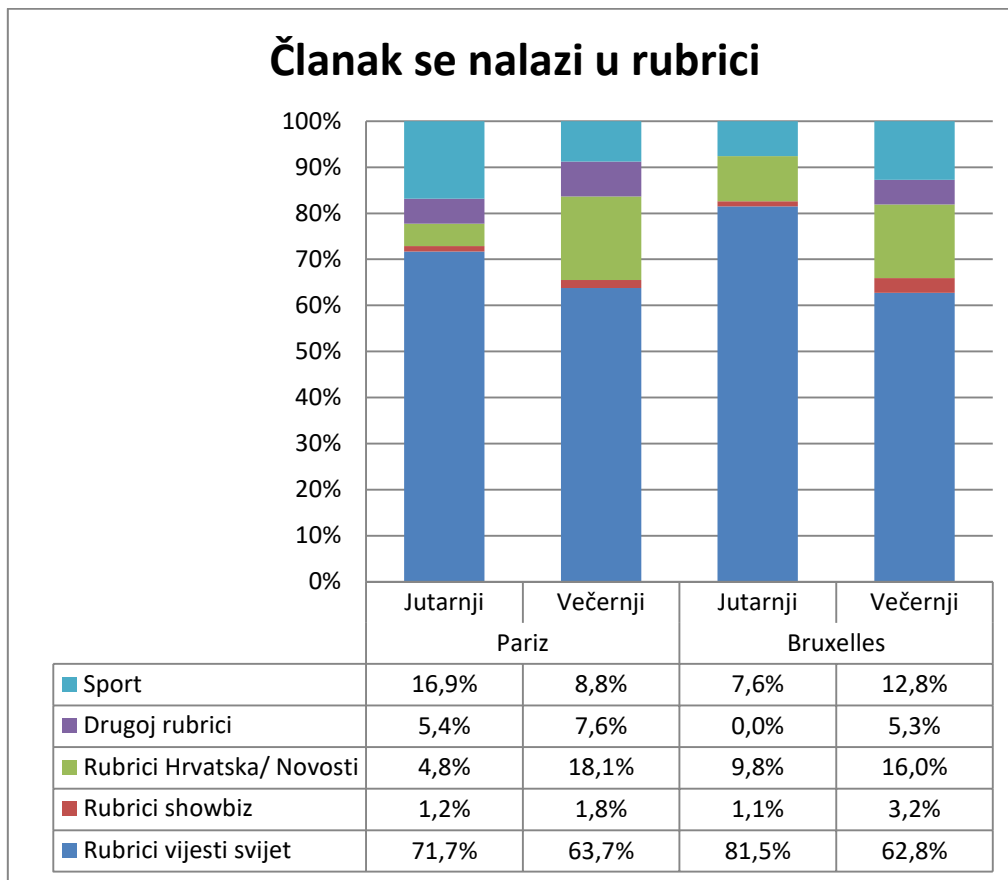
Iako istraživanje nije obuhvaćalo kvantitativnu analizu potpisanih i nepotpisanih fotografija, primjećeno je da se fotografije na portalima gotovo uopće ne potpisuju (navodi se samo izvor fotografije, ali ne i njezin opis) čime se čitatelju uskraćuje mogućnost bržeg i boljeg procesuiranja informacija s obzirom na to da se fotografija nalazi na početku članka

zbog čega se može pretpostaviti da se i opis ispod slike čita češće nego sam tekst. „Tekst i slika tako su u simbiotskom odnosu u kojem se međusobno uvjetuju vrste čitanja i opažanja“ (Knieper 2006: 31). Osim toga, uočava se i nedovoljno korištenje ostalih grafičkih mogućnosti kao što su, primjerice, grafikoni i tablice koji daju dublji kontekst samog događaja.



Grafikon 7. Video prilozima u članku

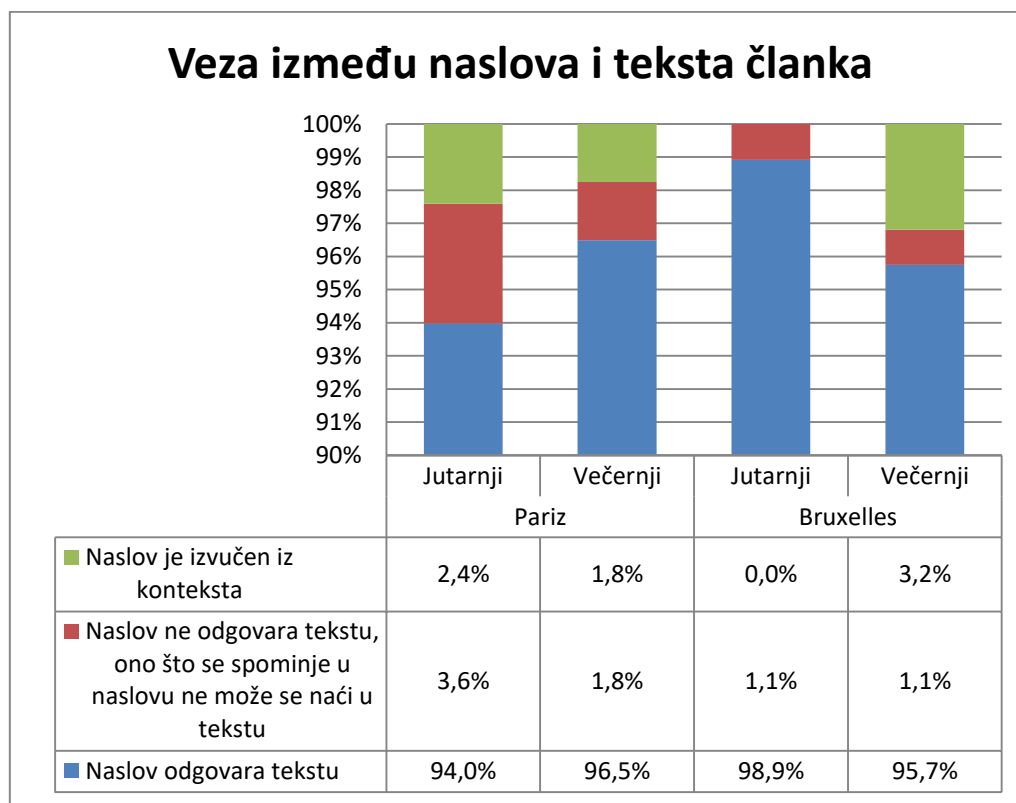
Primjer korištenja videa u člancima pokazuje da je multimedijalnost nedovoljno iskorištena. Uzmemo li u obzir prosječnu vrijednost svih dobivenih rezultata dolazimo do podatka da u čak 88% članaka nema video priloga. Ipak, Grafikon 7. pokazuje da portal *Večernjeg lista* ima prednost nad portalom *Jutarnjeg* kada je riječ o broju objavljenih videa koji prate novinarski članak. S druge strane, uočeno je da *Jutarnji list* postojanje videa ili fotografija jasno naznači na početku naslova teksta, što nije slučaj s multimedijalnim prilozima *Večernjeg*.



Grafikon 8. Kategorizacija članka po rubrikama

Što se tiče kategorizacije članaka po rubrikama, istraživanjem je uočeno da se vijesti o terorističkim napadima nalaze u gotovo svim rubrikama. Grafikon 8. pokazuje da ih je najviše u rubrici „Vijesti iz svijeta“ u kojoj su smješteni članci o samom napadu, pozadini napada, teroristima i posljedicama njihovog čina. U rubrici „Hrvatska“ grupirane su sve one teme kojima je naglasak na hrvatskim političarima, stručnjacima ili pak građanima koji su bili u neposrednom dodiru s napadom. Ovdje su, također, smješteni i članci o posljedicama koje bi teroristički napad mogao imati na Hrvatsku, ali i o pozadini napada (primjer članka koji govori o teroristima koji su mobitel nabavili u Hrvatskoj). Terorizam ne utječe samo na politička zbivanja već i na sportska, ali i društvena, što pokazuje zastupljenost tema povezanih s terorizmom u rubrikama sport i showbiz. U navedenim rubrikama riječ je najviše o sudjelovanju poznatih osoba ili članova njihovih obitelji u napadima, o reakcijama poznatih osoba na napad, ali i o posljedicama koje napad ima na održavanje sportskih i društvenih

događaja. Od ostalih rubrika zastupljene su bile „Life“ (rubrika *Jutarnjeg*), „EU“, „Biznis“ (podrubrika kompanije i tržišta) te „Premium“ (rubrike *Večernjeg*).

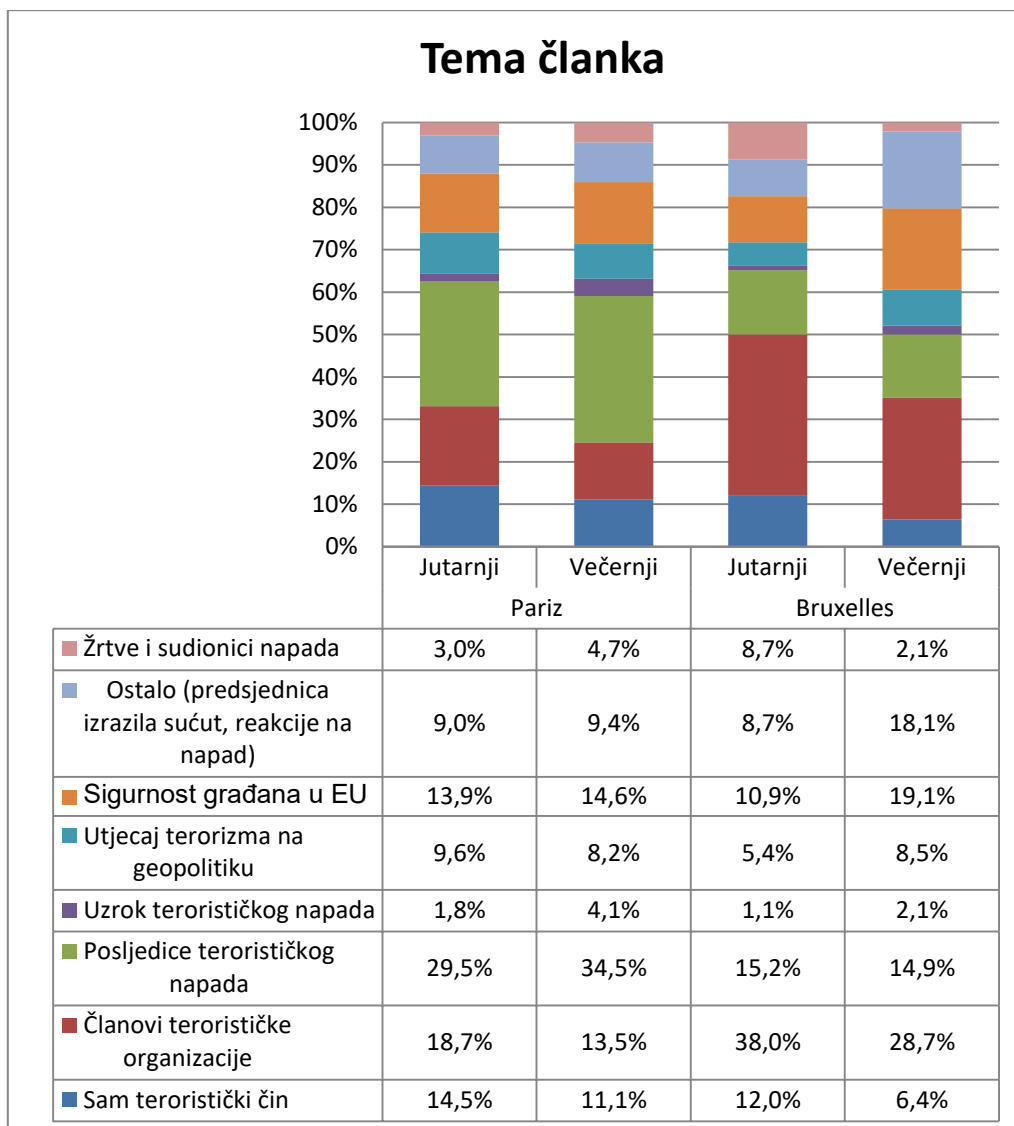


Grafikon 9. Veza između naslova i teksta članka

Naslov članka, uz sliku, privlači najviše pozornosti čitatelja. Većina njih obično „skenira“ najvažnije događaje na portalima pri čemu uočava glavne naslove. „Naslov uvijek treba naznačiti srž priče tako da bi čitatelji mogli prosuditi zanima li ih ta vijest“ (Sheridan Burns, 2009: 151 prema Čerina 2013: 917). Naslovi moraju biti kratki i informativni kako bi čitatelja zainteresirali i potakli na čitanje teksta novinskog članka. Postoji više vrsta naslova. Najdominantniji je glavni naslov teksta koji sadrži najvažniju informaciju koja se želi prenijeti čitatelju, a njegova veličina ovisi o važnosti vijesti. Glavni naslov dopunjuje se nadnaslovom i podnaslovom, a priča se umetkom dijeli na odlomke. Nadnaslov se nalazi iznad glavnog naslova i sadrži kratku informaciju iz teksta novinskog članka. Podnaslov dolazi ispod glavnog naslova, a svrha mu je nadopuna glavnog naslova s nekoliko rečenica iz novinskog članka. Umetak je naslov koji dolazi u stupac novinskog članka kao najava odlomka (Čerina 2013: 917).

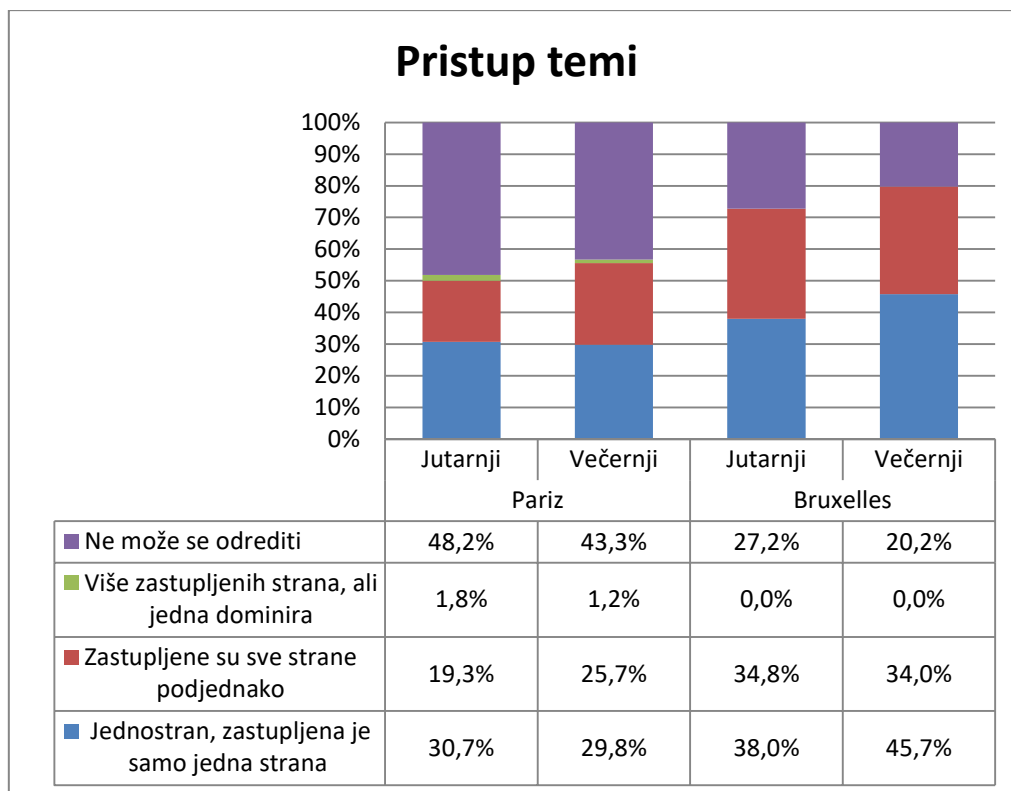
Istraživanje je pokazalo da je podudarnost naslova i teksta članka iznimno visoka, a to potvrđuju podaci u Grafikonu 9. U rijetkim slučajevima događa se da naslov ne odgovara

tekstu kao što je to u članku objavljenom na portalu *Jutarnjeg lista* „*OTVORENA PALJBA NA ULICAMA BRUXELLES* Policija ranila muškarca s torbom punom eksploziva koji je držao taoce“ Iako je u naslovu naglašeno da je muškarac, koji je ujedno bio i jedan od osumnjičenih za napad u Bruxellesu, bio naoružan eksplozivom, ta činjenica nema uporište u tekstu. Naslov i tekst nesuglasni su i u članku „*TURCI 'Francuzi, stiže vam džihadist koji planira teroristički napad!; PARIZ 'Hvala, ali takve informacije nam stižu svaki dan...*““. Iako se iz naslova može zaključiti da su novinari svjedočili izjavama turskih i francuskih državnika, u tekstu se tek neizravno navodi izjava jednog neimenovanog turskog državnika iz čega je jasno da je naslov izvučen iz konteksta. Gotovo ista stvar dogodila se i u članku „*PROCURILA NOVA VOJNA STRATEGIJA ZAPADA 'Ovo je naš ratni plan, evo kako ćemo totalno skršiti Islamsku državu!*““. Tekst govori o jednom od strateških područja za Islamsku državu, tzv. Manbij džep, čijim bi se uništenjem prekinula veza ISIL-a s džihadistima iz zapadne Europe. U tekstu je prenesena i izjava turskog ministra vanjskih poslova Feriduna Sinirliogluoa. "Naše operacije nastavit će se sve većim intenzitetom što ćete vidjeti u nadolazećim danima“, izjavio je ministar čija je izjava u potpunosti izmijenjena u naslovu kako bi se dobilo na dramatičnosti koja „kupuje klikove“.



Grafikon 10. Tema članka

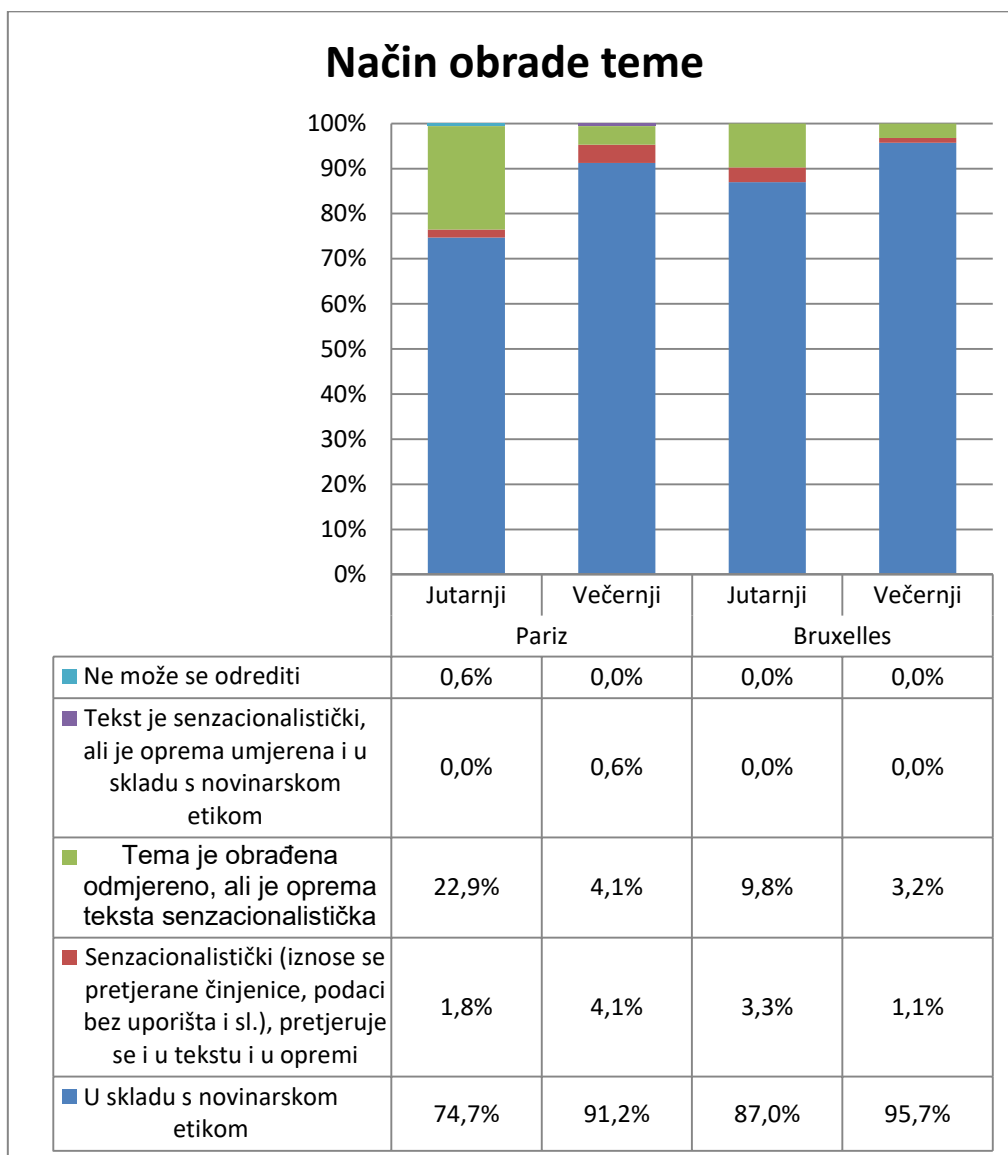
Temе koje prevladavaju razlikuju se od napada do napada. Nakon napada u Parizu najviše članaka bilo je usmjereno na posljedice terorističkog napada, dok se nakon napada u Bruxellesu najviše pisalo o članovima terorističke organizacije. Grafikon 10. pokazuje da je treća najzastupljenija kategorija sigurnost građana u EU, a tek četvrta sam teroristički čin. Temama se u većoj mjeri pristupa jednostrano što podrazumijeva postojanje samo jednog izvora informacija, dok najveći broj članaka opisuje događaj, pojavu, osobu ili skupinu, stoga se pristup temi ne može odrediti.



Grafikon 11. Pristup obrade teme

Jedno od osnovnih načela novinarske struke je uravnoteženost. Uravnoteženo novinarstvo podrazumijeva prikazivanje svih strana i sudionika u događaju (Malović 2005: 37). Međutim, u praksi se to često ne događa. Naime, novinari često dobiju informaciju iz jednog izvora, a s obzirom na to da se često radi o izvoru koji ima kredibilitet, kao što su, primjerice, policija ili glasnogovornici državnih službenika, tu informaciju često ne provjeravaju. Samim time što su informaciju dobili iz vjerodostojnog izvora, na temelju dobivenih podataka napišu vijest ne mareći za to što je ista jednostrana, a što je u suprotnosti s osnovnim načelima struke. Jedno od osnovnih etičkih načela je da novinar dobivenu informaciju mora provjeriti iz najmanje dva izvora koji su neovisni jedan o drugome. Orlanda Obad ide pak korak dalje i navodi stav američkih teoretičara koji savjetuju maksimalno uključivanje i trećeg izvora u svrhu što objektivnijeg izvještavanja (Obad 2004: 118).

Rezultati istraživanja pokazuju da novinari na portalima u više od trećine članaka ne poštuju kriterij uravnoteženosti što se najčešće čini zbog nedostatka vremena ili nemogućnosti dobivanja drugih izvora. Zbog toga su tekstovi na portalima često neuravnoteženi, neprofesionalni i neetički jer se autori trude što prije plasirati informaciju kako ne bi izgubili u borbi s vremenom u doba kada je javnost navikla sve informacije dobiti odmah.



Grafikon 12. Način obrade teme

Na temelju dobivenih rezultata iz Grafikona 12. može se iščitati da redakcija portala *Vecernji.hr* više brine o etičkim načelima struke od redakcije portala *Jutarnji.hr*. Ipak, obje redakcije većinom poštuju osnovna načela struke i o terorističkom napadu, njegovim posljedicama i žrtvama izvještavaju u skladu s etičkim načelima. Tekstovi su uglavnom napisani korektno, dok se senzacionalizam najviše uočava u naslovima. Gotovo 23% naslova vezanih uz napad u Parizu na portalu *Jutarnji.hr* bili su senzacionalistički. Sensacionalizam se postiže naslovima koji, osim sadržajno i vizualno, dramatičnost naglašavaju upotrebom velikih tiskanih slova. Takvi prenaplašeni i prostorno iznadprosječno veliki vizualni elementi imaju temeljnu ulogu u preuveličavanju važnosti teme (Obradović 2010: 49). Crna boja

dominantna je u naslovima, dok se dodatna oprema pojavljuje u sivim tonovima. Pažnja čitatelja na oba se portala privlači i crvenim elementima koji se najčešće nalaze uz nadnaslove. Sadržajno su naslovi i podnaslovi potpuno usklađeni što znači da se podnaslovom konkretizira sadržaj naslova, odnosno dodatno pojašnjava tema o kojoj sam naslov govori.

Ono što se još može primijetiti je dvostruko manje senzacionalističkih naslova kada je riječ o izvještavanju na istom portalu o napadu u Bruxellesu. S druge strane portal *Večernjeg lista* izbjegava tabloidnost, a senzacionalistički i pretjerani naslovi najviše se uočavaju u kolumnama.

MILAN IVKOŠIĆ

Bezbožna je Europa nemoćna pred najездом izbjeglica i terorista

I dok Slovenci postavljaju bodljikavu žicu na granici s Hrvatskom, nekoliko metara unutar hrvatskog teritorija, Milanović i Ostojić, koji pod milim Bogom nisu uradili niti rade išta na zaštitu Hrvatske i nemajući hrabrosti da Slovence otjeraju iz Hrvatske

Slika 1. Senzacionalizam u naslovu na portalu *Vecernji.hr* (Izvor: *Vecernji.hr*)

RACIJA KOD STADIONA

FOTO: OSRAMOĆENI TERORIST UHAPŠEN BEZ ODJEĆE Pogledajte bizarni završetak policijske akcije u kvartu na sjeveru Pariza

AUTOR: Jutarnji.hr OBJAVLJENO: 18.11.2015. u 15:24

Slika 2. Primjer br. 1 senzacionalističkog naslova nakon napada u Pariz na Jutarnjem (Izvor: *Jutarnji.hr*)

TEŠKO IH PRATITI

TERORISTI KOMUNICIRALI PREKO PLAYSTATIONA Eksploziv napravili od stvari iz supermarketa

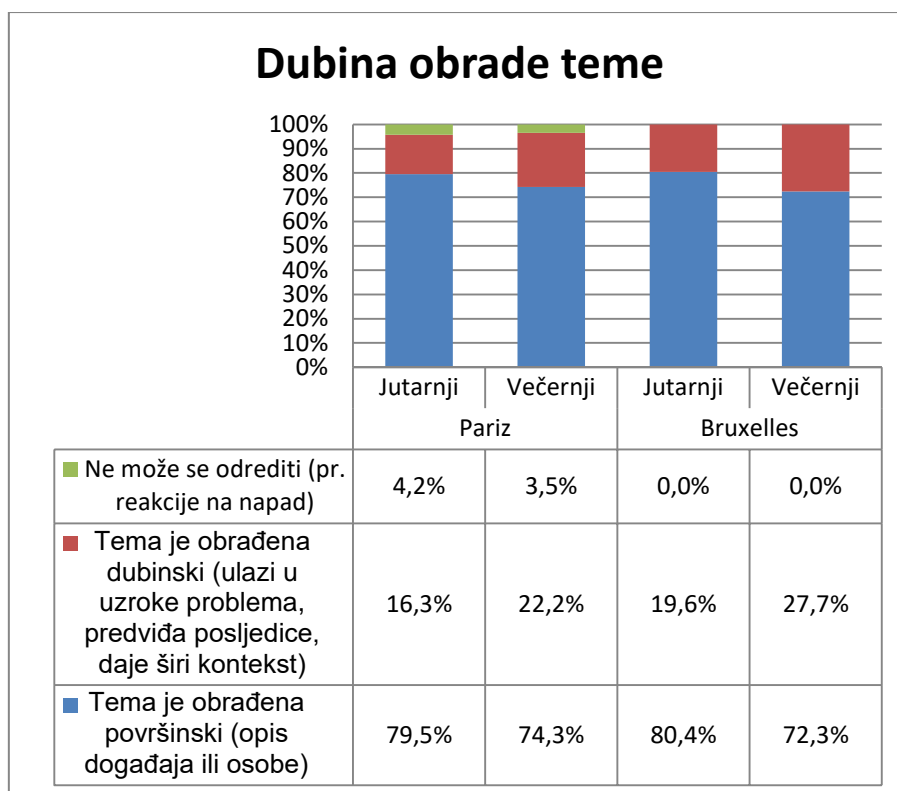
AUTOR: Arhiva OBJAVLJENO: 15.11.2015. u 12:33

Slika 3. Primjer br.2 senzacionalističkog naslova nakon napada u Pariz na Jutarnjem (Izvor: *Jutarnji.hr*)

VIDEO: KRICI UPLAKANE DJEVOJČICE ŠOKIRALI SU SVIJET Potresna snimka panične evakuacije u tmini zadimljenog metroa u Bruxellesu

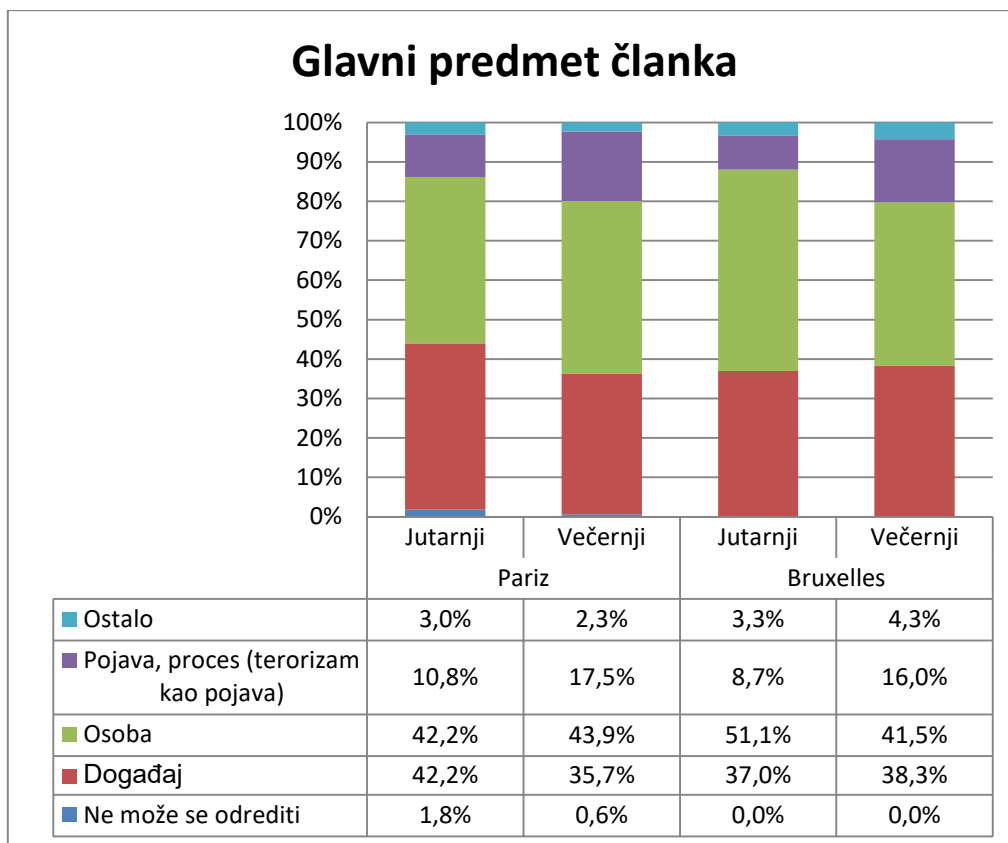
AUTOR: Jutarnji.hr OBJAVLJENO: 22.03.2016. u 19:48

Slika 4. Primjer senzacionalističkog naslova nakon napada u Bruxellesu (Izvor: *Jutarnji.hr*)



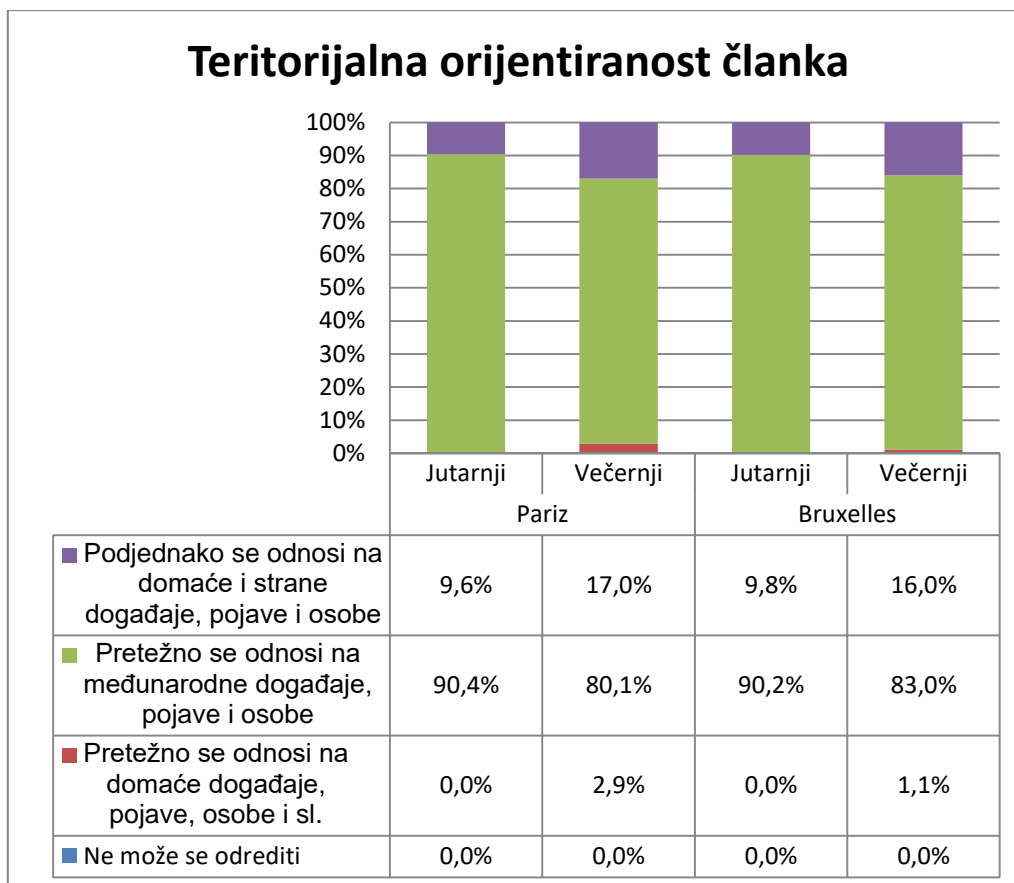
Grafikon 13. Dubina obrade teme članka

Istraživanje je pokazalo da se na analiziranim portalima o terorizmu u najvećoj mjeri izvještava površno. Najčešće se tek kratko opisuje događaj ili osoba, dok se dublje analize pojavljuju u manje od četvrtine analiziranih članaka. Grafikon 13. pokazuje da *Večernji list* prednjači i u segmentu dubinske obrade tema, a vidljiv je i porast analitičkih članaka kojima se nastoji čitatelju pružiti širu perspektivu terorizma, terorističkih skupina, njihovih interesa, načina djelovanja, ali i utjecaja na svjetsku politiku.



Grafikon 14. Glavni predmet članka

Grafikon 14. pokazuje da su pojedinci ili skupine glavni predmet u najvećem postotku analiziranih članaka. Slijede ih događaji, a potom i pojave kao što je, primjerice, terorizam. Kad je riječ o događajima najviše članaka odnosi se na međunarodne događaje, pojave ili osobe.



Grafikon 15. Teritorijalna orijentiranost članka

Iz Grafikona 15. vidljivo je da se u manje od 20% članaka govori o utjecaju ili povezanosti tragičnih događaja u svijetu s Hrvatskom. Najčešće je riječ o hrvatskim žrtvama napada, ali i o opremi koju su teroristi koristili pri napadu, a nabavljena je u Hrvatskoj.

JEDVA SE IZVUKLA

OSJEČANKA KOJA JE PREŽIVJELA NAPAD U BRUXELLESU 'Zapela sam na aerodromu, bilo je strašno! Te me slike progone već danima'

AUTOR: Jutarnji.hr OBJAVLJENO: 30.03.2016. u 12:48

Slika 5. Primjer br.1 Povezanost terorističkog napada s hrvatskom državljankom (Izvor: *Jutarnji.hr*)

EKSKLUZIVNO Pariški bombaši koristili su mobitel kupljen u Hrvatskoj

Pariški krvnici povezani i s masakrom u Bruxellesu prošli su sve provjere u migrantskom toku i kontaktirali s nekim u Hrvatskoj

29. OŽUJKA 2016. U 15:17 | 37 KOMENTARA | 12855 PRIKAZA

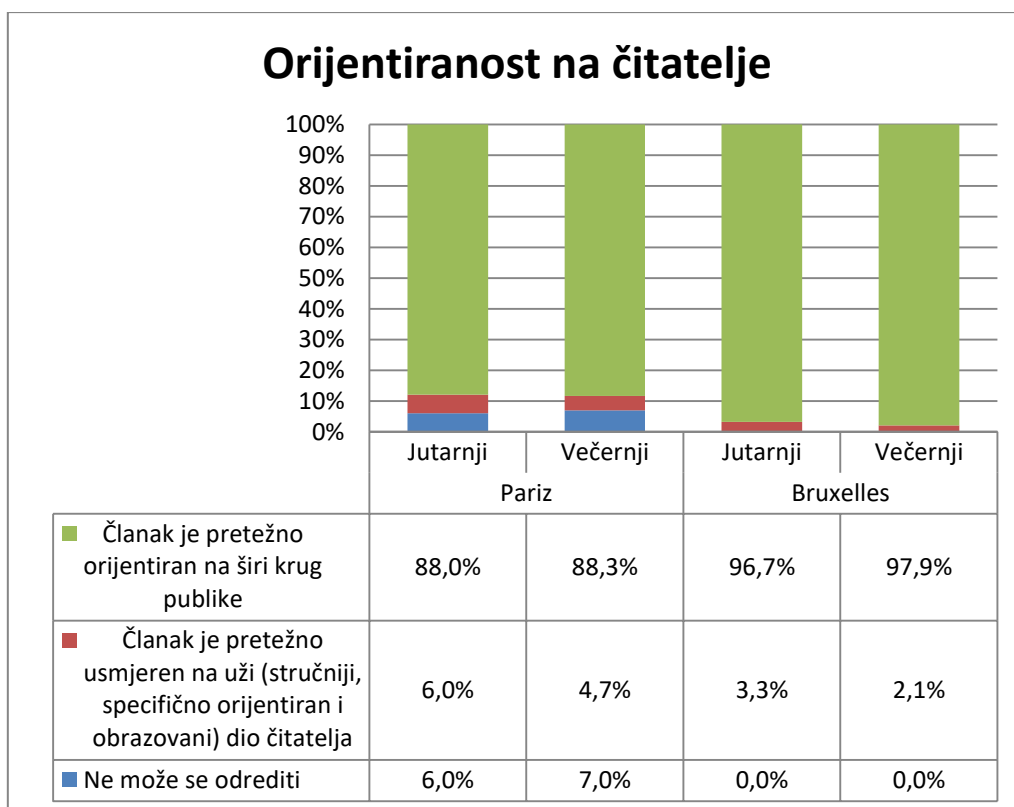
Slika 6. Primjer br. 2 Veza terorističkog napada u Parizu i Hrvatske (Izvor: *Vecernji.hr*)

REDA KRIKET

VIDEO: POLICIJA SPRIJEČILA NOVO KRVOPROLIĆE U EUROPI Kod ISIL-ovca pronađena i strojnica proizvedena u Hrvatskoj

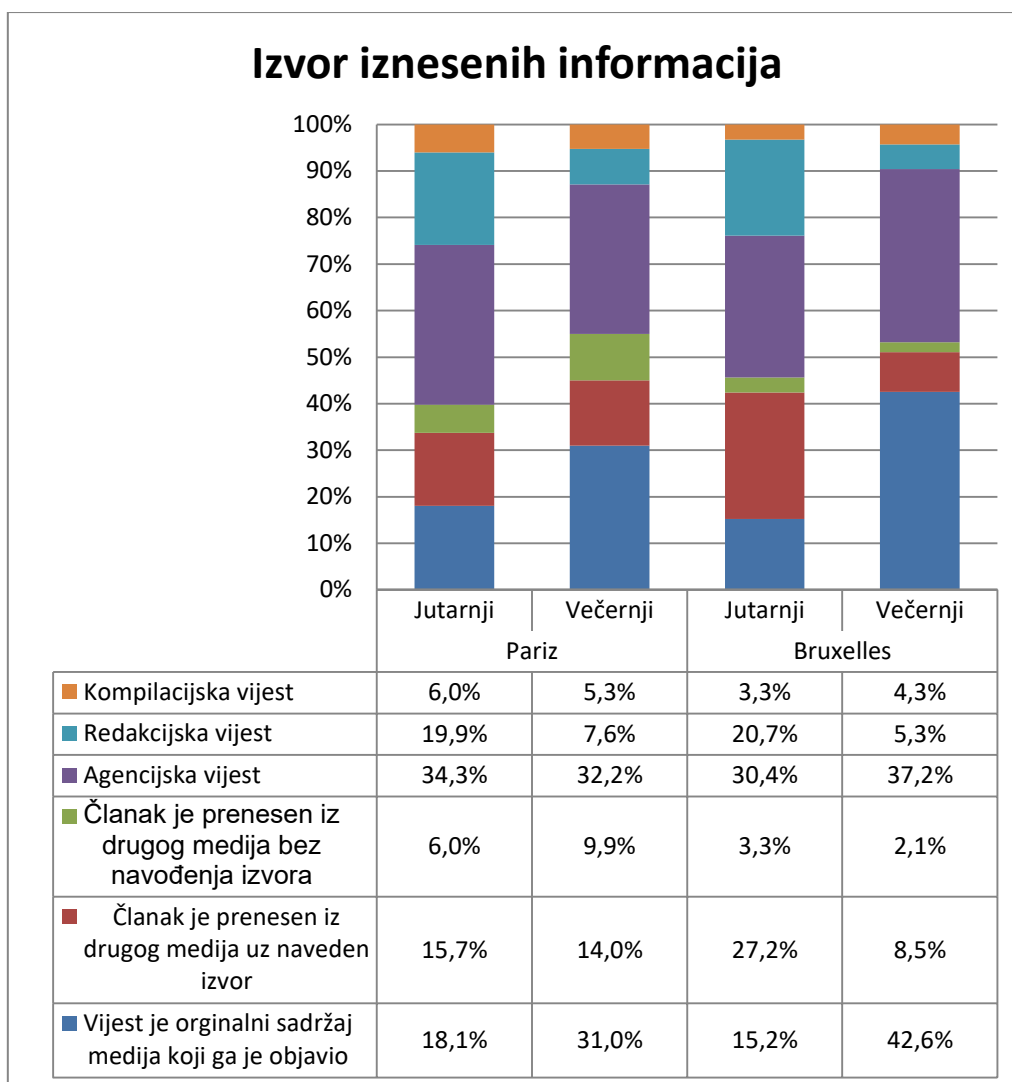
AUTOR: Jutarnji.hr OBJAVLJENO: 31.03.2016. u 09:53

Slika 7. Primjer br. 3 Veza terorističkog napada u Parizu i Hrvatske (Izvor: *Jutarnji.hr*)

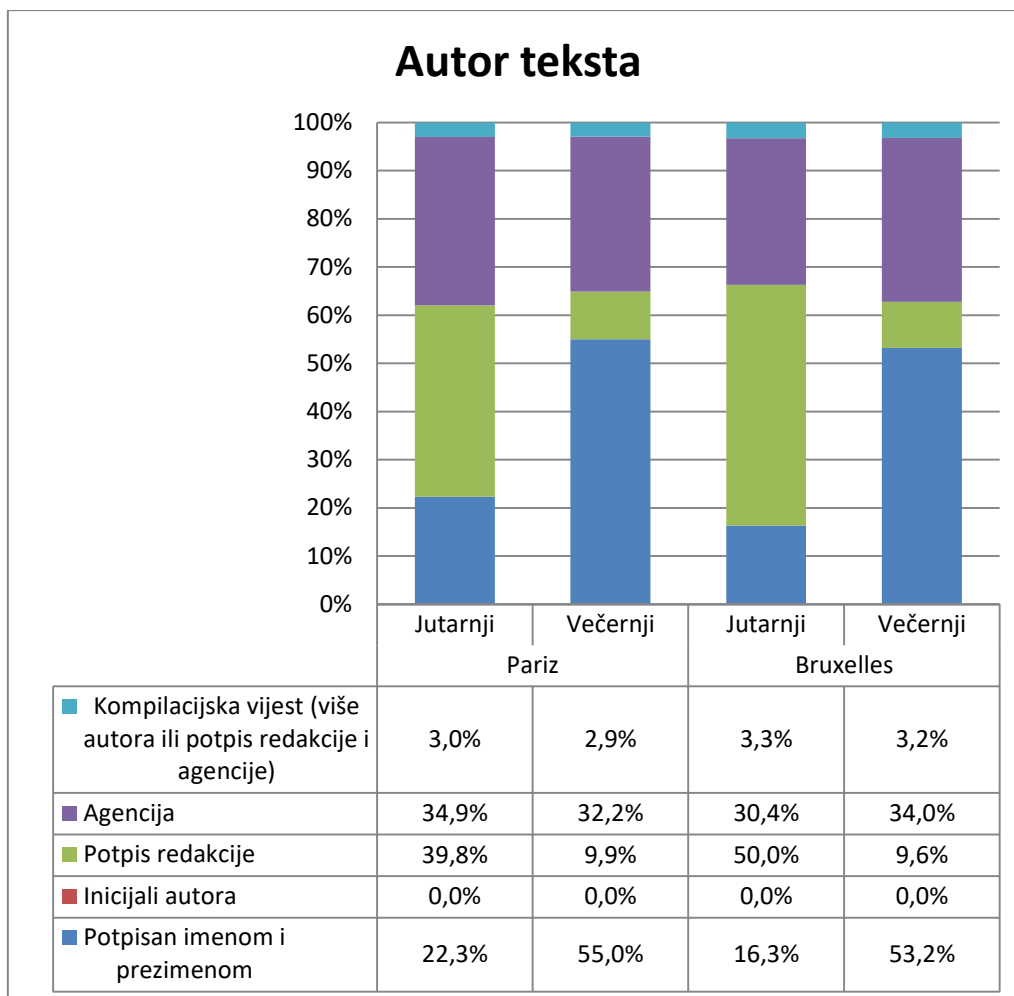


Grafikon 16. Orijentiranost na čitatelje

Teme vezane uz terorizam pisane su jednostavnim jezikom i stilom zbog kojih su razumljive širokom krugu čitatelja. Na uži (stručniji, specifično orijentiran i obrazovani) dio čitatelja odnosi se u prosjeku tek oko 5% članaka. Riječ je prvenstveno o kolumnama i komentarima iskusnih novinara čiji vokabular, ali i način iznošenja činjenica nije lako shvatljiv široj publici. Neki članci za razumijevanje traže i dobro poznavanje međunarodnih odnosa pa ukoliko čitatelj nema dovoljno znanja o njima teško će razumjeti takve članke.



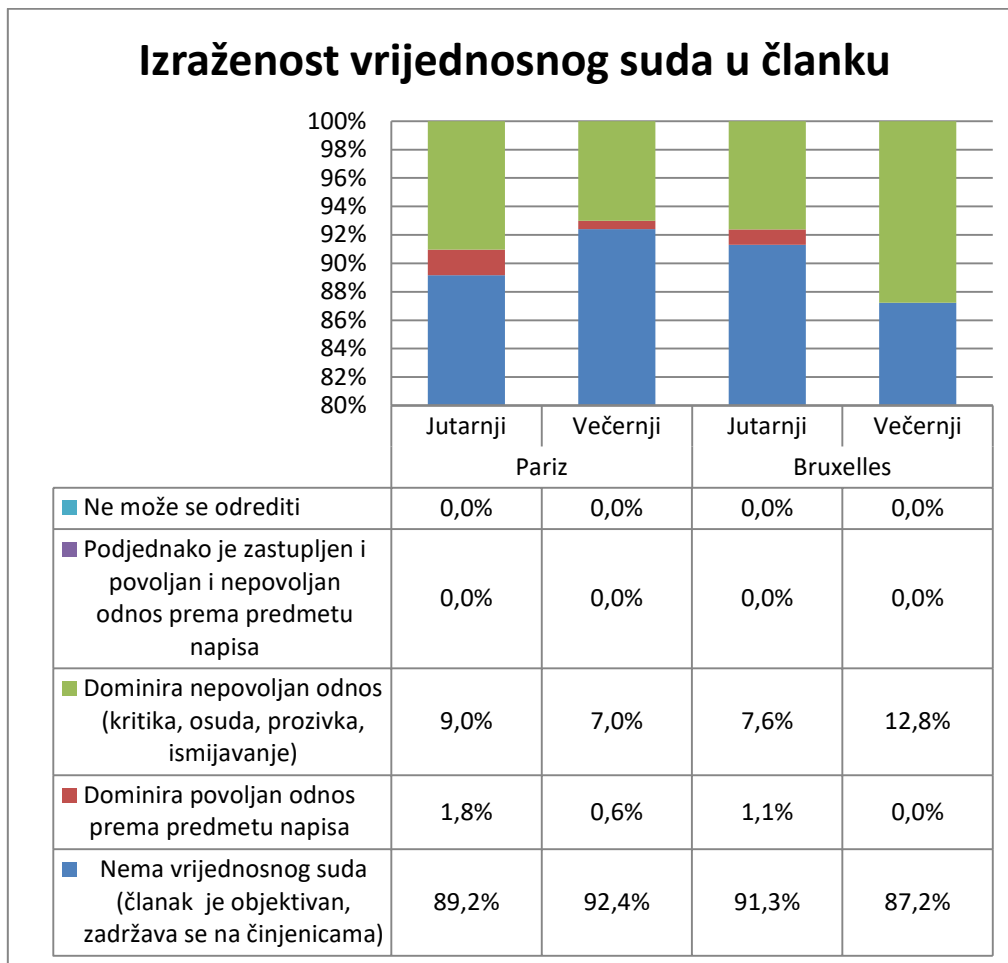
Grafikon 17. Izvor iznesenih informacija



Grafikon 18. Autorstvo teksta

Dobiveni rezultati pokazuju da se analizirani portali u najvećoj mjeri oslanjaju na tekstove novinskih agencija (čak 30-40%). Najviše se koriste tekstovi Hrvatske izvještajne novinske agencije, ali i tekstovi stranih agencija kao što su francuska agencija *AFP* ili britanska *Reuters*. Drugi po zastupljenosti su autorski tekstovi novinara. Čak dvostruko više vlastitih tekstova ima portal *Vecernji.hr*, no tu treba napomenuti kako se ne radi o tekstovima novinara zaposlenih na portalu, već o tekstovima koji se na internet povlače iz *Večernjeg* lista. Iz toga možemo pretpostaviti da je sinergija online i print redakcije puno bolje zaživjela od sinergije redakcija *Jutarnjeg* lista.

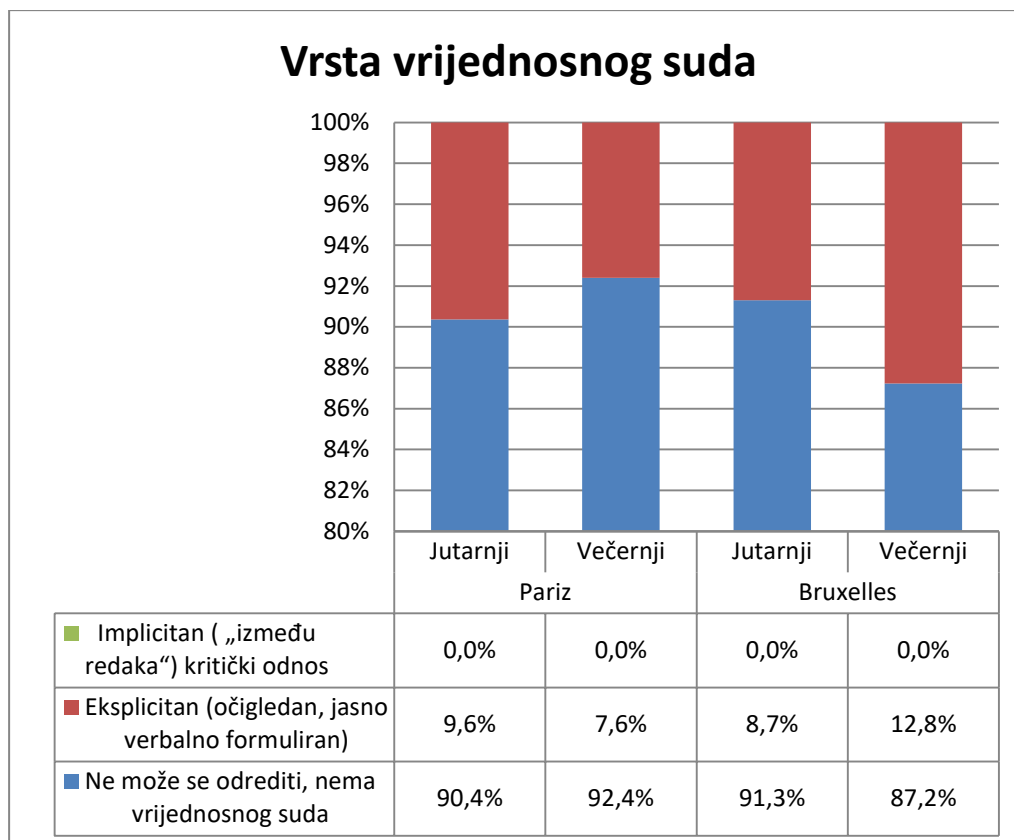
Što se tiče potpisa, Grafikon 18. pokazuje da je više od 50% članaka na *Večernjem* potpisano imenom i prezimenom novinara, dok je taj postotak drastično manji kada je riječ o *Jutarnjem* koji većinu članaka objavljenih na portalu potpisuje redakcijski. Članci se na oba portala prenose iz drugih izvora, a u tom slučaju originalni izvor se češće navodi nego što se ne navodi što pokazuje pozitivan trend kojem bi trebalo nastaviti težiti.



Grafikon 19. Izraženost vrijednosnog suda

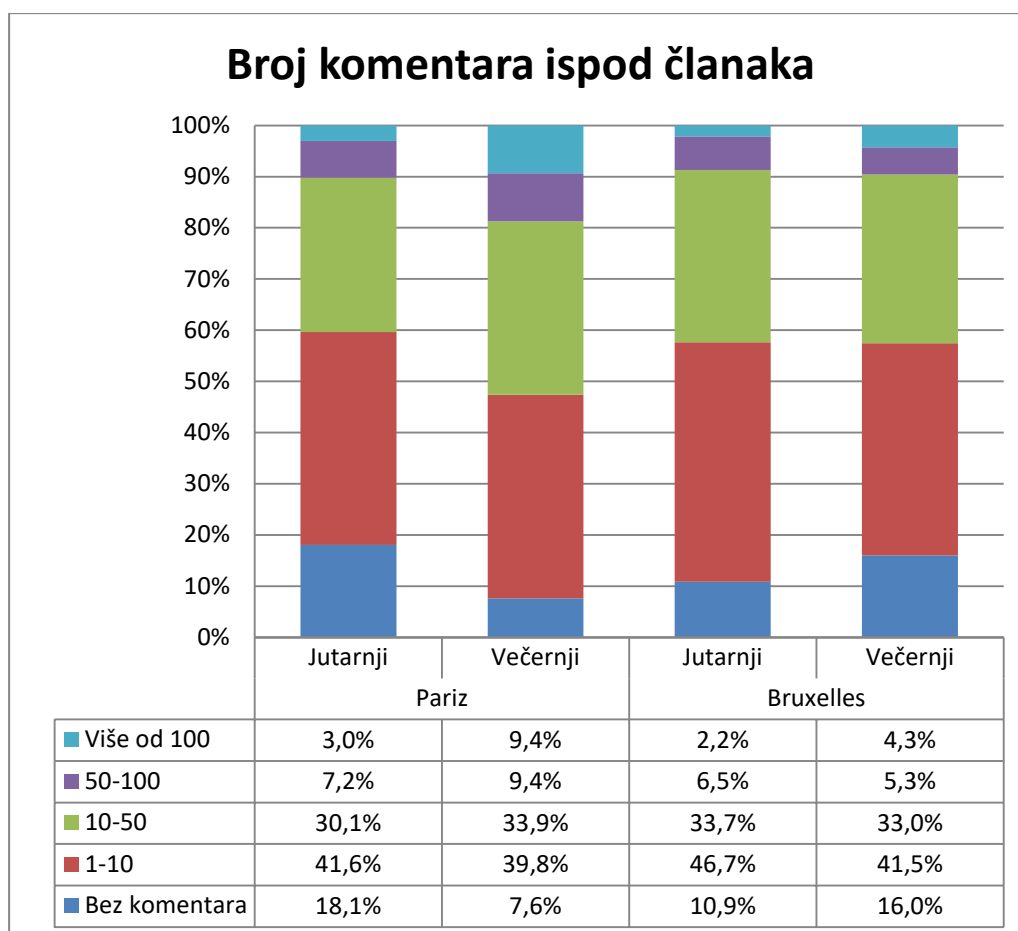
Vrijednosni sud je sud koji počiva na osobnim (subjektivnim) vrednovanjima nekoga, neke spoznaje, nečijega mišljenja, neke radnje itd. Obično nastaje na temelju subjektivnih predrasuda i mnijenja koji su temelj takva vrednovanja⁶. Sloboda govora novinarima omogućuje iznošenje vlastitog vrijednosnog suda, ali ne u formi vijesti, već u formama koje su prikladne za iznošenje vlastitog mišljenja. Grafikon 19. pokazuje da se vrijednosni sudovi javljaju u nešto više od 10% analiziranih članaka. Pri tome dominira nepovoljan odnos prema predmetu napisa (kritika, osuda ili prozivka).

⁶ Definicija vrijednosnog suda, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=65495>, pristupljeno 7.7.2017.



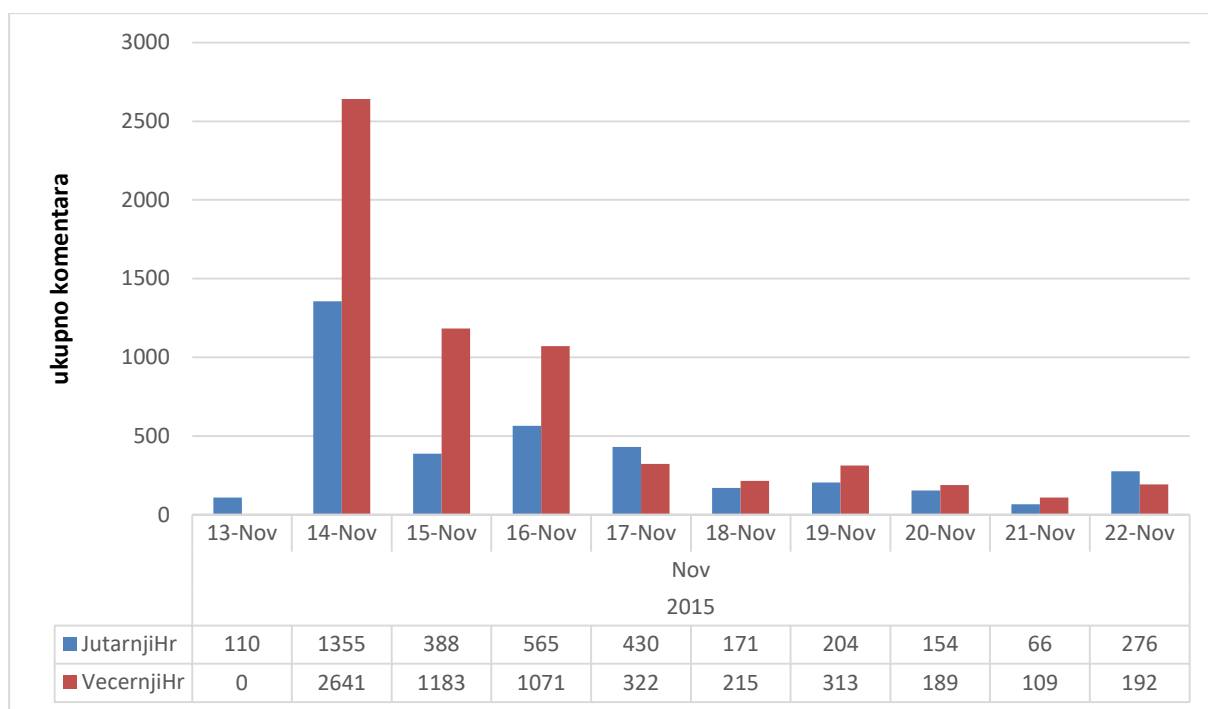
Grafikon 20. Vrsta vrijednosnog osuda

Iz Grafikona 20. može se iščitati da je vrijednosni sud novinara uvijek eksplicitan, očigledan i jasno verbalno formuliran. Čitateljima se obraćaju direktno izražavajući svoje mišljenje koje potkrepljuju relevantnim činjenicama.



Grafikon 21. Intervali komentara vezanih uz članke

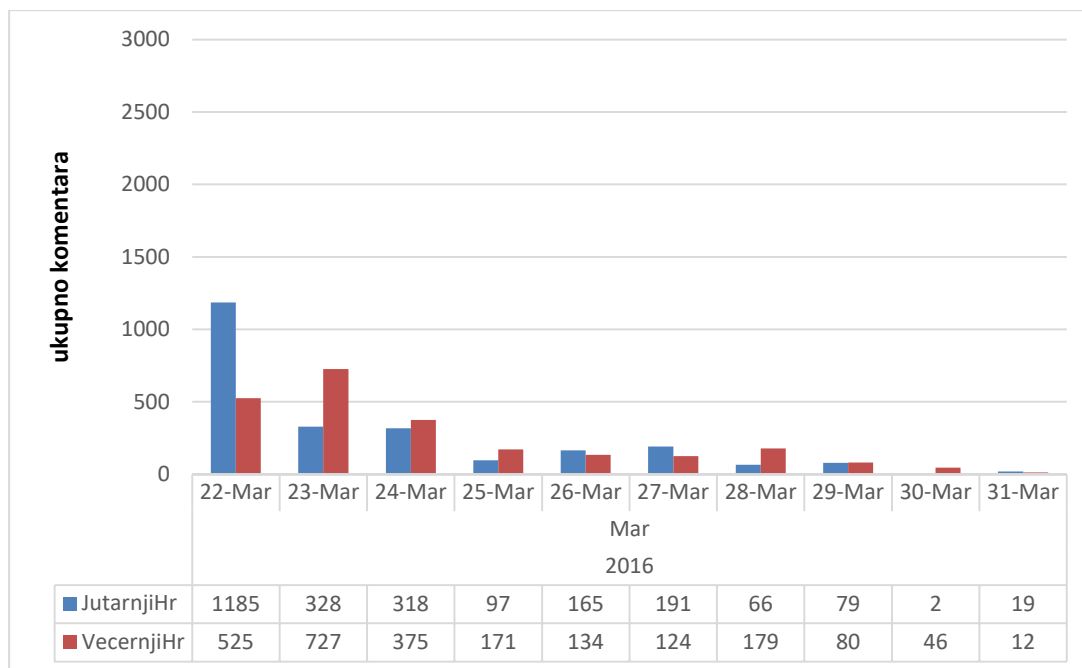
Teme vezane uz terorizam privlače pozornost čitatelja portala što se može vidjeti iz rezultata provedenog istraživanja. Komentari su u ovom radu analizirani samo kvantitativno jer trenutno još uvijek ne postoje alati za adekvatno istraživanje sadržaja komentara koje bi bilo primjenjivo u znanstvene svrhe. Kao što se može iščitati iz Grafikona 21. članci o terorizmu izazivaju u čitateljima pobudu da se i sami uključe u raspravu. Više od 80% svih analiziranih članaka sadrži komentare, a stopa komentiranja razlikuje se ovisno o mediju, ali i lokaciji terorističkog napada. Primjerice tijekom desetodnevne analize izvještavanja o terorističkom napadu u Parizu zabilježeno je ukupno 9.954 komentara od čega je 3.719 komentara bilo na portalu Jutarnjeg, a 6.235 na portalu Večernjeg.



Grafikon 22. Raspodjela komentara nakon napada u Parizu (Izvor: VoxPopuli.hr)

Najveća koncentracija komentara uočava se dan nakon napada nakon čega njihov broj pada proporcionalno s odmakom vremena. Najkomentiraniji članak nakon napada u Parizu bio je članak objavljen na portalu Vecernji.hr dan nakon napada koji govori o tome kako je u Parizu poginuo Hrvat Milko Jozić. Ispod komentara na Večernjem zabilježeno je 377 komentara, dok je članak gotovo istog naslova na portalu Jutarnjeg imao tek 148 komentara.

S druge strane razina komentiranja drastično pada kada je riječ o napadu u Bruxellesu. Gotovo dvostruko manje komentara uočava se na oba portala nakon napada u Belgiji. Ukupan broj komentara tijekom analize u tom razdoblju iznosi 4.823 od čega je 2.450 komentara na portalu *Jutarnjeg*, dok je 2.373 komentara bilo na portalu *Večernjeg*. Najkomentiraniji članak nakon napada u Bruxellesu bio je odgovor EU zastupnice Marijane Petir na napade koji su uslijedili nakon njezine objave o napadu u Bruxellesu.



Grafikon 23. Raspodjela komentara nakon napada u Bruxellesu (Izvor: VoxPopuli.hr)

Iz svega navedenog zaključuje se da čitatelji najviše reaguju na članke vezane uz terorizam koji se izravno ili neizravno odnose na hrvatske građane, njihove sudbine, poteze, reakcije i zaključke.

5.6. Analiza rezultata i rasprava

Svrha ovog rada bila je ukazati na ulogu dnevno-informativnih portala pri izvještavanju o terorizmu. Osnovni cilj rada bio je utvrditi na koji su način portali *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* izvještavali o terorističkim napadima u Parizu i Bruxellesu. Metodom analize sadržaja analizirano je ukupno 523 članka koji su objavljeni na navedenim portalima. U prethodnom potpoglavlju izneseni su dobiveni rezultati istraživanja. Ovdje će se analizirati prikupljeni podaci i prikazati u kojoj su mjeri hipoteze postavljene na početku rada prihvaćene, a u kojoj opovrgnute. Rezultati će se prezentirati pojedinačno za svaku postavljenu hipotezu, počevši od glavne hipoteze istraživanja.

H: Portali Jutarnji.hr i Vecernji.hr nekritički pristupaju vijestima o terorizmu preuzimajući članke i izjave relevantnih aktera iz stranih izvora i agencija bez dodatne

provjere, a u borbi za čitanost pretjerano naglašavaju dramatične trenutke samog događaja.

Opravdanost ove hipoteze analizirana je kroz nekoliko segmenata, a to su izvor iznesene informacije, pristup temi te način i dubina obrade teme. Istraživanjem je ustanovljeno da je 30-40% članaka vezanih uz terorizam na portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* čista agencijska vijest. Oba portala gotovo podjednako se oslanjaju na tekstove Hrvatske izvještajne novinske agencije. Drugi po zastupljenosti su relevantni strani mediji kao što su BBC, The Guardian, New York Post itd. Njihove informacije preuzimaju se u 10-30% slučajeva. Najmanji postotak preuzimanja članaka iz drugih medija ima portal *Večernjeg* lista i to nakon terorističkog napada u Bruxellesu. Ovdje je bitno naglasiti da unatoč tome što analizirani portali preuzimaju vijesti iz stranih medija 3-10% članaka nigdje u tekstu ne navodi originalan medij iz kojeg je izjava ili informacija prenesena.

Članci vezani uz terorizam originalni su sadržaj medija koji ga je objavio u svega 15-18% analiziranih objava na portalu *Jutarnjeg*. Što se tiče *Večernjeg* taj broj je znatno viši i iznosi 30% nakon napada u Parizu do gotovo 43% nakon napada u Bruxellesu. Veliki nesrazmjer autorskih tekstova u korist portala *Vecernji.hr* može se opravdati činjenicom da je *Večernji* puno bolje iskoristio potencijal dopisnika, naročito Tomislava Krasneca iz Bruxellesa. Što se tiče samog pristupa temi 30-45% analiziranih objava temelji se na samo jednom izvoru ili jednoj zastupljenoj strani. Jednostran pristup odlika je površnosti koja se uočava i tijekom analize dubine obrade teme. Od svih analiziranih članaka kod njih 70-80% tema je obrađena površinski, tj. odnosi se isključivo na opis događaja ili osobe.

Posljednja kategorija kojom se nastojalo ispitati opravdanost glavne hipoteze je način obrade teme. U borbi za čitanost portal *Jutarnjeg* lista od terorističkih napada nerijetko radi spektakle. Gotovo 23% naslova vezanih uz napad u Parizu na portalu *Jutarnji.hr* bili su senzacionalistički, dok je *Večernji* po tom pitanju puno obzirniji.

Iz svega navedenog zaključuje se da je glavna hipoteza ovog rada potvrđena. Temama vezanim uz terorizam portali pristupaju površno i nekritički. Najčešće se prenose vijesti relevantnih agencija ili drugih medija, a svojim čitateljima tek rijetko pružaju mogućnost da shvate dublji kontekst terorizma i posljedice koje terorizam ima na njihove živote. Rezultati do kojih se došlo u ovom radu potvrdili su i hipotezu ranije provedenog istraživanja Marine Đukić i Najila Kurtića. Analizirajući izvještavanje online medija o terorističkom napadu u Norveškoj 2011.godine autori su na temelju komparativne analize došli do zaključka da se

hrvatski online mediji „zadovoljavaju pukim preuzimanjem obavještajnih podataka kao istinitih i neupitnih, odnosno ne prezentiraju činjenice događaja iz konteksta hrvatskog društvenog okruženja već preuzimaju vijesti kao gotove proizvode“ (Kurtić, Đukić 2013: 21).

Kako bi se došlo do što relevantnijih podataka istraživanjem su obuhvaćene i specifične hipoteze.

H1: Napad u Parizu medijski je više popraćen od napada u Bruxellesu.

Rezultati prikazani u prethodnom potpoglavlju pokazuju da su portali *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* o terorističkim napadima u Parizu i Bruxellesu izvještavali gotovo jednako. Uspoređujemo li broj objavljenih članaka na analiziranim portalima dolazimo do podatka da je na oba portala objavljen isti broj članaka s minimalnom razlikom od svega 1% u korist *Večernjeg*. Međutim, tijekom provedbe analize sadržaja uočeno je da je osnovni skup članaka nad kojima se provelo istraživanje bio puno veći nakon prvog napada u Parizu. O napadu u Parizu izvještavalo se gotovo dvostruko više nego o napadu u Bruxellesu. Ukupan broj analiziranih članaka na oba portala vezanih uz napad u Parizu iznosi 337, dok se taj broj u slučaju Bruxellesa drastično smanjio i iznosi 186. Već je ranije navedeno kako se ovaj značajan pad kod Bruxellesa može protumačiti u svijetlu ponovljenog događaja od nekoliko mjeseci ranije samo s manjim brojem žrtava. Tijekom analize uočeno je i da se o napadu u Bruxellesu izvještavalo pravodobnije. Unatoč zakašnjoj reakciji teroristički napad u Parizu dobio je puno više medijskog prostora u analiziranim medijima, a time je potvrđena i prva specifična hipoteza.

H2: Dramatičnost se na oba portala naglašava šokantnim fotografijama bez upozorenja o uznemirujućem sadržaju.

Fotografije su sastavni dio gotovo svih objavljenih članaka. One su jedan od segmenata kojima se privlači pozornost pa je očekivano da će, u želji da privuku što više čitatelja, novinari članke opremiti dramatičnim fotografijama. Međutim, do toga nije došlo. Kada je riječ o dodatnom multimedijском sadržaju uočava se posebna obazrivost. Tek su rijetki slučajevi u kojima se fotografijom izaziva drama. Šokantne fotografije bez upozorenja o uznemirujućem sadržaju tijekom analize⁷ uočene su u ukupno pet članaka objavljenih na

⁷ Analiza sadržaja provodila se od 15.-30. lipnja 2017.

portalu *Jutarnji.hr* koji su vezani za napad u Bruxellesu. Jedan od njih je i članak „*KOŠARKAŠ ZAVRŠIO U LOKVI KRVI NAKON TERORISTIČKOG NAPADA Bivši klub otkrio njegov identitet*“ u kojem unutar teksta stoji uznemirujuća fotografija muškarca koji ranjen leži na podu.



Slika 8. Uznemirujuća fotografija (Izvor: Jutarnji.hr)

S obzirom na to da su ovakve fotografije samo iznimka, a ne pravilo, zaključujte se da je hipoteza samo djelomično potvrđena.

H3: Autori vijesti na portalu *Jutarnjeg lista* u većini slučajeva potpisani su kao redakcija.

Opravdanost navedene hipoteze provjerena je analizom autora. Uz pomoć analitičke matrice koja je korištena za analizu sadržaja ispitano je autorstvo objavljenog članka. Na pitanje je bilo moguće odgovoriti jednom od pet ponuđenih opcija. Vijest je tako mogla biti potpisana imenom i prezimenom novinara, inicijalima, potpisom redakcije, potpisom agencije od koje je preuzeta vijest, a posljednja kategorija odnosila se na kompilacijsku vijest, odnosno vijest koju potpisuje više autora.

Rezultati istraživanja pokazali su da čak 40-50% članaka objavljenih na portalu *Jutarnji.hr* imaju potpis redakcije, 30-35% potpisano je kao agencijska vijest, dok se vijesti potpisane imenom i prezimenom novinara pojavljuju u oko 20% slučajeva. S druge strane, na portalu *Vecernji.hr* 55% članaka potpisano je imenom i prezimenom novinara, dok se potpis

redakcije uočava u manje od 10% članaka. Agencije su pak izvori informacija u više od 30% članaka na portalu *Vecernji.hr*. Nastavno na iznesene podatke uviđa se da je gotovo polovica objavljenih članaka na portalu *Jutarnjeg* potpisana s *Jutarnji.hr* na temelju čega se zaključuje da je hipoteza o autorstvu na portalu *Jutarnjeg* ovim istraživanjem potvrđena.

H4: Portal *Vecernji.hr* ima puno više dubinski obrađenih tema od portala *Jutarnji.hr*.

U prethodnom potpoglavlju već je naglašeno kako je većina članaka objavljena na portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* obrađena površinski. To znači da se članak fokusirao isključivo na opis događaja, osobe ili pojave bez dodatnih činjenica koje bi temi dale dublji smisao. Šira perspektiva teme daje se u 16-20% objavljenih članaka na portalu *Jutarnji.hr*. Taj postotak nešto je veći na portalu *Vecernji.hr* i iznosi 23-28%. Riječ je ponajprije o izvještajima i kolumnama relevantnih novinara i stručnjaka koji nastoje objasniti uzroke, analizirati posljedice, ali i predvidjeti moguće scenarije vezane uz terorizam u budućnosti. Ipak, potrebno je naglasiti da unatoč tome što portal *Vecernji.hr* ima puno više dubinski obrađenih članaka, oni nisu svima dostupni s obzirom na to da se kolumne i detaljne analize smatraju *Premium sadržajem* koji je dostupan samo pretplatnicima. Svi korisnici mogu vidjeti samo dio teksta, no samo oni koji se pretplate na *Premium sadržaj* članak mogu vidjeti u cijelosti. Bez obzira na ovaj ograničavajući faktor i ova hipoteza potvrđena je analizom.

H5: *Vecernji.hr* više je orijentiran na užu, obrazovaniji krug čitatelja, dok su tekstovi objavljeni na portalu *Jutarnji.hr* razumljivi i lako shvatljivi svima.

Ova hipoteza usko je povezana s prethodnom. Istraživanjem se potvrdilo da portal *Vecernji.hr* ima znatno više dubinski obrađenih tema od portala *Jutarnji.hr*. Međutim, ono što se uočava daljnjom analizom ukazuje da su ti tekstovi često teško razumljivi prosječnom čitatelju. Termini koji se koriste u tekstovima, primjerice supermatizam, Pax Romana, modus operandi, deeskalacija itd., poznati su tek uskom krugu obrazovanih čitatelja. Osim toga, u tim tekstovima često se povlače paralele s drugim događajima u svijetu koji nisu poznati prosječnom čitatelju, primjerice, povezivanje terorističkih napada u Europi sa stanjem u Afganistanu, Siriji, Libiji itd., bez ikakvog dodatnog objašnjenja ili podsjetnika na događaje koji su obilježili navedena područja. Ponekad su cijeli pasusi pisani stilom kojeg će malo tko razumjeti. Za primjer se može uzeti članak *Večernjakovog* novinara Gorana Gerovca. U kolumni pod nazivom „Zapad nije civilizacija, nego alibi za kapital, samoubojstvo i dugo umiranje u krvavim mukama“ Gerovac daje svoj osvrt na teroristički napad u Parizu i piše: „Rat se vodi na europskim pločnicima, onim istim pločnicima koji su namočeni u kolonijalno

zlato i krv, u tu veliku europsku suprematističku poluideju koja si je uzela za pravo smatrati se boljom, zamijenivši pritom značenje riječi bolji i beskrupulozniji“. Fraze kao što su *kolonijalno zlato i krv* te *europska supermatistička poluideja* prosječni čitatelj teško će razumjeti. Zbog toga na kraju zaključujemo da je i ova hipoteza istraživanjem potvrđena.

6. ZAKLJUČAK

Nakon nekoliko terorističkih napada u Parizu (među kojima je i napad na redakciju Charlie Hebdo) o terorizmu se na hrvatskim dnevno-informativnim portalima počinje izvještavati kao nikada ranije. Napadi u Parizu, a potom i u Bruxellesu prvi su napadi u Europi koji su privukli pozornost *online* medija. Ovaj rad pokazao je na koji su način napadi popraćeni na portalima *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* dajući širu sliku terorizma u doba novih medija. Navedeni portali odabrani su za analizu na temelju podataka o posjećenosti iz kojih se može zaključiti da i jedan i drugi imaju značajan utjecaj na javno mnijenje. Podobnim za analizu čini ih i to što su oba portala *online* produžetak utjecajnih dnevnih listova, ali u različitom vlasništvu.

Rad je ukazao na glavne sličnosti i razlike kada je u pitanju izvještavanje o terorizmu na konkurentskim portalima. Analiza sadržaja dala je mogućnost da se uđe u srž teme koja je do sada bila gotovo neistražena. O terorizmu u doba novih medija počelo se pisati tek u proteklih nekoliko godina, a relevantna znanstvena istraživanja koja objašnjavaju vezu terorizma i *online* medija još se uvijek teško pronalaze.

Rezultati istraživanja pokazali su da portali u velikoj mjeri posvećuju pozornost terorizmu. O terorističkim napadima izvještavalo se iz minute u minutu, otkrivali su se detalji, pronalazili svjedoci, oplakivale su se žrtve itd. Oba analizirana portala znatno su više pozornosti pružila napadu u Parizu. Čak dvostruko više članaka objavljeno je nakon napada u Parizu u studenom 2015. godine, nego što je to bilo nakon napada u Bruxellesu u ožujku 2016. godine. Iz toga se uviđa da su mediji na ovom primjeru pokazali svoju moć filtriranja vijesti vezanih uz terorizam. Napad u Parizu bio je popraćen s mnogo više detalja koji su čitatelje intrigirali iz dana u dan dok se napad u Bruxellesu najčešće svodio na vijesti o samom događaju.

Svaki je od portala na svoj način nastojao privući, ali i zadržati čitatelja. Istraživanje je pokazalo da portal *Jutarnji.hr* u većoj mjeri poseže za senzacionalizmom, dok *Vecernji.hr* nastoji izvještavati obazrivo kako ne bi pretjerano i bespotrebno širio strah i paniku. Kada govorimo o senzacionalizmu, on se najviše uočava u naslovima i dramatičnim fotografijama koje se često objavljuju bez upozorenja o uznemirujućem sadržaju. Što se pak tiče sadržaja, on se u većini slučajeva odnosi na opis osobe ili događaja čime se ukazuje na površnost izvještavanja kada je riječ o terorizmu.

Temeljna hipoteza koja je postavljena na početku rada, a potom i potvrđena glasi: Portali *Jutarnji.hr* i *Vecernji.hr* nekritički pristupaju vijestima o terorizmu preuzimajući

članke i izjave relevantnih aktera iz stranih izvora i agencija bez dodatne provjere, a u borbi za čitanost pretjerano naglašavaju dramatične trenutke samog događaja. U 30-40% članaka vijest je preuzeta od agencije, dok je u 10-30% slučajeva vijest prepisana iz relevantnog stranog medija. Autorski članci kojima se nastoji pojasniti terorizam kao fenomen, ali i njegovi uzroci i posljedice gotovo da i ne postoje. Čak i u slučajevima kada se temi nastoji dati širi kontekst, on je teško shvatljiv zbog upotrebe termina i fraza koje su teško shvatljive prosječnom čitatelju. Osim glavne, potvrđene su, što djelomično, što u potpunosti, i sve sekundarne hipoteze.

Dodatnu dimenziju istraživanju dala je i kvantitativna analiza komentara čitatelja. Na temelju dobivenih podataka uviđa se da čitatelji angažirano reagiraju na sadržaj ostavljajući svoje mišljenje ili sud ispod članka. Posebno su komentirani članci koji govore o Hrvatima i njihovoj posrednoj ili neposrednoj vezi s terorizmom, terorističkim napadom ili terorističkom organizacijom. Primjerice, najkomentiraniji članak nakon napada u Parizu bio je članak objavljen na portalu *Vecernji.hr* dan nakon napada koji govori o tome kako je u Parizu poginuo Hrvat Milko Jozić. Zbog njegovog podrijetla mnogi su se s tragedijom poistovjetili, pa su vođeni emocijama odlučili biti barem mali dio te priče.

Na kraju se može zaključiti da se terorizmu na dnevno-informativnim portalima ne pristupa adekvatno. Informacije preuzete iz drugih izvora bez dodatnog objašnjenja „pakiraju“ se senzacionalističkim naslovima ne mareći za posljedice do kojih vodi takav način izvještavanja. Tom problemu trebalo bi se doskočiti sa više razina. Ponajprije, ne smije se zanemariti obrazovanje novinara. Osobe koje pišu o terorizmu moraju imati adekvatno znanje iz tog područja jer nekritički pristup izvor najvećeg broja pogrešaka. Osim toga, vlasnici *online* medija trebali bi shvatiti da terorizam nikako ne smije biti tema s kojom će kratkoročno izboriti bolju poziciju na tržištu. I posljednje, vrijeme je da se prakse stranih medija koje se tiču izvještavanja o terorizmu primijene i kod nas. Ne smije se zaboraviti da teroristi žive od publiciteta, a zadovolje li se navedeni uvjeti terorizam će vrlo brzo oslabjeti jer mediji više neće biti „oružje“ u njihovim rukama.

7. POPIS LITERATURE

Knjige i znanstveni članci

1. Archetti, C. (2013.) *Understanding Terrorism in the Age of Global Media: A Communication Approach*, New York, Palgrave Macmillan
2. Barović, V. (2010.) „Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama“, *Medijske studije*, 2 (3-4), str. 118-127
3. Bešker, I., Obad, O. i sur. „Istraživačko novinarstvo“, Zagreb, *Press Data*
4. Bilandžić, M. (2011.) „Terorizam u teorijama i teorijskim perspektivama“, *Društvena istraživanja Zagreb*, br. 3 (113), str 837-859
5. Bilandžić, M. (2014.) „Terorizam i restrukturiranje društvene moći“, *Polemos* 16, str. 31-49
6. Bilić, V. (2015.) „Načini učenja, online aktivnosti i ishodi odgoja net-generacije“ u: Gazdi-Alerid, T. i Rijavec, M. (ur.) *Istraživanje paradigmi djetinjstva, odgoja i obrazovanja*, Zagreb: Učiteljski fakultet, str. 593-607
7. Brautović, M. (2010.) „Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010.“, *Medianali*, 4 (8) , str. 24-42
8. Brautović, M. (2011.) *Online novinarstvo*, Školska knjiga, Zagreb
9. Bubaš, G. (2000.) „Paradoksi interneta kao komunikacijskog medija“, *Medijska istraživanja*, 6 (2), str. 5-23
10. Čerina, J. (2013.) „Važnost opreme novinskog članka za izvještavanje o problemu s minama“, u: *Zbornik radova VI. Međunarodne konferencije „Dani kriznog upravljanja“*, str. 913-923
11. Čuvalo, A. (2010.) „Osobine medijskih publika i povjerenje u medije“, *Medijske studije*, 1 (1-2), str. 40-54
12. Halimi, A. (1996.) *Kvalitativna metodologija u društvenim znanostima*, Zagreb, A.G. Matoš d.d. Samobor.
13. Herljević, Z. (2011.) „Kako zastarjelo online izdanje pretvoriti u moderan news portal-studija slučaja Vjesnik.hr“, *Medianali*, 5 (10), str. 65-92
14. Hoffman, B. (2006.) *Inside Terrorism*, New York, Columbia University Press

15. Hrnjić, Z. (2007.) „Grafička opremljenost teksta kao element vjerodostojnosti dnevnih novina“ u: Malović, Stjepan (ur.) Zbornik *Vjerodostojnost novina*, ICEJ- Sveučilišna knjižara, Zagreb
16. Ilišin, V. (2003.) „Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima“, *Medijska istraživanja*, 9 (2), str. 9-34
17. Jäger, G. (2006.) „Slikovni sustav fotografije“. U: *Znanost o slici: discipline, teme, metode*, Zagreb: Antibarbarus, str. 265-276.
18. Jakopović, H.; Mikelić Preradović, N. „Identifikacija online imidža organizacija temeljem analize sentimenta korisnički generiranog sadržaja na hrvatskim portalima“, *Medijska istraživanja*, 22 (2), str. 63-82
19. Jazić, A. (2010.) „Teroristička propaganda i uloga medija“, *MP I*, 42 (1), str. 113-135
20. Jurišić, J.; Šapit, M. (2005.) „Utjecaj terorizma na ulogu i djelovanje medija“, *Politička misao*, 42 (4), str. 115–128
21. Knieper, T. (2006.) „Komunikologija“. U: *Znanost o slici: discipline, teme, metode*. Zagreb: Antibarbarus, str. 29-39.
22. Košir, M.; Zgrabljic- Rotar, N.; Ranfl, R. (1999.) „Život s medijima: priručnik o medijskom odgoju za roditelje, nastavnike i učitelje“, Zagreb, Doron
23. Kovačević, P.; Perišin, T. (2014.) „Televizijska javna drama: Kako je 11. rujna 2001. postao 9/11“, *Politička misao*, 51 (4), str. 117-141
24. Kunczik, M.; Zipfel, A. (2006.) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb, Zaklada Friedrich Ebert
25. Kurtić, N.; Đukić, M. (2013.) „Comparative analysis of Norway terrorist attacks reporting in the Croatian and British online news media“, *Medianali*, 7 (14), str. 1-22
26. Lance Bennet, W. (2008.) „Changing Citizenship in the Digital Age“, *Civic Life Online*, str. 1-24
27. Malović, S. (2005.) „Uvod u novinarstvo“, Zagreb, *Golden marketing-Tehnička knjiga*
28. Milioni, D. L. i Vadratsikas, K. (2011) „*Their two cents worth': A content analysis of online readers' comments in mainstream news outlets*“, http://wapor.org/wp-content/uploads/2011/09/Milioni_Vadratsikas_Papa.pdf, preuzeto 15. svibnja 2017. s
28. Mujić, N.; Mikrut, M.; Legčević, J., (2012) „Uloga povjerenja u medije u informiranju i kreiranju mišljenja javnosti“, *Zbornik radova 13. Međunarodnog simpozija Kvaliteta i društvena odgovornost*, Hrvatsko društvo menadžera kvalitete, Solin, str. 487-499

29. Obad, O. (2014.) „Metode u istraživačkom novinarstvu“, u: Bešker, Inoslav, Obad, Orlanda (ur.), *Istraživačko novinarstvo*, Press Data, Zagreb
30. Obradović, Đ. (2010.) Pretvaranje ljudske tragedije u medijsku zabavu, *Medijski dijalozi*, 5 (1), str. 39-50
31. Perešin, A. (2007.) „Mass Media and Terrorism“, *Medijska istraživanja*, 13 (1): 5-22
32. Perešin, A. (2007.) „Paradigma “novoga” terorizma informacijskoga doba“, *Politička misao*, 44 (2): 93-112
33. Peruško, Z. (2011.) *Uvod u medije*, Čakovec, Jesenski i Turk Hrvatsko sociološko društvo
34. Spencer, A. (2010.) *The Tabloid Terrorist: The Predictive Construction of New Terrorism in the Media*, Basingstoke, Palgrave Macmillan
35. Stevanović, V. (2014.) *Priručnik za novinare – Osnove medijske pismenost*, Novi Sad, Stojkov
36. Tapscott, D.; Williams, A. (2011.), *The Wikinomics Way*, London, Atlantic Books
37. Theaker, A. (2009.) *Priručnik za odnose s javnošću*, Zagreb, Biblioteka HUOJ-a Print
38. Tomić, Z.; Musa, I.; Primorac, M. (2012.) „Terorističke organizacije kao akteri političke komunikacije“, *Medianali*, 6 (11), str. 31-50
39. Wilkinson, P. (1997.) „The Media and Terrorism: A Reassessment“, u *Terrorism and political violence*, no. 9, str. 51-64
40. Wilkinson, P. (2002.) *Terorizam protiv demokracije – odgovor liberalne države*, Zagreb, Golden Marketing
41. Zgrabljic-Rotar, N. (2005.) „Mediji – medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji“, ur. N. Zgrabljic-Rotar, *Medijska pismenost i civilno društvo*, Sarajevo, MediaCentar, str. 1-15
42. Walsh, J. (2016.) *Moral panics by design: The case of terrorism*, Current Sociology, http://www.academia.edu/23105781/Moral_panics_by_design_The_case_of_terrorism, stranica posjećena 16. travnja 2017.
43. Morris, M., Ogan, C. (1996.) *The Internet as Mass Medium*, Journal of Computer-Mediated Communication 1(4), <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.1996.tb00174.x/full>, stranica posjećena 10. travnja 2017.

Novinski članci

1. „Brussels explosions: What we know about airport and metro attacks“ (2016.), BBC News, <http://www.bbc.com/news/world-europe-35869985>, datum objave 9. travnja 2016.
2. Bolton, D. (2015) *Paris attack victims: All 129 people killed in terrorist attacks identified by French government*, Independent, <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/paris-attack-victims-list-french-government-identifies-all-129-people-killed-in-paris-terrorist-a6739116.html>, posjećeno 15. lipnja 2017.
3. Bolton, D. (2015.) *Paris attack victims: All 129 people killed in terrorist attacks identified by French government*, Independent, <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/paris-attack-victims-list-french-government-identifies-all-129-people-killed-in-paris-terrorist-a6739116.html>, datum objave: 18. studenog 2015.
4. *Brussels explosions: What we know about airport and metro attacks*, BBC News, <http://www.bbc.com/news/world-europe-35869985>, posjećeno 17. lipnja 2017.
5. Flood, R. (2016.) *Four more die from Brussels terror attacks injuries raising death toll to 35*, Express.uk, <http://www.express.co.uk/news/uk/656161/Brussels-death-toll-rises-to-35>, datum objave: 28. ožujka 2016.
6. Foster, A. (2017.) *Terror attacks timeline: From Paris and Brussels terror to most recent attacks in Europe*, Express.co.uk, <http://www.express.co.uk/news/world/693421/Terror-attacks-timeline-France-Brussels-Europe-ISIS-killings-Germany-dates-terrorism>, datum objave 18. kolovoza 2017.
7. Gerovac, G. (2015.) „Zapad nije civilizacija, nego alibi za kapital, samoubojstvo i dugo umiranje u krvavim mukama“, *Vecernji.hr*, 22. studenog 2015, <https://m.Vecernji.hr/premium/zapad-nije-civilizacija-nego-alibi-za-kapital-samoubojstvo-i-dugo-umiranje-u-krvavim-mukama-1039173>, pristupljeno 15. srpnja 2017.
8. *Internet pobijedio TV* (2016.), Poslovni dnevnik, <http://www.poslovni.hr/tehnologija/internet-pobijedio-tv-311605> (stranica posjećena 7.7.2016.)
9. Juratović, J. (2016.) *Teroristi i desnica vraćaju Europu prema ksenofobiji i nacionalizmu*, *Vecernji.hr*, <https://www.Vecernji.hr/premium/teroristi-i-desnica-vracaju-europu-prema-ksenofobiji-i-nacionalizmu-1072965>, datum objave: 2. travnja 2016.

10. Juratović, J. (2017) *Teroristi i desnica vraćaju Europu prema ksenofobiji i nacionalizmu*, *Vecernji.hr*, <https://www.Vecernji.hr/premium/teroristi-i-desnica-vracaju-europu-prema-ksenofobiji-i-nacionalizmu-1072965>, posjećeno 17. lipnja 2017.
11. Markas, D. (2016.) *Večernji list i u digitalnom svijetu prvi s inovacijama*, *Vecernji.hr*, <https://www.Vecernji.hr/vijesti/vecernji-list-i-u-digitalnom-svijetu-prvi-s-inovacijama-1096172> (datum objave: 1. srpnja 2016.)
12. McCants, W. (2015) *Why Did ISIS Attack Paris?*, *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/11/isis-paris-attack-why/416277/>, posjećeno 15. lipnja 2017.
13. McCants, W. (2016.) *Why Did ISIS Attack Paris?*, *The Atlantic*, <https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/11/isis-paris-attack-why/416277/>, datum objave: 16. studenog 2015.
14. Millison, D. (1999.) "Online Journalism FAQ", http://academic.udayton.edu/cmm330/Topics/9_Lectures&Guides/WebWriting/OnlineJrnFAQ.htm, pristupljeno 3. srpnja 2017.
15. Nežirović, V. (2016.) '*ZAR VAM SMETA TO ŠTO VJERUJEM U BOGA?*' *Marijana Petir odgovara na zgrožene komentare nakon njezine prve objave o napadu na Bruxelles*, *Jutarnji.hr*, <http://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/zar-vam-smeta-to-sto-vjerujem-u-boga-marijana-petir-odgovara-na-zgrozene-komentare-nakon-njezine-prve-objave-o-napadu-na-bruxelles/35014/>, (datum objave: 22. ožujka 2016.)
16. *OTVORENA PALJBA NA ULICAMA BRUXELLESA* *Policija ranila muškarca s torbom punom eksploziva koji je držao taoce* (2016.), *Jutarnji.hr*, <http://www.Jutarnji.hr/vijesti/svijet/foto-otvorena-paljba-na-ulicama-bruxellesa-policija-ranila-muskarca-s-torbom-punom-eksploziva-koji-je-drzao-taoce/36544/>, (posjećeno: 7. travnja 2017.)
17. *PROCURILA NOVA VOJNA STRATEGIJA ZAPADA 'Ovo je naš ratni plan, evo kako ćemo totalno skršiti Islamsku državu!'*, (2015.), *Jutarnji.hr*, <http://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/procurila-nova-vojna-strategija-zapada-ovo-je-nas-ratni-plan-evo-kako-cemo-totalno-skršiti-islamsku-drzavu/189049/>, (posjećeno 7. travnja 2017.)
18. Quinn, B., Cowburn, A. (2016) *Paris terror attacks suspect Salah Abdeslam arrested in Brussels – live*, *The Guardian*,

- <https://www.theguardian.com/world/live/2016/mar/18/paris-terror-attacks-suspect-salah-abdeslam-arrested-in-brussels-live>, posjećeno 15. lipnja 2017.
19. Quinn, B.; Cowburn A. (2016.) Paris terror attacks suspect Salah Abdeslam arrested in Brussels, The Guardian, <https://www.theguardian.com/world/live/2016/mar/18/paris-terror-attacks-suspect-salah-abdeslam-arrested-in-brussels-live> , datum objave: 18. ožujka 2016.
20. *Stigli podaci za veljaču, Jutarnji.hr uvjerljivo najčitaniji u Hrvatskoj! Više od 1,3 milijuna posjetitelja i više od 34 milijuna posjeta!*, 2017., Jutarnji.hr, <http://www.Jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/stigli-podaci-za-veljacu-Jutarnjih-uvjerljivo-najcitani-ji-u-hrvatskoj-vise-od-13-milijuna-posjetitelja-i-vise-od-34-milijuna-posjeta/5711035/>, posjećeno 20. rujna 2017.
21. *Terrorism: Language when Reporting Terrorism* (2005.), BBC, <http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/terrorism-language>, (stranica posjećena: 17. svibnja 2016.)
22. *TURCI 'Francuzi, stiže vam džihadist koji planira teroristički napad!'; PARIZ 'Hvala, ali takve informacije nam stižu svaki dan...'*, (2015.), Jutarnji.hr, <http://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/turci-francuzi-stize-vam-dzihadist-koji-planira-teroristicki-napad-pariz-hvala-ali-takve-informacije-nam-stizu-svaki-dan.../186994/>, (posjećeno 7. travnja 2017.)
23. *U Parizu poginuo Hrvat Milko Jozić iz Belgije! Izvor iz grčke Vlade: I drugi terorist je vjerojatno u Europu ušao preko Grčke*, (2015.), Vecernji.hr, <https://www.vecernji.hr/vijesti/sedmorica-terorista-su-se-raznijeli-jos-jedan-ubijen-najmanje-120-poginulih-na-vise-lokacija-u-gradu-hollande-zatvorio-granice-borit-cemo-se-i-bit-cemo-nemilosrdni-1037473>, posjećeno 8. srpnja 2017.
24. *UŽAS U BRUXELLESU: KOŠARKAŠ ZAVRŠIO U LOKVI KRVI NAKON TERORISTIČKOG NAPADA Bivši klub otkrio njegov identitet*, (2016.), Jutarnji.hr, <http://www.jutarnji.hr/sport/kosarka/uzas-u-bruxellesu-kosarkas-zavrsio-u-lokvi-krvi-nakon-teroristickog-napada-bivsi-klub-otkrio-njegov-identitet/35020/>, pristupljeno 20. rujna 2017., pristupljeno 10. srpnja 2017.

8. PRILOZI

8.1. Popis grafikona

Grafikon 1. Postotak objava prema analiziranim medijima.....	37
Grafikon 2. Vremenski period objave članka.....	38
Grafikon 3. Veličina članka (izražena brojem riječi)	39
Grafikon 4. Novinarske vrste.....	40
Grafikon 5. Broj fotografija uz članak.....	42
Grafikon 6. Uloga fotografije u članku.....	43
Grafikon 7. Video prilozi u članku.....	44
Grafikon 8. Kategorizacija članka po rubrikama.....	45
Grafikon 9. Veza između naslova i teksta članka.....	46
Grafikon 10. Tema članka.....	48
Grafikon 11. Pristup obrade teme.....	49
Grafikon 12. Način obrade teme.....	50
Grafikon 13. Dubina obrade teme članka.....	52
Grafikon 14. Glavni predmet članka.....	53
Grafikon 15. Teritorijalna orijentiranost članka.....	54
Grafikon 16. Orijetiranost na čitatelje	55
Grafikon 17. Izvor iznesenih informacija.....	56
Grafikon 18. Autorstvo teksta.....	57
Grafikon 19. Izraženost vrijednosnog suda.....	58
Grafikon 20. Vrsta vrijednosnog osuda.....	59
Grafikon 21. Intervali komentara vezanih uz članke	60

Grafikon 22. Raspodjela komentara nakon napada u Parizu (Izvor: VoxPopuli.hr)	61
Grafikon 23. Raspodjela komentara nakon napada u Bruxellesu (Izvor: VoxPopuli.hr)	62

8.2. Popis slika

Slika 1. Senzacionalizam u naslovu na portalu Vecernji.hr (Izvor: Vecernji.hr).....	51
Slika 2. Primjer br. 1 senzacionalističkog naslova nakon napada u Pariz na Jutarnjem (Izvor: Jutarnji.hr).....	51
Slika 3. Primjer br.2 senzacionalističkog naslova nakon napada u Pariz na Jutarnjem (Izvor: Jutarnji.hr)	51
Slika 4. Primjer senzacionalističkog naslova nakon napada u Bruxellesu	52
Slika 5. Primjer br.1 Povezanost terorističkog napada s hrvatskom državljankom (Izvor: Jutarnji.hr)	54
Slika 6. Primjer br. 2 Veza terorističkog napada u Parizu i Hrvatske (Izvor: Vecernji.hr).....	55
Slika 7. Primjer br. 3 Veza terorističkog napada u Parizu i Hrvatske (Izvor: Jutarnji.hr).....	55

8.3. Analitička matrica

1. Na kojem je portalu članak objavljen?

- 1) *Jutarnji.hr*
- 2) *Vecernji.hr*

2. Kada je članak objavljen?

- 1) neposredno nakon napada
- 2) 1-2 dana nakon napada
- 3) 3-5 dana nakon napada
- 5) 5-7 dana nakon napada
- 6) više od tjedan dana nakon napada

3. Veličina članka (broj riječi)

- 1) do 100 riječi
- 2) 100-500 riječi
- 3) 500-1000 riječi
- 4) više od 1000 riječi

4. Novinarske vrste:

- 1) vijest
- 2) izvještaj
- 3) reportaža
- 4) komentar
- 5) intervju
- 6) osvrt
- 7) drugi format _____

5. Broj fotografija uz članak:

- 1) nema fotografija
- 2) jedna fotografija
- 3) više fotografija

6. Koja je uloga fotografije u članku?

- 1) informira
- 2) ilustrira
- 3) manipulira
- 4) ne može se odrediti

7. Broj video priloga uz članak:

- 1) nema video priloga
- 2) jedan video prilog
- 3) više video priloga

8. Veza između naslova i teksta članka:

- 1) naslov odgovara tekstu
- 2) naslov ne odgovara tekstu, ono što se spominje u naslovu ne može se naći u tekstu
- 3) naslov je izvučen iz kontekstna

9. Tema članka:

- 1) sam teroristički čin
- 2) članovi terorističke organizacije
- 3) posljedice terorističkog napada
- 4) uzrok terorističkog napada
- 5) utjecaj terorizma na geopolitiku
- 6) sigurnost građana u EU

7) sigurnost građana u Hrvatskoj

8) ostalo

10. Pristup temi:

1) jednostran, zastupljena je samo jedna strana

2) zastupljene su sve strane podjednako

3) više zastupljenih strana, ali jedna dominira

4) ne može se odrediti

11. Način obrade teme:

1) u skladu s novinarskom etikom

2) senzacionalistički (iznose se pretjerane činjenice, podaci bez uporišta i sl.), pretjeruje se i u tekstu i u opremi

3) tema je obrađena odmjereno, ali je oprema teksta senzacionalistička

4) tekst je senzacionalistički, ali je oprema umjerena i u skladu s novinarskom etikom

5) ne može se podrediti

12. Dubina obrade teme:

1) tema je obrađena površinski (opis događaja ili osobe)

2) tema je obrađena dubinski (ulazi u uzroke problema, predviđa posljedice, daje širi kontekst)

3) ne može se odrediti (pr. reakcije na napad)

13. Glavni predmet članka:

1) ne može se odrediti

2) događaj

3) osoba

4) pojava, proces (terorizam kao pojava)

5) ostalo

6) ravnopravno zastupljeno više elemenata

14. Teritorijalna orijentiranost članka:

- 1) ne može se odrediti
- 2) pretežno se odnosi na domaće događaje, pojave, osobe i sl.
- 3) pretežno se odnosi na međunarodne događaje, pojave i osobe
- 4) podjednako se odnosi na domaće i strane događaje, pojave i osobe

15. Orijetiranost na čitatelje:

- 1) ne može se odrediti
- 2) članak je pretežno usmjeren na uži (stručniji, specifično orijetiran i obrazovani) dio čitatelja
- 3) članak je pretežno orijetiran na širi krug publike

16. Članak se nalazi u:

- 1) rubrici vijesti iz svijeta
- 2) rubrici showbiz
- 3) rubrici Hrvatska/ novosti
- 4) drugoj rubrici, navedi kojoj _____
- 5) rubrici sport

17. Izvor iznesenih informacija:

- 1) vijest je originalni sadržaj medija koji ga je objavio
- 2) članak je prenesen iz drugog medija uz naveden izvor
- 3) članak je prenesen iz drugog medija bez navođenja izvora
- 4) agencijska vijest
- 5) redakcijska vijest
- 6) kompilacijska vijest

7) vijest je sastavljena od objave na društvenim mrežama

18. Izraženost vrijednosnog suda u članku:

- 1) nema vrijednosnog suda (članak je objektivn, zadržava se na činjenicama)
- 2) dominira povoljan odnos prema predmetu napisa
- 3) dominira nepovoljan odnos (kritika, osuda, prozivka, ismijavanje)
- 4) podjednako je zastupljen i povoljan i nepovoljan odnos prema predmetu napisa
- 5) ne može se odrediti

19. Izraženost vrijednosnog suda:

- 1) ne može se odrediti, nema vrijednosnog suda
- 2) eksplicitan (očigledan, jasno verbalno formuliran)
- 3) implicitan („između redaka“) kritički odnos

21. Autor teksta:

- 1) potpisan imenom i prezimenom
- 2) inicijali autora
- 3) potpis redakcije
- 4) agencija
- 5) kompilacijska vijest (više autora ili potpis redakcije i agencije)

22. Broj komentara ispod članaka:

- 1) bez komentara
- 2) 1-10
- 3) 10-50
- 4) 50-100
- 5) više od 100