

Medijsko izvještavanje u kriznim događajima: potresi na Banovini

Jakop, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:875485>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-24**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Lucija Jakop

**MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE U KRIZNIM
DOGAĐAJIMA: POTRESI NA BANOVINI**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2022.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

DIPLOMSKI RAD

**MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE U KRIZNIM
DOGAĐAJIMA: POTRESI NA BANOVINI**

Studentica: Lucija Jakop

Mentorica: doc. dr. sc. Jelena Jurišić

Zagreb, rujan 2022.

SAŽETAK

Masovni mediji uključeni su u svakodnevni život građana. Njihova zadaća očituje se u istinitom i pravovremenom informiranju građana uz pridržavanje etičkih načela, posebice kada je riječ o kriznim događajima. Ipak, nije novost kako mediji krše neke od osnovnih ljudskih prava te etičkih načela i uključuju senzacionalističke elemente u svoja izvještavanja. Potres je elementarna nepogoda koju je gotovo nemoguće predvidjeti i kontrolirati, stoga je važno obratiti pozornost na način obrade i izvještavanja o toj temi. Primat u ovom slučaju ima televizija, pošto ima moć snažnog utjecaja na emocije publike sa slikama i kadrovima pogođenog područja. Kako se građane ne bi dodatno zastrašivalo, televizijske kuće moraju pomno birati sadržaj koji će prikazivati na ekranima. Uz televiziju, veliki utjecaj na građane imaju i dnevne novine. Posebice, kada se naslovna strana posvećuje tragičnim događajima, kojih je u slučaju potresa na Banovini bilo podosta – mnoge obitelji izgubile su svoje domove, a neki su izgubili čak i život. Cilj ovog rada bio je istražiti na koji način su televizijske kuće i dnevne novine izvještavale o potresu te kojim je elementima bila posvećena najveća pažnja. Analiza sadržaja obuhvatila je središnje informativne emisije javne televizije HRT i komercijalne televizije RTL, te naslovne strane i broj članaka povezanih sa potresom u dnevnim novinama *Jutarnji list* i *Večernji list*. Rezultati istraživanja pokazali su da mediji ostvaruju svoju primarnu funkciju istinitog i uravnoteženog izvještavanja. Nisu koristili senzacionalističke elemente, niti su širili paniku i strah ili manipulirali javnosti, već su pružali informacije o načinima pomoći potresom pogođenog područja.

Ključne riječi: krizna komunikacija, masovni mediji, potres

SUMMARY

The mass media are included in the everyday lives of the citizens. Their task is manifested in providing true and timely information to citizens while adhering to ethical principles, especially when it comes to crisis events. However, it is not new that the media violates some of the basic human rights and ethical principles and includes sensationalist elements in their reports. An earthquake is a natural calamity that is almost impossible to predict and control, therefore it is important to pay attention to the way the topic is being processed and reported. Television has primacy in this case, as it has the power to strongly influence the emotions of the audience with images and shots of the affected area. In order to not further intimidate citizens, television companies must carefully choose the content they will show on their screens. Alongside the television, daily newspapers also have a great influence on citizens. Oftentimes the front page is devoted to tragic events and in case of earthquakes in Banovina there were many suchlike articles – many families lost their homes, and some even lost their lives. The aim of this paper was to investigate how television stations and daily newspapers reported on the earthquake and which elements received the most attention. The analysis of the content covered the main information programs of the public television HRT and commercial television RTL, as well as the front pages and number of articles related to the earthquake in the daily newspapers Jutarnji list and Večernji list. The research results showed that the media fulfilled their primary function of truthful and balanced reporting. They did not use sensationalist elements, nor did they spread panic and fear or manipulate the public, but provided information on ways how to help the earthquake-affected area.

Key words: crisis communication, mass media, earthquake

SADRŽAJ

1. UVOD.....	2
1.1 Predmet rada	2
1.2 Cilj i metode istraživanja.....	3
1.3 Struktura rada.....	4
1.4 Pregled literature	5
2. ULOGA MEDIJA U DRUŠTVU.....	7
2.1 Funkcije medija.....	7
2.2 Novinarska etika i profesionalni standardi medijskog izvještavanja	9
2.2.1 Novinarska etika.....	10
2.2.2 Etički kodeksi medija.....	13
2.2.3 Zakonske odrednice	14
3. KRIZNO KOMUNICIRANJE MEDIJA	16
3.1 Definiranje krize	16
3.2 Medijsko izvještavanje o krizama.....	17
4. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA SLIČNA OVOJ TEMI.....	19
4.1 Televizijske vijesti: u potrazi za vrijednostima	19
4.2 Uloga tiskanih medija u priopćavanju rizika od potresa: informacije dostupne u turskim novinama između 1996. i 2014. godine	19
4.3 Izvještavanje tradicionalni i društvenih medija te dobrotvornih pomoći nakon potresa na Haitiju 2010. godine.....	20
4.4 Kako su mediji izvještavali o Velikom potresu u istočnom Japanu? Traženje objektivnosti i emocionalnosti u japanskom medijskom izvještavanju	21
4.5. Novinarska etičnost pod pritiskom interesnih skupina	22
5. MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE O POTRESU NA BANOVINI	24
5.1 Uvod u istraživanje	24

5.2 Ciljevi i hipoteze istraživanja	25
5.3 Znanstveno istraživačke metode rada	26
5.4 Uzorak	27
5.5 Rezultati istraživanja.....	29
5.5.1 Analiza novinskih priloga	29
5.5.1.1 Naslovi priloga.....	31
5.5.1.2 Grafička opremljenost naslovnih stranica.....	34
5.5.1.3 Uloga fotografija.....	35
5.5.2 Izveštavanje o potresu na Banovini RTL i HRT televizije	39
5.5.2.1 Utjecaj na građane.....	41
6. RASPRAVA	45
7. ZAKLJUČAK	48
8. LITERATURA.....	51
9. PRILOZI	55

1. UVOD

Pandemija, *lockdown* i potres u Zagrebu obilježili su 2020. godinu u našoj zemlji. Te su teme bile u centru pozornosti u medijima, javnoj raspravi te u privatnoj komunikaciji sa suradnicima, prijateljima i obitelji. Ipak, 2020. godina najviše će se pamtiti po svom zadnjem mjesecu. Jutro 28. prosinca za sve stanovnike Banovine, ali i ostatka države još će dugo ostati u pamćenju i sjećanju kao dan kada su se njihovi životi promijenili. „U ponedjeljak 28. prosinca 2020. u 6:28 [...] potresom magnitude 5.0 započela je serija potresa, u kojoj je dan kasnije, 29. prosinca 2020. godine u 12 sati i 19 minuta okolicu Petrinje pogodio razoran potres magnitude 6.2 prema Richteru [...]“, navedeno je na stranicama Seizmološke službe (2022). Razoran potres najjačeg udara koji se osjetio diljem Hrvatske te u okolnim zemljama, jedan je od dva najjača instrumentalno zabilježena potresa u Republici Hrvatskoj u posljednjih 113 godina (Seizmološka služba, 2022a). Nakon tog nezaboravnog potresa, uslijedio je niz blažih podrhtavanja koja traju i dvije godine nakon. Jačini potresa iz prosinca svjedoče razrušene ulice, kuće, spomenici te izgubljeni životi. Osim što je velik broj obitelji ostao bez krova nad glavom i posla, neki su, preko noći, ostali i bez svojih članova. Taj nezapamćen događaj odmah je postao centrom medijske pozornosti. Televizijske kuće i dnevni tisak svakodnevno su izvještavali o razmjerima štete uzrokovane potresom te poteškoćama s kojima su se susreli tadašnji građani pogođenog područja.

1.1 Predmet rada

Masovni mediji uključeni su u svakodnevni život građana, prodiru u sve društvene aspekte te omogućavaju lakšu komunikaciju i prijenos informacija neovisno o prostornoj i/ili vremenskoj udaljenosti. Ipak, nakon tog kriznog događaja, hrvatski mediji kao da nisu imali drugih vijesti osim onih vezanih za potresom pogođena područja. Samim time vidljiv je današnji monopol koji mediji imaju nad informacijama te načinima kako i kada ih prezentirati javnosti. Katastrofe uvijek bude znatiželju u javnosti, a mediji su ovdje kako bi građanima pružili ono što žele. Ipak, izvještavanju o kriznim situacijama potrebno je pristupati s oprezom kako se nijedna strana ne bi osjećala napadnuto, uznemireno ili ugroženo. Zbog toga postoje brojne smjernice koje mediji moraju pratiti i pridržavati ih se, s ciljem da izvještavanje o ovakvim delikatnim događajima bude što bezbolnije za sve aktere i javnosti koje su pogođene

događajem. Time se postavlja pitanje kakva je krizna komunikacija hrvatskih medija? Odnosno, pridržavaju li se etičkih pravila i normi svoje struke.

Krizne situacije, poput potresa, imaju kolateralne posljedice za građane, institucije, države te čitavo okruženje koje je zahvaćeno kriznim događajem (Plenković, 2015: 114). Odnosno, krizna situacija ne odnosi se isključivo na građane potresom pogođenog područja, već utječe i na politiku, cijelu državu, pitanje sigurnosti i ostatak javnosti. Stoga, masovni mediji moraju biti iznimno oprezni kod izvještavanja u takvim situacijama. U cilju im mora biti stvoriti zajedništvo i pružiti pomoć građanima, a ne usaditi dodatan strah i paniku među stanovništvom.

Važnost ovog istraživanja očituje se i u činjenici što masovni mediji imaju ključnu ulogu u kriznim situacijama jer oni dolaze do svih građana te imaju mogućnost kontroliranja i utjecanja na javno mnijenje. Sreedharan, Thorsen i Sharma (2019: 61) također napominju integralnu ulogu medija u upravljanju katastrofama i podizanju svijesti javnosti o ublažavanju rizika. Nastavno dodaju kako bi novinari trebali proizvoditi, objavljivati i emitirati programe podizanja svijesti o svim vrstama katastrofa, što bi rezultiralo promicanjem razumijevanja zašto i kako su se takvi događaji dogodili te kako najbolje odgovoriti na takve događaje s ciljem što manjeg gubitka, bilo imovinskog ili ljudskog.

1.2 Cilj i metode istraživanja

Ovim istraživanjem željelo se utvrditi u kojoj se mjeri novinari televizijskih kuća i dnevnog tiska ponašaju profesionalno i odgovorno prilikom izvještavanja u kriznim situacijama, konkretno na primjeru potresa na Banovini. Cilj ovog rada bio je istražiti na koji način te koliko su kvalitetno televizija i dnevne novine izvještavale o potresu te kojim elementima je bila posvećena najveća pažnja, odnosno u kojoj se mjeri poštuju etička načela profesije.

Istraživanje je podijeljeno na dva veća dijela – teorijski i praktični – koji zajedno tvore cjelinu za bolje shvaćanje kriznog izvještavanja na primjeru potresa na Banovini, a provodilo kvalitativnom i kvantitativnom metodom analize sadržaja. Sveukupno je analizirano 279 priloga dnevnih novina *Jutarnjeg lista* i *Večernjeg lista* te 63 priloga televizijskih kuća HRT i RTL. U analizu su ušli isključivo prilozi koji se tiču potresa na Banovini, drugim riječima nisu

se analizirali oni prilozi koji sadrže zagrebački potres ili posljedice potresa na Banovini u ostalim dijelovima Republike Hrvatske.

1.3 Struktura rada

Kao što je već navedeno, ovaj rad podijeljen je na dva veća dijela, od čega se prvi dio odnosi na teorijske perspektive koje su potrebne za pravilno razumijevanje dobivenih rezultata.

Uvodom se ulazi u problematiku teme te se opisuje kada je potres zabilježen i kakav učinak krizne situacije imaju na medije i njihovo izvještavanje. Nadalje se prezentiraju ciljevi i hipoteze istraživanja koje će analizom biti potvrđene ili opovrgnute.

Nakon uvoda slijedi poglavlje o ulozi medija u društvu gdje su navedene funkcije medija prema raznim autorima, definirana je novinarska etika te su navedeni profesionalni standardi medijskog izvještavanja. Uz profesionalne standarde struke, opisani su i etički kodeksi te zakonske odrednice vezane za novinare i profesiju općenito.

Nastavno slijedi poglavlje o kriznom komuniciranju medija. U navedenom poglavlju definiran je pojam krize te je opisano na koji način informacije kruže u uredništvu i kako se mediji ponašaju tokom katastrofa.

Nakon definiranja osnovnih pojmova, prelazi se na dosadašnja istraživanja koja su slična temi ovoga rada. Pomoću istraživanja stranih medija možemo zaključiti postoji li razlika kod izvještavanja u vrijeme krize. Odnosno pridržavaju li se svi mediji, neovisno o državnim granicama, postulata svoje struke, te koja se (ako se) i u kojoj mjeri etička načela krše.

Drugi, praktični dio, provedenom analizom sadržaja potvrditi će ili opovrgnuti glavnu hipotezu: Hrvatske dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list*, te televizijske kuće RTL i HRT nisu izvještavali profesionalno i u skladu etičkih normi o potresu na Banovini.

U istraživanju su predstavljeni ciljevi i hipoteze te metodologija rada. Uzorak istraživanja odnosi se na razdoblje od 28.12.2020. do 28.1.2021. godine, a analiziralo se kako su dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list* te televizijske kuće HRT i RTL izvještavali o potresu na Banovini. Korištena jedinica analize je novinski članak, odnosno televizijski prilog.

Analizom sadržaja dobiveni su rezultati koji se u sljedećem poglavlju obrađuju te završavaju raspravom. U raspravi su navedene sve hipoteze te su predstavljeni razlozi zbog kojih su one opovrgnute, odnosno potvrđene.

Posljednje poglavlje je zaključak u kojem su objedinjena sva razmišljanja o rezultatima provedenog istraživanja te su dane moguće smjernice za daljnja istraživanja na ovu temu.

1.4 Pregled literature

Literatura korištena u ovom radu sastoji se od knjiga, stručnih članaka, internetskih izvora te zakona. Za prvi dio rada značajne su bile knjige „Deontologija medija“ Jean-Claude Bertanda, „Etika novinarstva“ Stjepana Malovića te „Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima“ Božidara Novaka. Navedene knjige uvelike su pridonijele teorijskoj podlozi koja je potrebna za pravilno razumijevanje ovog istraživanja.

O medijima i njihovim funkcijama najviše je preuzeto iz stručnog članka Daniele Jurčić „Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj“. Potrebno je izdvojiti i Dunju Majstorović s njenim izlaganjem „Etički prijepori i vjerodostojnost dnevnih novina“ te Stjepana Malovića, Sherry Ricchiardi i Gordanu Vilović s knjigom „Etika novinarstva“ koji su upotpunili poglavlje o etičkom ponašanju te kodeksima novinara.

U svrhu istraživanja koristile su se smjernice iz rada „Disaster Journalism“ (2019: 35-36) koje se odnose na to kako izvještavati prije, tijekom i poslije katastrofe. Međutim, za potrebe ovoga rada dovoljne su samo one koje govore o medijskom izvještavanju za vrijeme i poslije katastrofe, odnosno potresa na Banovini. Prema Sreedharan, Thorsen i Sharma (2019: 36), mediji tijekom katastrofe moraju:

- Pružati pravovremene i činjenične informacije široj javnosti;
- Informirati javnosti o potezima koje moraju odmah poduzeti;
- Obavijestiti građane o potezima koje je poduzela Vlada;
- Informirati javnosti i političara o situaciji marginaliziranih i isključenih zajednica;
- Olakšati komunikaciju pogođenih zajednica s njihovim obiteljima, rodbinom i prijateljima;
- Naglašavati probleme koji utječu na ljude;

- Širiti informacije o mogućim rizicima i prijetnjama nakon katastrofe;
- Nadzirati spašavanje i provođenje pomoći potrebitima;
- Obavještavati pružatelja pomoći o onima kojima je pomoć potrebna.

Mediji i nakon katastrofe imaju važnu ulogu te su obavezni:

- Pružati informacije o raznim vrstama pomoći, udrugama ili organizacijama koje pružaju pomoć;
- Pružiti informaciju o radnicima humanitarne pomoći putem lokalnih medija, posebno zajednice radio stanice, o specifičnim lokalnim potrebama pogođenih ljudi;
- Pružiti priliku preživjelima da razmjene informacije i iskustva, zabrinutosti u vezi s katastrofom;
- Koordinirati između organizacija koje pružaju pomoć i pogođene zajednice;
- Pomoći humanitarnim organizacijama pronaći ljude kojima je potrebna pomoć;
- Nuditi konstruktivnu raspravu i kritičko izvještavanje kako bi motivirali organizacije da poboljšaju djelovanje.

2. ULOGA MEDIJA U DRUŠTVU

Masovni mediji bave se različitim problemima, pitanjima i procesima u društvu, no u fokusu im je uvijek građanstvo. Najčešće ih se određuje kao sredstvo komuniciranja. Oni su odraz društvenih odnosa, odnosno prema riječima teoretičara, mediji preuzimaju oblik i kolorit socijalnih i političkih struktura u koje su uključene (Dulčić, 2014: 89). Za kvalitetnije i lakše razumijevanje ovog istraživanja, u ovom dijelu rada prikazane su funkcije masovnih medija u društvu te etičke smjernice i pravila izvještavanja u novinarstvu.

2.1 Funkcije medija

Mediji imaju mnogo funkcija. Nisu samo posrednici između prijenosa poruke i krajnjeg primatelja (građana), iako im je to primarna zadaća. Mediji su sredstvo kojim se ostvaruje komunikacija te informiraju javnost o svim relativno važnim temama za društvenu zajednicu u cilju ispravnog formiranja javnog mišljenja građana (Jurčić, 2017: 128). Različiti autori pisali su o funkcijama medija, a u nastavku slijedi primjer nekoliko njih.

Rus-Mol i Zagorac-Krešer (2005 prema: Juričić, 2017: 130) najvažnijim funkcijama medija smatraju sljedeće:

- Informacija – povećanje opće informiranosti građana i davanje kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice;
- Artikulacija – oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opažati;
- Agenda Setting – uspostavljanje prioriteta u tretmanu društvenih tema te stavljanje istih na mjesta gdje se oni trebaju riješiti;
- Kritika i kontrola – omogućiti da se ništa ne sakrije od javnosti, nadzirati vlast, politiku, biznis i sve javne nositelje ovlasti;
- Zabava – [pružiti javnosti razonodu i informacije te priloge za koje ne moraju razmišljati, već se opustiti i zabaviti];
- Obrazovanje – mediji su sve više u službi educiranja jer uporabom medija stječemo mnoga opća znanja; oni mogu imati poseban obrazovni karakter preko specijaliziranih edukativnih programa koji se bave znanošću, istraživanjem i popularizacijom;

- Socijalizacija i vodstvo;
- Integracija – mediji na mnoge načine spajaju ljude, kulture, ideje, vjere i sl.

Nadalje o funkcijama masovnih medija piše i Tena Martinić (1994 prema: Jurčić, 2017: 131) u svojoj knjizi „Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija“, a navodi funkcije:

- Informacijska funkcija – prema autorici je ta funkcija najvažnija jer je međuovisnost širih društvenih zajednica daleko veća nego prije, a pojedinac je ovisniji o okolini zbog svoga ograničenog dijapazona;
- Seleksijska i interpretacijska funkcija – omogućuje stjecanje svijesti o zajedničkim problemima te doprinosi koheziji zajednice;
- Eksplikacijska funkcija – služi za uspostavljanje i održavanje kolektivne svijesti, a na osobnoj razini njome se postiže integracija pojedinca u zajedničku akciju;
- Obrazovna funkcija – kulturni se sadržaji prenose s jedne generacije na drugu, povećava se društvena kohezija, proširuju se društvene norme, nastavlja se socijalizacija;
- Zabavljačka funkcija – opuštanje svojstveno kolektivu i pojedincu;
- Estetska funkcija – mediji se svojim oblikovnim mogućnostima nameću kao novi umjetnički izraz.

Jean-Claude Bertrand (2007: 18-19) navodi šest kategorija funkcija koje su mediji dužni pružati javnosti. Na prvom mjestu navodi promatranje okoline, pošto su mediji sposobni pružiti nam brzo i potpuno izvješće o onome što se događa oko nas, a njihova je uloga dobiti informaciju, pročistiti je i protumačiti, te pustiti u optjecaj. Slijedi osiguravanje društvene komunikacije jer su mediji forum na kojem se odvijaju rasprave, pojedince povezuju s grupom, grupe ujedinjuju u naciju te pridonose međunarodnoj suradnji. Treća kategorija je pružiti sliku svijeta pošto većina stvari koje znamo potječe upravo iz medija. Bertrand nastavlja sa kategorijom prenošenja kulture navodeći kako su mediji preuzeli ulogu obitelji i škola u prenošenju nasljeđa, tradicija i vrijednosti. Peta kategorija naziva se pridonositi sreći, a odnosi se na zabavljačku funkciju medija koja se vrlo učinkovito kombinira sa svima ostalima. Posljednja kategorija je postići da se kupuje pošto su mediji glavni vektori reklame, njihov je cilj privući određenu publiku kako bi je prodali oglašivačima.

Svaki teoretičar ima svoje stavove o funkcijama medija, iako se u većini slučajeva oni u nekoj mjeri podudaraju. Najvažnije funkcije medija jesu informiranje, obrazovanje i zabava, te se te funkcije spominju kod svih teoretičara. Jurčić (2017: 132) je naglasila i kako je „glavna

odlika medija da utječe na formiranje *masovnog konzumentskog društva* koje je uglavnom u rascjepu sa samostalnim odlučivanjem pa ih u tome smislu i razlikujemo prema snazi ekspresije, ali i utjecaja na publiku“. Bertrand (2007: 21) smatra kako je preklapanje informiranja i zabave gotovo neizbježno: „neka vijest može biti zanimljiva i nevažna; zauzvrat, zabavljajući se, možemo mnogo naučiti“. Napominje kako se ciljevi za kojima mediji teže razlikuju. S jedne se strane nalazi točna i korisna informacija, dok je s druge razonoda koja nije štetna ni za pojedinca niti za društvo.

2.2 Novinarska etika i profesionalni standardi medijskog izvještavanja

Kao i u svim ostalim segmentima života, novinari i mediji općenito imaju niz pravila koje moraju poštivati prilikom izvještavanja. Današnjica je oblikovana djelovanjem masovnih medija koji imaju i pozitivne i negativne karakteristike. Pozitivna je uloga, naravno, veliki broj različitih informacija koje pružaju javnosti. Ipak, veći je naglasak stavljen na negativne karakteristike medija, pod kojima se misli na „[...] čovjekovu ovisnost o njima, zagušenje nebitnim informacijama, ali i svjesna i namjerna manipulacija medija te konstrukcija neke druge zbilje i posve novih potreba“ (Majstorović, 2010: 56).

Milan Kangrga (1998 prema: Majstorović, 2010: 56) novinarstvo dijeli na nekoliko područja djelatnosti:

„puko prenošenje vijesti, traganje za vijestima, interpretacija nekog događaja ili činjenice te analitičko ili istraživačko novinarstvo. Pritom prenošenje vijesti, kao najjednostavniji, ali i najvažniji novinarski zadatak, nema neposredne veze s etičkom problematikom. Traganje za vijestima zahtijeva provjeru činjenica koje moraju prikazivati obje strane priče. Interpretacija je u velikoj mjeri vezana za etičko prosuđivanje (valoriziranje) koje, iznad svega, cijeni objektivnost, a analitičko (istraživačko) novinarstvo predstavlja samostalan i stvaralački pristup koji inzistira na samostojnosti i dignitetu (integritetu) novinara“.

Poznato je kako je novinarstvo u bliskoj vezi s etikom, za čije kršenje se najčešće krivi novinare. Stoga oni moraju uložiti mnogo napora u svoja izvještavanja. Naposljetku, njihov je rad dostupan cijeloj javnosti koja će suditi o etičnosti dobivenog.

2.2.1 Novinarska etika

Etička su pitanja srž problema novinarske profesije, te su se medijski teoretičari usmjerili upravo na te karakteristike novinarstva. „Masovni mediji su proizvod, nalaze se na tržištu koje ih potvrđuje ili odbacuje, a istodobno se pred profesiju postavljaju visoki standardi s kojima se ostale profesije ne susreću na taj način“ (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007: 46). Svrha etike u novinarstvu je pomoći novinarima kod odlučivanja na koji način će se ponašati u svom poslu. „Novinarska etika je etika novinarstva kao središnjih osoba medijske realnosti, koji se profesionalno bave novinarskim poslom, odnosno obavješćivanjem javnosti preko masovnih medija kao temeljnim ciljem svoje djelatnosti. Osigurava filozofsko promišljanje novinarovog moralnog izbora i o legitimnosti tih normi u određenoj situaciji“ (Poler Kovačić, 1998: 42).

Dennis McQuail (2003 prema Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007: 47) novinarsku je etiku definirao sljedećim odrednicama: „istinitost i točnost, nepristranost i poštenje, poštovanje osobnosti i privatnosti, neovisnost o pojedinim interesima, odgovornost prema društvu i društvenim dobrima, poštovanje zakona [te] moral, pristojnost i dobar ukus“. Burić (2010: 631) ističe kako je istinski etički obzor i smisao medija onaj koji ne preskače čovjeka i njegove potrebe, a da se u tom smislu ne može ništa šire izreći bez spominjanja istine koja je sastavni dio korektnoga medijskog djelovanja.

Svjesni da postoje brojni postulati, pravila i zakonske regulative u izvještavanju koje zahtijevaju objektivnost i nepristranost medijskih sadržaja, samim time i pridržavanje etičkih normi prilikom stvaranja samih sadržaja, ne možemo se ne zapitati zašto onda postoji toliki broj medijskog sadržaja koji krši iste postulate i norme?! Odgovor je možda i jednostavniji nego što se čini. Naime, ne mogu novinari preuzeti svu krivnju za objavljen sadržaj. Oni rade sadržaj, ponekad upitne kvalitete, jer publika traži takav sadržaj. „Stoga može začuditi činjenica da su u Hrvatskoj najnakladnije novine one koje 'dižu najviše prašine' te da su najgledanije televizijske [...] emisije one koje su dovoljno 'pikantne' [...]“ (Labaš, 2010: 173-174).

Mnogi smatraju kako etika u hrvatskom novinarstvu podbacuje upravo zbog zahtjeva tržišta, ali i novinarske želje da njihov proizvod ne nestane u današnjem financijski opterećenom, senzacionalističkom i *online* usmjerenom društvu. Pojam tabloidizacije koji je u Hrvatsku došao početkom devedesetih godina, promijenio je navike novinarstva. Relevantnim vijestima pridodano je više fotografija s manje teksta, naslovi su postali duži i sa više senzacionalističkih elemenata, a novinarske su se forme počele miješati ne poštujući osnovna

pravila novinarske profesije. Gordana Vilović (2003: 961) smatra kako su razlozi takvoj razini novinarstva jači utjecaji iz razvijenih zemalja, niska obrazovanost stanovništva, visoka stopa nezaposlenosti, velik broj umirovljenika te činjenica da je Hrvatska siromašna zemlja. Burić (2010 :630) se slaže kako je tržište to koje medijima diktira tempo, te da se medijski zaposlenici nalaze u začaranom krugu uzajamnog djelovanja. „Zajedno proizvode učinak koji djeluje razarajuće na ukupni društveni prostor: tržišni trendovi su prevladavajući, sve je roba i sve se može tržiti, novac pokazuje svoju moć i snagu nad svim čovjekovim potrebama. Potreba svih postaje roba, stvar, potražnja-kupnja. Ne razmišlja se odveć o vrijednostima ili dobrim svrhama. Mediji postaju snažan instrument koji opasno eksperimentira i instrumentalizira s potrebama i idejama mladih“ (Isto, 630).

Ipak, bez obzira na potražnju tržišta, novinar mora snositi svoj dio odgovornosti. Dužan je pridržavati se etičkih načela svoje struke. S ciljem usmjeravanja novinara prema ispravnom načinu izvještavanja, novinarstvo je vrlo rano počelo primjenjivati određena etička pravila i kodekse, te razne oblike pisanih normi vladanja i poštovanja etičkih normi koji služe novinarima kao smjernice u njihovu radu (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007:48).

Kodeks časti hrvatskih novinara rađen je po uzoru na Kodeks Međunarodne novinarske federacije te je jedini dokument kojega su novinari sami sastavili, navodeći u njemu temeljne etičke norme koje mora poštivati svaki novinar, bez obzira bio on član Hrvatskog novinarskog društva ili neke druge organizacije.

Kodeks časti hrvatskih novinara (2022) u svojim općim načelima navodi:

„U svom su radu novinari dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo, slobode i vrijednosti, uvažavati pluralizam ideja i nazora, opirati se svim oblicima cenzure, pridonositi jačanju pravne države i kao dio javnosti sudjelovati u demokratskoj kontroli moći i vlasti. Novinari se pridržavaju Ustava i zakona Republike Hrvatske, njeguju kulturu i etiku javne riječi i uvažavaju civilizacijska dostignuća i vrijednosti. Njihova je obveza pridržavati se profesionalnih etičkih načela“.

Članak 15. istog Kodeksa koji se tiče temeljnih ljudskih prava i slobode propisuje:

„Posebna se pozornost, obazrivost i odgovornost zahtijeva pri izvještavanju o samoubojstvima, nesrećama, osobnim tragedijama, bolestima, smrtnim slučajevima i nasilnim dijelima. Novinar treba izbjegavati intervjuiranje i prikazivanje osoba koje su izravno ili neizravno pogođene tim događajima, osim kada je riječ o iznimnom javnom interesu. U tom je slučaju novinar dužan voditi računa o časti, ugledu i dostojanstvu osoba o kojima izvještava“.

Deklaracija o načelima ponašanja novinara, usvojena na Drugom svjetskom kongresu Međunarodne federacije novinara u Brodeauxu 1954. te dopunjena 1986. godine, „proglašena

je standardom profesionalnog ponašanja za novinare koji se bave prikupljanjem, prijenosom, širenjem i komentiranjem vijesti i informacija i opisivanjem događaja“ (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007: 198).

Nadalje, Društvo profesionalnih američkih novinara (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007: 203) u svojoj preambuli ističe:

„Članovi Društva profesionalnih novinara vjeruju da obaviještenost javnosti prethodi pravdi i temeljima demokracije. Zadaća je novinara da doprinosi tom cilju traženjem istine i osiguravanjem poštenog i sveobuhvatnog izvještavanja o događajima i različitim pitanjima. Savjesni novinari iz svih medija i struka teže služiti javnosti potpuno i čestito. Profesionalno poštenje kamen je temeljac vjerodostojnosti novinara“.

Potrebno je spomenuti i Münchensku deklaraciju (1971.) prihvaćenu od strane šest sindikata novinara iz šest zemalja Europske zajednice, u čijoj se preambuli posebno navodi kako je odgovornost novinara prema javnosti prioritarna u odnosu na vlasnika medija i vlast.

Uz etičke standarde, koji su u većem dijelu definirani raznim kodeksima, kako bi medijsko izvještavanje bilo uravnoteženo, važno je i da se novinari pridržavaju profesionalnih standarda novinarskog izvještavanja. Malović (2005: 19-42) ističe pet standardnih načela novinarskog izvještavanja u cilju zadovoljavanja svih kriterija dobrog novinarskog posla: istinitost – svaka informacija mora biti istinita, ako nije istinita, nije ni vijest. Budući da se novinarstvo temelji na informiranju javnosti o činjenicama koje su se dogodile, bez istinitog izvještavanja nema ni novinarstva; poštenje – poštenje je jedna od temeljnih zadataka novinarskog izvještavanja što znači da novinar ima novinarsku dužnost izvještavati objektivno, bez predrasuda, prikazujući sva gledišta određenog događaja kako bi se izbjeglo pristrano izvještavanje; točnost – točnost je važna karakteristika vijesti u kojoj svaka navedena činjenica mora biti točna, a posebnu je pozornost potrebno obratiti na pisanje imena, brojeva ili datuma; uravnoteženost – uravnoteženo se izvještavanje postiže predočenjem svih strana događaja o kojem se piše te provjerom informacija iz više od jednog izvora; nepristranost – nepristranost se može uočiti u situaciji u kojoj novinar pri izvještavanju ne pokazuje naklonost ka niti jednoj od strana upletenih u vijest o kojoj obavještava. Temelj i svrha novinarskog izvještavanja očituje se upravo u prikazivanju informacije onakve kakva je, bez dodatnih uljepšavanja ili nametanja subjektivnih stajališta i komentara samog novinara.

Kao što je već i navedeno, postoji velik broj etičkih kodeksa čija bi se načela trebala poštivati kod medijskog izvještavanja. No, osim kodeksa i standarda, postoje i zakoni koji se odnose na etično izvještavanje novinara.

2.2.2 Etički kodeksi medija

Novinari su slobodni i odgovorni prema društvu, što znači da su dužni poštivati profesionalne etičke standarde kroz kodekse ponašanja. Međutim, koliko se ti kodeksi uistinu poštuju, ovisi o samim novinarima, urednicima te vlasnicima medija.

Prvi novinarski kodeksi nastali su u prvom desetljeću 20. st. te se od tada dopunjuju, mijenjaju i prilagođavaju. Tako su i digitalno doba i konvergencija medija donijeli nove izazove, shodno čemu je novinarska etika dobila sasvim nove dimenzije. Tradicionalni oblici medijske samoregulacije prilagođeni su novom medijskom prostoru s ciljem što bolje učinkovitosti. Tako su u digitalnom dobu svi etički standardi važni, ali od novinara se traži poseban oprez kada je u pitanju privatnost i provjera informacija. (Ivanuš, 2020: 75-76)

Nekolicina medija odredila je i svoje interne etičke kodekse kojih se svi zaposlenici moraju pridržavati. Ipak, nisu svi oni javno dostupni. Vezano za ovo istraživanje, pronašli smo etičke kodekse *Večernjeg lista* i HRT-a.

U uvodu etičkog kodeksa *Večernjeg lista* (2022: 4) stoji kako je svrha kodeksa „[...] prije svega, štititi i čuvati povjerenje između *Večernjeg lista*, njegovih čitatelja i poslovnih partnera, i stoga štititi integritet *Večernjeg lista* i njegova sadržaja“. Vrlo opsežan i detaljan kodeks uvažava sva pravila, deklaracije i kodekse novinarske struke, a odnosi se na sve članove redakcije čiji rad utječe na sadržaj samih novina. Sastoji se od pet poglavlja te obuhvaća profesionalnu praksu novinara, osobno ponašanje i sukob interesa, oglašivače, marketing i promociju te etičko vijeće, odnosno vijeće časti.

Etički kodeks HRT-a (2022) prvi je put donesen 2006. godine, a s godinama se mijenjao i nadopunjavao. Kodeks iz 2013. godine ima 64 članka te uređuje profesionalne standarde i etička načela za novinare i zaposlenike medijske kuće. Kodeks je također obvezan i za sve vanjske suradnike koje HRT angažira za obavljanje poslova vezanih za proizvodnju ili emitiranje programa. Kodeksom su propisani profesionalni standardi i etička načela kojima se traži objavljivanje „istinitih, potpunih, provjerenih i pravodobnih informacija“.

2.2.3 Zakonske odrednice

Govoreći o zakonskim regulativama Republike Hrvatske na početku je potrebno spomenuti Ustav, kao osnovan pravni akt svake države. Ustav Republike Hrvatske (2022) polazište je i medijskog zakonodavstva u Republici Hrvatskoj. Jedan od najvažnijih članaka Ustava vezan za medije je Članak 38. kojim se jamči sloboda mišljenja i izražavanja misli, što osobito obuhvaća slobodu tiska i drugih sredstava priopćavanja, slobodu govora i javnog nastupa te slobodno osnivanje svih ustanova javnog priopćavanja. Istim se člankom zabranjuje cenzura te se navodi kako novinari imaju pravo na slobodu izvještavanja i pristupa informaciji. Vrijedi spomenuti i Članak 35. Ustava kojim se svakome jamči štovanje i pravna zaštita njegova osobnog i obiteljskog života, dostojanstva, ugleda i časti.

Aktualno hrvatsko medijsko zakonodavstvo čine Zakon o medijima, Zakon o elektroničkim medijima, Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, Zakon o Hrvatskoj izvještajnoj agenciji, Zakon o autorskom pravu, Zakon o pravu na pristup informacijama te Zakon o telekomunikacijama.

Zakon o medijima (2013) uređuje pretpostavke za ostvarivanje načela slobode medija, prava novinara i drugih sudionika u javnom informiranju na slobodu izvješćivanja i dostupnost javnim informacijama, prava i obveze nakladnika, javnost vlasništva, način obavljanja distribucije tiska, način zaštite tržišnog natjecanja te prava i obveze drugih pravnih i fizičkih osoba koje djeluju na području javnog informiranja. Člankom 7. ovog Zakona zajamčeno je pravo svake osobe na zaštitu privatnosti, dostojanstva, ugleda i časti.

Za razliku od Zakona o medijima, Zakon o elektroničkim medijima (2021) ima regulatorno tijelo koje nadzire njegovu provedbu, a to je Agencija za elektroničke medije kojom upravlja Vijeće za elektroničke medije. Zakon uređuje prava, obveze i odgovornosti pravnih i fizičkih osoba koje obavljaju djelatnost pružanja audio i audiovizualnih medijskih usluga, usluga elektroničkih publikacija putem elektroničkih komunikacijskih mreža, platformi za razmjenu videozapisa te interes Republike Hrvatske u području elektroničkih medija.

Nadalje je potrebno spomenuti i Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji (2022) kojom su propisani pravni status, djelatnost, programska načela i obveze te način obavljanja djelatnosti za HRT kao javni elektronički medij koji je u vlasništvu države. U ostvarivanju programskih načela Hrvatski radio i Hrvatska radiotelevizija dužni su pridonositi poštovanju temeljnih

ljudskih prava i sloboda, demokratskih vrednota, unapređivati kulturu javnog dijaloga, poštovati privatnost, dostojanstvo, ugled i čast, čovjeka i temeljna prava drugih.

Zakonom o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji (2001) uređuje se pravni položaj Hine kao javne ustanove čija je djelatnost zakonom uređeno prikupljanje i distribuiranje objektivnih informacija o zbivanjima u zemlji i svijetu.

3. KRIZNO KOMUNICIRANJE MEDIJA

Kriza u današnje vrijeme nije toliko nepoznat pojam. Svakodnevno se susrećemo s nekom takvom situacijom, bila ona bezopasna i bez posljedica ili malo ozbiljnija. Za većinu kriza se smatra kako su to događaji niske vjerojatnosti, a ipak mogu prouzročiti goleme štete. Kod većih kriza koje su u pitanju javnosti, najvažniji faktor o kojem ovisi ishod jest sama komunikacija. Zahvaljujući novim medijima te brzom prijenosu informacija, krizne situacije vrlo brzo postanu aktualnim vijestima.

Republiku Hrvatsku je u prosincu 2020. godine pogodila velika kriza koja je utjecala na cijelu državu – potres na Banovini. Većina literature koja je vezana uz kriznu komunikaciju odnosi se na kompanije, stoga je teško pronaći relevantnu literaturu koja daje upute za komuniciranje medija u slučaju elementarne nepogode kao što je potres. Ipak, neki savjeti koji se tiču upravljanja kriznim situacijama kompanija mogu se primijeniti i na primjer krize potresa.

3.1 Definiranje krize

Riječ kriza potječe iz grčkog jezika te označava odluku ili prosudbu, a Hrvatska enciklopedija (2022) ju definira kao „dubok, sveobuhvatan poremećaj u životu pojedinca ili funkcioniranju društva sa snažnim i više ili manje teškim i trajnim posljedicama; prijelomno, prolazno teško stanje“. Autori različito definiraju krizu stoga navodimo nekoliko definicija. Coombs (2006 prema Mihalinić, 2018: 18) kaže kako je kriza nepredvidiva prijetnja koja može imati negativan utjecaj, ako se njome ne upravlja kako treba. Fearn-Banks (2009 prema Mihalinić, 2018: 18) sličnog je mišljenja te pod krizom podrazumijeva „događaj s mogućim negativnim posljedicama na organizaciju, javnost, proizvode, usluge i ugled organizacije“. Barton (2001 prema Mihalinić, 2018: 18) najkraće za krizu kaže kako je to „događaj koji je neočekivan, negativan i katastrofalan“. Još jedna definicija kaže kako je to „izvanredno stanje koje može izazvati cijeli niz različitih društvenih, prirodnih, tehnoloških i bioloških uzroka, pri čemu se kriza javlja kao stanje koje se normalnim-redovnim snagama, sredstvima, mjerama i metodama ne mogu riješiti postojeći problemi i ugroze pa dolazi do velikih šteta i žrtava“ (Ogorec, 2010: 10). Damir Jugo (2017: 23) je formulirao zajedničku definiciju krize kao „anomaličnog događaja koji može negativno utjecati na organizaciju i koji zahtjeva njezinu učinkovitu komunikaciju kako bi se šteta povezana s događajem smanjila u što većoj mjeri“.

Vidljivo je kako se u definicijama krize uvijek ponavlja kako je to neočekivan događaj koji može imati negativan utjecaj. A upravo se riječima „neočekivano“ i „katastrofalno“ opisivao i potres koji je u prosincu 2020. godine zatresao Banovinu i ostatak države.

3.2 Medijsko izvještavanje o krizama

Velike krize poput prirodnih katastrofa uvijek izazivaju povećanu pozornost medija. Urednici medija odlučuju koliko će neka kriza biti popraćena, a „[...] prostor koji mediji posvećuju katastrofi ovisi o njezinom intenzitetu i blizini“ (Malović, 2005: 99). Procjena dežurnog urednika o važnosti vijesti najviše ovisi o njegovom novinarskom iskustvu. Malović (Isto, 99) ističe kako je kod obrade vrlo važna i brzina, jer svaka pogreška dodatno usporava vrijeme objavljivanja. Kako bi se vijest o određenom događaju objavila prije konkurencije odlučujuće su minute, a presudne su one prve.

Malović (2005: 95) ističe kako se informacije slijevaju u uredništva iz raznih izvora, od agencija i službi za informiranje do dojava građana. Uglavnom se radi o nepotpunim informacijama pošto dolaze iz samo jednog izvora, a prvo pravilo izvještavanja glasi da uvijek treba prikazati sve strane. Upravo iz tog razloga „uredništva daju prednost vlastitim informacijama, koje prikupljaju, provjeravaju i pišu novinari, suradnici tog masovnog medija. [...] Novinar mora izaći na mjesto događaja, procijeniti njegovu važnost i vjerodostojno izvijestiti“ (Isto, 95). Najbolji scenarij je kada je novinar ujedno i očevidac događaja, jer tada može procijeniti što se točno dogodilo te prikupiti potrebne podatke. „Prikupljanje i provjera podataka najvažniji su dio posla. To je ujedno početak novinarovog rada. Svaka pogreška u prvoj, najvažnijoj fazi, teško se ispravlja“ (Isto, 95).

Nakon što urednik odluči da je vijest relevantna i da se radi o velikoj katastrofi, u redakciji se stvara ekipa te im se dijeli popis zadataka. O broju angažiranih novinara ovisi intenzitet same katastrofe. Malović (2005: 100) je detaljno opisao kako izgleda raspodjela funkcija u redakciji: „Agencijske vijesti slijevaju se jednom uredniku. Novinari imaju specifična zaduženja: pregledati novinske isječke i baze podataka o sličnim katastrofama. Jedan član redakcijske ekipe naziva bolnice, drugi sve službene izvore podataka. Dopisnik intervjuira preživjele, očevice i istražitelje“.

Velik broj informacija i novih podataka konstantno dolazi do urednika te ih on koncipira u prvu vijest koja predstavlja noseći materijal koji se naknadno dopunjuje novim

informacijama i saznanjima o događaju. „Ovisno o prikupljenim podacima [prva vijest odnosi se na] opis katastrofe, popis žrtava, posljedice i štete, usporedbe sa sličnim događajima, sentimentalnu priču, izjavu svjedoka “ (Malović, 2005: 100). U sljedeće vijesti unose se novi elementi priče, a s odmakom vremena mediji se manje bave izvještavanjem o događaju, a više o posljedicama onoga što se dogodilo.

4. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA SLIČNA OVOJ TEMI

Iako u Republici Hrvatskoj nema mnogo istraživanja o medijskom izvještavanju na temu potresa, ima ih nekoliko koji se odnose na medijska izvještavanja općenito te kriznu komunikaciju. U ovom su poglavlju stoga predstavljeni primjeri istraživanja stranih država i medija o načinima kako se izvještava u kriznim situacijama, konkretno potresu.

4.1 Televizijske vijesti: u potrazi za vrijednostima

Tena Perišin (2008: 63-84) istražila je načela selekcije vijesti u središnjim emisijama televizijskih vijesti u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2005. do 2008. godine te došla do zaključka da se po pitanju selekcije vijesti središnje emisije javne televizije sve više približavaju komercijalnim televizijama. Provela je analizu sadržaja kojom je željela pokazati kakav je odnos sadržaja emisija, novinarskih formi te koji se informativni čimbenici preferiraju ili zanemaruju na primjeru središnje informativne emisije *Dnevnik* HRT-a te središnjih televizijskih vijesti Nove TV i RTL-a. Istaknula je da televizijske vijesti „u tržišnoj utakmici sve više podsjećaju na naslovnice novina kod kojih dobra prodaja gotovo ultimativno zahtijeva ekskluzivnu vijest za naslovnicu“ (2008: 65). Rezultati istraživanja pokazali su kako se bitne teme za javnost obrađuju na sve tri televizije, čime je potvrđeno da je intenzitet relevantnosti relativno visok kod svih triju televizija. Također se potvrdilo „da se *Dnevnik* HRT-a približava komercijalnim televizijama kada je riječ o odabiru tema te se uočava trend pomaka od informativnog prema *infotainmentu*“ (2008: 83). Na kraju je upozorila kako „postoji mogućnost da se u utrci za gledatelje zamagle davno propisana pravila o profesionalizmu vezanom za novinarstvo, a koja svakako vrijede i za televizijsko novinarstvo“ (2008: 84).

4.2 Uloga tiskanih medija u priopćavanju rizika od potresa: informacije dostupne u turskim novinama između 1996. i 2014. godine

Autori Tekeli-Yesil, Kaya i Tanner (2019: 284-289) istraživanjem su htjeli vidjeti kako su potresi te pripravnost na njih prikazani u turskim novinama, analizirajući učestalost i sadržaj povezanih vijesti objavljenih u šest dnevnih novina između 1996. i 2014. godine. Istraživanjem su obuhvatili 16.193 vijesti, a rezultati su pokazali kako su se vijesti vezane za potres u

odabranim novinama uglavnom odnosile na ono što se događalo u to vrijeme, utjecaj potresa te aktivnosti odgovora i oporavka. Obuhvatili su samo tekstualni dio, stoga fotografije i grafike nisu ušle u njihovu analizu. Osvrnuli su se i na prijašnje istraživanje čija analiza je otkrila da su gotovo sve vijesti i članci bili izravni izvještaji, a tek nekolicina je bila o obrazovanju ljudi o katastrofama. Od svih prirodnih opasnosti, potresi su se najčešće spominjali, ali su se vijesti o takvim katastrofama tek kratko zadržavale na dnevnom redu. Istraživanje je pokazalo kako je pripravnost za potrese bila samo ograničeno pokrivena. Prve vijesti o potresu uslijedile su dan kasnije, a na dnevnom su se redu zadržavale dva do tri tjedna. Zaključili su da „iako su vijesti o potresima dosegule vrhunac nakon velikih potresa, postoje pokazatelji da informacije objavljene u novinama nisu mogle imati izravnu ulogu u komuniciranju rizika ili, kao rezultat toga, u promjeni ponašanja ljudi“ (2019: 288).

4.3 Izvještavanje tradicionalni i društvenih medija te dobrotvornih pomoći nakon potresa na Haitiju 2010. godine

Istraživanje Lobb, Mock i Hutchinson (2012: 319-324) temeljilo se na medijskoj pokrivenosti tijekom prva četiri tjedna potresa na Haitiju 2010. godine s ciljem da se procijene promjene u medijskom intenzitetu te povežu sa podacima o doprinosima za pomoć kako bi se odredio utjecaj medija na dobrotvornu pomoć nakon katastrofe. Podaci o izvještavanju novina prikupljeni su iz baze podataka „NexisLexis“, dok su sa *Twittera* i *Facebooka* prikupljeni pomoću analizatora društvenih mreža. Ukupna mjera dobrotvorne pomoći prikupljena je od Centra za filantropiju Sveučilišta Indiana. Rezultati istraživanja pokazali su kako je pokrivenost nakon katastrofe, kod tradicionalnih medija i na *Twitteru*, karakterizirana brzim porastom prvih nekoliko dana nakon samog događaja, nakon čega slijedi postupan, ali dosljedan pad naredna četiri tjedna. Što se tiče humanitarnih donacija, izvještavanja kako tradicionalnih, tako i novih medija, bilo je u pozitivnoj korelaciji s njima. Slijedeći dobivene rezultate istraživanja, zaključili su da dokle se pokrivenost tradicionalnih i novih medija rapidno smanjuje nakon događaja koji su uzrokovale katastrofe, nove platforme i društveni mediji dopuštaju razvijanje priča i potencijalnih humanitarnih akcija da napreduju dulje vrijeme.

4.4 Kako su mediji izvještavali o Velikom potresu u istočnom Japanu? Traženje objektivnosti i emocionalnosti u japanskom medijskom izvještavanju

Autori Uchida, Kanagawa, Takenishi, Harada, Okawa i Yabuno (2015) svjesni kako je Veliki potres u istočnom Japanu bio tragičan događaj koji je zahtijevao kritičko uključivanje medija, odlučili su provesti eksplorativnu analizu sadržaja televizijskih i novinskih izvještaja u šestomjesečnom razdoblju nakon katastrofe 11. ožujka 2011. godine. Rezultati su otkrili kako su mediji uglavnom izvještavali neutralno i objektivno o događaju, s emocionalnošću prikazanom samo u komentaru. Autori su naglasili kako je „Veliki potres“ privukao veliku pozornost međunarodnih medija, a medijska pokrivenost potresa imala je psihološki utjecaj na ljude, uključujući i one koji nisu živjeli na područjima izravno pogođenima potresom.

Tijekom razdoblja potresa, masovni mediji, kao što su televizija i novine, igrali su primarnu ulogu u pružanju informacija i priopćavanju rizika. Pošto imaju ključnu ulogu u upravljanju rizikom, njihova je odgovornost bila značajna. Shodno tome, analiza medijske pokrivenosti nacionalnih izvanrednih situacija pruža priliku za razumijevanje procesa sociokulturnog značenja u vrijeme kriznih događaja.

U istraživanju su ispitivali hoće li japanski mediji pokušati tražiti uravnoteženu emocionalnu valenciju kako bi postigli objektivnost, čak i u tako negativnim okolnostima te su ispitivali kako je medijska pokrivenost prikazivala objektivne i emocionalne informacije. Rezultati su pokazali kako je medijsko izvještavanje o „Velikom potresu“ u istočnom Japanu nastojalo zadržati objektivnost prenošenjem neutralnih informacija, posebice u novinskim člancima. Ipak, prenošene su i nedosljedne informacije, kao što je predstavljanje neutralnih činjeničnih izvješća uz negativne komentare. Takvi su se komentari pojavljivali u televizijskim vijestima češće nego u novinskim člancima. Na kraju su autori zaključili da „medijske analize gledane iz sociološke perspektive ponekad tretiraju medije kao 'kolektivne' pojave; međutim, sadržaj kreiraju pojedini novinari te oni održavaju njihovu orijentaciju i emocionalna stanja. Kao takvo, medijsko izvještavanje nije samo kolektivni ili makro fenomen, već se sastoji i od individualnih psiholoških čimbenika“ (2015).

4.5. Novinarska etičnost pod pritiskom interesnih skupina

Svi su novinari svjesni i upoznati s etičkim kodeksima novinarstva, no postavlja se pitanje u kojoj mjeri ih se pridržavaju. Na to je pitanje pokušala odgovoriti Željana Ivanuš (2020: 73-88) u svom doktorskom radu „Mehanizmi medijske samoregulacije u Republici Hrvatskoj“. Istražila je „[...] koliko su hrvatski novinari upoznati s profesionalnim standardima novinarstva, postoji li povezanost između obrazovanja i radnog iskustva novinara i poštovanja profesionalnih načela, koji unutarnji i vanjski faktori imaju presudan utjecaj na njihov rad, kakvim pritiscima su izloženi u svakodnevnom radu te postoji li urednička cenzura u hrvatskim medijima zbog koje novinari ne poštuju profesionalna pravila ponašanja“ (2020: 73). Istraživanje je provela metodom ankete na uzorku novinara i urednika dnevnih novina, elektroničkih i online medija.

Prijašnja su istraživanja potvrdila da hrvatski novinari i urednici ne poštuju profesionalna novinarska načela. Jedan od razloga je zasigurno nedostatak sankcija za njihovo kršenje. Naime, „kodeksi profesionalne etike ne propisuju nikakve teške sankcije već samo moralne, stoga ih je lakše kršiti nego zakone, čije provođenje nadzire država, dok poštovanje profesionalne etike kontroliraju novinari i izdavači“ (2020: 73).

Upravo je zbog navedenih razloga Ivanuš odlučila provesti istraživanje o poznavanju profesionalnih standarda novinarstva među novinarima. Rezultati anketnog istraživanja pokazali su kako hrvatski novinari nisu dovoljno upoznati s mehanizmima medijske samoregulacije te smatraju kako ne postoji dovoljno informacija o njoj. Nadalje, rezultati ukazuju na postojanost statistički značajne razlike između visokoobrazovanih novinara i onih koji imaju završenu samo srednju školu po pitanju upoznatosti s mehanizmima, ali postoji povezanost između godina rada u medijima i poznavanja etičkih standarda. Što upućuje na to da novinari kroz svakodnevni rad u redakcijama uče kako biti dobar i profesionalan. Što se tiče faktora koji utječu na novinare, najveći unutarnji faktor jesu urednici, dok na prvom mjestu vanjskih faktora stoje oglašivači.

Analiza je također potvrdila postojanje cenzure u hrvatskim redakcijama. Više od polovice anketiranih novinara susrelo se sa cenzuriranjem, a kao glavni razlog navode se političari.

Zaključno je Ivanuš istaknula da je najveći problem neetičnosti novinarstva u Republici Hrvatskoj nedovoljno poznavanje mehanizama medijske samoregulacije što je i

'ključ' budućih djelovanja kojima će u cilju biti promijeniti postojeće stanje. „Pokretači i nositelji promjena mogu biti medijske kuće, Hrvatsko novinarsko društvo i akademska zajednica. Svima njima bi u interesu trebali biti profesionalni i vjerodostojni novinari i mediji koji se mogu oduprijeti različitim pritiscima“ (2020: 88), zaključila je Ivanuš.

5. MEDIJSKO IZVJEŠTAVANJE O POTRESU NA BANOVINI

U ovom su poglavlju definirani istraživački problemi rada, zbog kojih se i provelo ovo istraživanje. Definirane su hipoteze koje se mogu odrediti kao misaona pretpostavka o predmetima istraživanja, tj. one su iskaz određenog predmetnog značaja i pretpostavljene spoznajne vrijednosti koje tek treba provjeriti (Halmi, 2019: 177).

5.1 Uvod u istraživanje

Veliki potres koji se dogodio na području Banovine još je uvijek osjetljiva i aktualna tema, te je stoga iznimno važno na koji način se prezentirala javnosti u najkritičnijim trenucima. Poznato je, i već navedeno, da mediji imaju veliki utjecaj na društvo zbog čega je ključno da svi medijski djelatnici s velikom odgovornošću pristupaju svom poslu. Ipak, prateći medije u trenucima potresa, uvidjeli smo kako neki mediji zanemaruju svoje postulate i odgovornosti. Stoga smo ovim istraživanjem odlučili provjeriti koliko naši mediji poštuju etička načela i smjernice u kriznim situacijama. Za analizu sadržaja odabrane su dnevne novine *Večernji list* i *Jutarnji list* pošto imaju različite izdavačke kuće, te HRT kao javna televizija i RTL kao komercijalna televizijska kuća. Analizirano razdoblje je mjesec dana, od 28. prosinca 2020. godine do 28. siječnja 2021. godine, a razlog proučavanja tog razdoblja je razvoj situacije sa potresom koji je utjecao na sve stanovnike Republike Hrvatske i okolnih država. Prvih je dana potres, u većini medija, bio jedina tema o kojoj se izvještavalo i razgovaralo. Svakim se danom pisalo o novim detaljima i saznanjima o potresu te se nagađalo kako će se situacija dalje razvijati.

Istraživanje je provedeno kvalitativnom i kvantitativnom metodom analize sadržaja čiji rezultati mogu poslužiti kao podloga za neko daljnje i dublje istraživanje ove teme. Pokušalo se utvrditi koliko su novinski i televizijski prilozi izvještavali o potresu i koliko se novinari pridržavaju osnovnih smjernica i zakona svoje struke.

5.2 Ciljevi i hipoteze istraživanja

Glavni cilj empirijskog dijela rada bio je istražiti na koji način te koliko kvalitetno hrvatske dnevne novine i televizijski programi izvještavaju o elementarnim nepogodama. Konkretno je stavljen naglasak na senzacionalistički i etički aspekt objava i priloga vezanih za potres na Banovini.

Glavni cilj bio je:

Utvrđiti na koji način i koliko kvalitetno hrvatski dnevni tisak i televizijske kuće izvještavaju o potresu.

Specifični ciljevi bili su:

1. Utvrđiti način na koji mediji pristupaju izvještavanju o elementarnim nepogodama, u ovom slučaju potresu na Banovini.
2. Utvrđiti krše li mediji etička načela i Kodeks časti hrvatskih novinara te u kojoj mjeri.
3. Utvrđiti koliko važnost mediji pridaju izvještavanju o potresu te koliko detaljno i često iznose tragične detalje i uznemirujuće slike.
4. Utvrđiti postoji li razlika između izvještavanja u dnevnom tisku te televizijskom. Konkretno koji od navedena dva medija više krši etička načela.

Pošto istraživanje obuhvaća dva različita medija, podijeljeno je na dva dijela. Prvi dio odnosi se na dnevni tisak. Točnije, koliko prostora i s koliko dostojanstvenosti, objektivnosti te u skladu s Kodeksom časti hrvatskih novinara su *Večernji list* i *Jutarnji list* objavljivali o potresu u razdoblju od 28.12.2020. godine te do 28.1.2021. godine.

Drugi dio čine prilozi televizijskih kuća HRT te RTL, a istraživanje obuhvaća količinu priloga i vremena dato u prostoru dnevnika u istom vremenskom intervalu od 28.12.2020. do 28.1.2021. godine.

Postavljene su hipoteze koje će se ovim istraživanjem potvrditi ili opovrgnuti. Glavna hipoteza glasi:

H: Hrvatske dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list*, te televizijske kuće RTL i HRT nisu izvještavali profesionalno i u skladu s etičkim normama o potresu na Banovini.

Specifične hipoteze glase:

H1: Kod izvještavanja mediji nisu štitili identitet žrtve te su koristili djecu za emotivnu manipulaciju.

H2: Novinski i televizijski prilozi bili su neprimjereno grafički opremljeni.

H3: *Večernji list* i *Jutarnji list* pretežito imaju jednak broj objavljenih priloga o potresu.

H4: Novinski prilozi su pretežito imali senzacionalističke naslove.

H5: Novinski prilozi o potresu najčešće su bili najavljavani na naslovnoj strani, a u slučaju televizijskih priloga u uvodnoj špici, tj. najavi.

Na temelju rezultata analize sadržaja biti će donesen zaključak o postavljenim hipotezama.

5.3 Znanstveno istraživačke metode rada

Metoda korištena u ovom istraživanju je kvalitativna i kvantitativna analiza sadržaja. Analiza sadržaja je „istraživačka tehnika kojom se na objektivan i sustavan način kvantitativno opisuje sadržaj nekog aspekta komunikacije [, a] najčešće se koristi u istraživanjima kojima se komunikacijski sadržaj nastoji samo preciznije opisati“ (Milas, 2009: 501-503). „Klasični teoretičari analize sadržaja, osobito Bernard Berelson i Harold Lasswell, uveli su analizu sadržaja kao instrument pomoću kojeg se može odrediti što mediji doista rade te definirati uređivačka politika prema različitim aspektima društvenog života – uključujući i same medije. Može se reći kako je paradoksalno da je analiza sadržaja osnova empirijske i pozitivističke tradicije u medijskim istraživanjima dok istovremeno ukazuje na neke političke paradigme, pozivajući nas ne samo da otkrivamo stvarnost već da je i mijenjamo. To je već odavno poznata paradigma koju je promovirao Max Weber u svom govoru na prvom Njemačkom kongresu sociologa u Frankfurtu 1910. godine“ (Elezović, 2012: 62). Tri su ključne kategorije analize sadržaja prema Fredu Kerlingeru (1996 prema Wimmer, Dominick, 2010: 156): sistematičnost – pravila po kojima se bira uzorak, objektivnost – osobni stav i pristranost ne smiju utjecati na rezultate, i mjerljivost – omogućuje sumiranje, usporedbu rezultata te pruža alate za jednostavniju interpretaciju i analizu.

U ovom su istraživanju korištene obje vrste analize sadržaja. Odnosno, kombinirane su kvantitativne i kvalitativne metode analize sadržaja. Prema Halmiju (2019: 237) kvantitativna paradigma promatra socijalni svijet kao na pravilima uređenu i rukovođenu

stvarnost koja može biti spoznata i egzaktno izmjerena, a koristi nacрте koji mogu verificirati relacije opisane pomoću teorije. Njezini eksperimentalni nacрти su strogo verifikacijski usmjereni, redukcionistički, deduktivni, a završavaju općim generalizacijama.

S druge strane, navodi Halmi (2019: 238) kvalitativna paradigma promatra socijalni svijet kao kompleksan i dinamičan entitet, a kvalitativni nacрти istraživanja nastoje svesti istraživačev referentni okvir na razumijevanje interakcija i interpretaciju socijalnih procesa iz perspektive subjekata istraživanja.

Kvalitativnom analizom sadržaja utvrditi će se koje su teme novinskih članaka i televizijskih priloga te na što se stavljao fokus. Je su li u prvom planu bili unesrećeni stanovnici Banovine, nesreća, zajedništvo ili novonastali problemi. Kvantitativna analiza obuhvatiti će količinu objavljenih članaka i emitiranih priloga, koliko je vremena posvećeno temi i tko je o potresu najviše izvještavao.

5.4 Uzorak

U statistici uzorak predstavlja „[...] podskup ili dio populacije izdvojen s ciljem njena istraživanja i proučavanja“ (Milas, 2005: 399). Istraživanje koje je obavljeno na uzorku trebalo bi dati rezultate koji će odražavati vrijednosti čitave populacije, a njegova vrijednost predstavlja procjenu populacijske vrijednosti koja je izračunata na temelju dostupnog uzorka (Milas, 2005: 400). Potrebno je istaknuti kako uzorak uvijek pruža tek približnu procjenu vrijednosti iskazanih na razini populacije, a na kvalitetu same procjene utječe način na koji je uzorak izabran (Isto, 400). Postoji više vrsta uzoraka. Kada se uzorak izabire iz neke populacije, može se podijeliti u dvije veće kategorije – probabilističke i ne-probabilističke. „Prvi se temelje na zakonima vjerojatnosti i sastavljeni su tako da svaki član populacije ima znanu i nenultu vjerojatnost izbora u uzorak [dok] ne-probabilističke metode uzorkovanja počivaju na prosudbama istraživača i specifičnim potrebama što ih nameću istraživanja“ (Milas, 2005: 406). Kod potonjih nema načina da se utvrdi vjerojatnost da će neka osoba biti uključena u uzorak, kao ni to ima li svaka osoba uopće bilo kakvu vjerojatnost da bude uključena.

Milas (2005: 406-414) ističe kako je očigledna prednost ne-probabilističkih uzoraka njihova jednostavnost, ekonomičnost, manji izdaci te kraće vrijeme provedbe istraživanja, a nadalje ih dijeli na prigodne uzorke, kvotne uzorke, namjerne uzorke te uzorkovanje tehnikom „snježne grude“. Naposljetku napominje kako je ne-probabilističko uzorkovanje koristan i

ekonomičan način pribavljanja uzorka, ali zbog njihovog subjektivnog procesa selekcije nije ih uputno koristiti za procjenjivanje parametra populacije.

Za probabilističke uzorke podrazumijeva se uporaba mehanizma slučajnog izbora kojim se uklanja subjektivnost i pristranost iz uzorkovanja te se omogućuje primjena statističkih metoda za procjenu parametra populacije na temelju uzorka (Milas, 2005: 414). Navedeni uzorak, autor (Milas, 2005: 415-433) dodatno dijeli na jednostavni slučajni uzorak, slučajni sustavni uzorak, stratificirani uzorak, uzorak klastera, stupnjeviti uzorak te zonski uzorak.

Uzorak u ovom istraživanju odabran je pregledavanjem dnevnih novina *Večernji list* i *Jutarnji list* u razdoblju od 28.12.2020. do 28.1.2021. godine. Navedene novine odabrane su iz razloga što su u različitom vlasništvu te se odnose kao konkurenti na hrvatskom tržištu.

Ovim je načinom, u obje novine u navedenom razdoblju, sveukupno pronađeno 640 priloga. U analizu nisu ušli prilozima koji se odnose na druge dijelove Hrvatske, a koji su također pretrpjeli oštećenja zbog potresa. Na taj je način eliminiran 361 prilog te je u daljnju obradu ušlo 89 priloga *Večernjeg lista* i 190 priloga *Jutarnjeg lista*, ukupno 279 priloga.

Analiziralo se i kako televizija te njihovi novinari izvještavaju o potresu. Prikupljeni su prilozima centralnog dnevnika HRT1 te dnevnika „RTL Danas“ RTL televizije u razdoblju od 28.12.2020. do 28.1.2021. godine. Od ukupno 32 (HRT) pregledana priloga, samo njih šestoro nije u uvodnoj najavi sadržavalo najavu za potres. Riječ je o prilozima emitiranima 20. siječnja, te od 24. do 28. siječnja. Temeljni kriterij priloga je da se u njemu izvještava o potresu, posljedicama ili obnovi te o pomoći stradalima u potresu na području Banovine.

Perišin (2008: 69) televizijske vijesti opisuje kao televizijsku informativnu emisiju, „[...] jedan od televizijskih žanrova koji se prepoznaje po određenim konvencijama, elementima koji se ponavljaju. Neke od konvencija jesu najavnica (špica) i glazba na početku emisije, voditelj u kadru, karakteristična scenografija te prezentiranje vijesti koje se u emisiji pojavljuju u različitim novinarskim oblicima“. Jedinica analize korištena u ovom istraživanju je novinski članak, kojim se smatra pisani tekst započet naslovom članka te završen potpisom autora; odnosno u primjerima televizijskih kuća televizijski prilog, čime se misli na audio-vizualni materijal koji je prethodno montiran, a započeo je najavom voditelja/voditeljice te završio njegovim/njezinim komentarom.

5.5 Rezultati istraživanja

Slijede rezultati analize sadržaja kojima će se postavljene hipoteze opovrgnuti ili potvrditi čime ćemo doći do saznanja jesu li, i koliko u skladu s etičkim i profesionalnim standardima, izvještavali novinari *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista*, te HRT-a i RTL-a. Uz rezultate stoji i kratka rasprava, odnosno razumijevanje rezultata koje će upotpuniti dobivene teze.

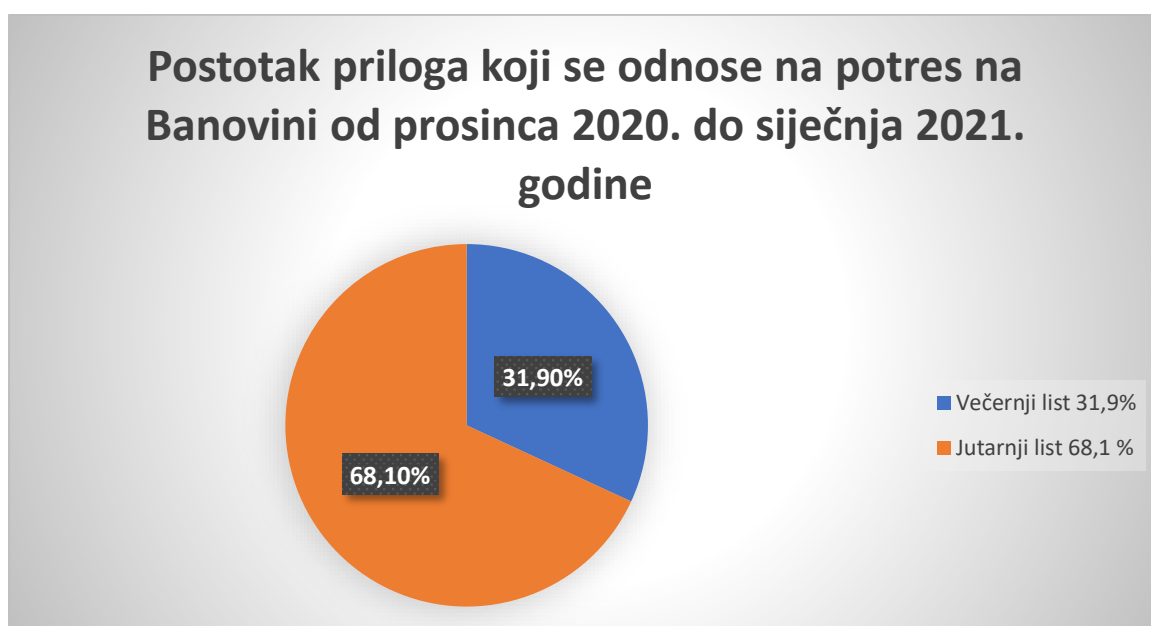
5.5.1 Analiza novinskih priloga

Analizirani su novinski prilozima *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista* u razdoblju od 28.12.2020. godine do 28.1.2021. godine. U analizu je sveukupno ušlo 279 priloga. *Večernji list* objavio ih je 89 (31,9%), dok je *Jutarnji list* objavio 190 (68,1%) članka.

Tablica 1: Broj objavljenih priloga o potresu u hrvatskim dnevnim novinama

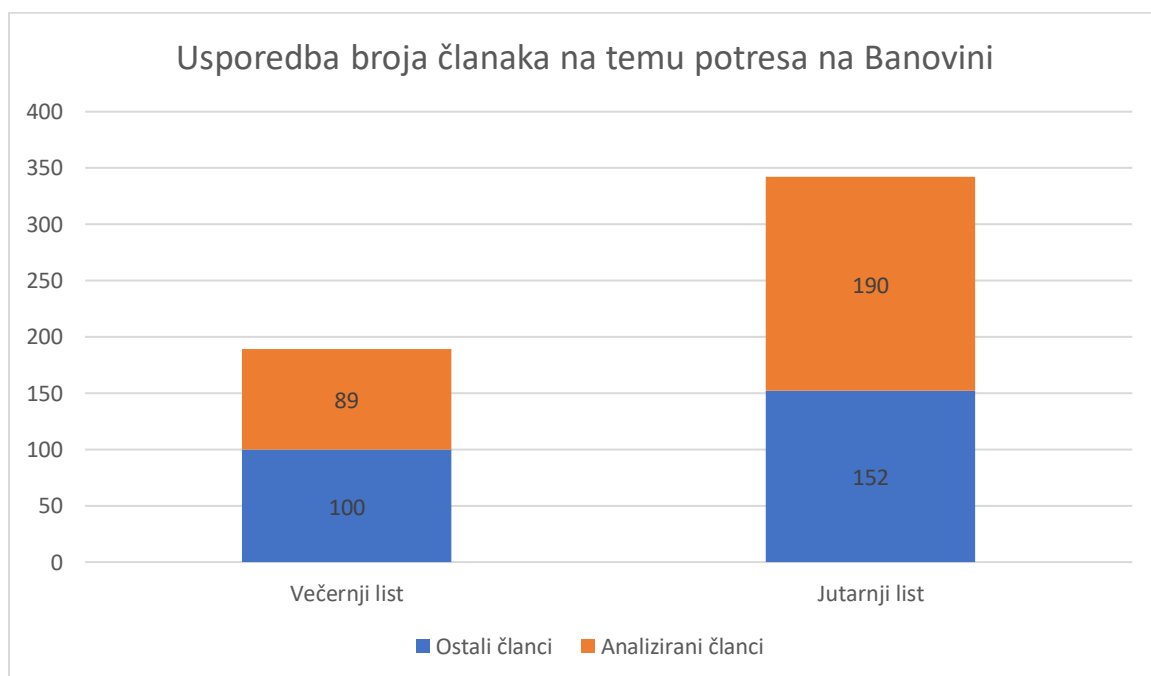
UKUPNO	JUTARNJI LIST	VEČERNJI LIST
279	190	89
100%	68,1%	31,9%

Grafikon 1: Postotak objavljenih priloga o potresu na Banovini u razdoblju od prosinca 2020. godine do siječnja 2021. godine.



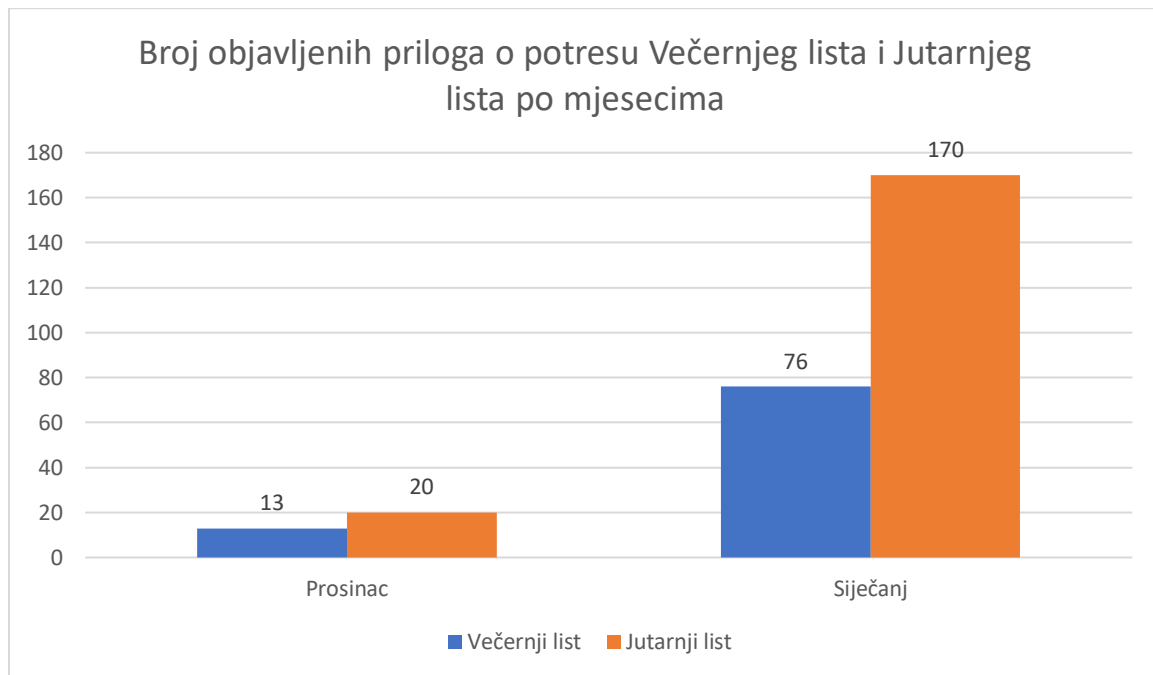
U navedenom razdoblju, dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list* imale su više od 279 priloga vezanih uz potres na Banovini, no nisu svi prilogi uzeti kao relevantni za ovo istraživanje. Odnosno, prilogi koji se nisu direktno odnosili na Banovinu, nego su samo spominjali to područje, a bili su vezani za ostale gradove Republike Hrvatske nisu uvršteni u analizu. Takvih je priloga sveukupno bilo 252. *Jutarnji list* imao je 152 priloga koja nisu konkretno vezana za potres na Banovini, a konkurentne dnevne novine imale su ih 100.

Grafikon 2: Broj ukupno objavljenih novinskih priloga na temu potresa na Banovini u usporedbi s brojem analiziranih priloga o istoj temi.



Potrebno je napomenuti kako je posljednji dan 2020. godine (31. prosinca) obiju novina u ovom istraživanju ušao u siječanj, pošto se radi o dvobroju. Najviše priloga, što je bilo i očekivano, objavljeno je u siječnju. No, iznenađujuća je razlika u ukupnom broju priloga objavljenih u analiziranim dnevnim novinama. *Jutarnji list*, u istom je mjesecu, objavio 94 priloga više od *Večernjeg lista*. Razlika je također vidljiva i u mjesecu prije, no nije velika kao u siječnju. U prosincu je *Jutarnji list* imao tek sedam priloga više.

Grafikon 3: Pregled analiziranih priloga prema mjesecima objave



Iz grafikona je vidljiva razlika između broja objavljenih priloga *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista* te na temelju dobivenih rezultata možemo zaključiti kako *Jutarnji list* znatno više vremena i prostora daje izvještavanju o potresu.

5.5.1.1 Naslovi priloga

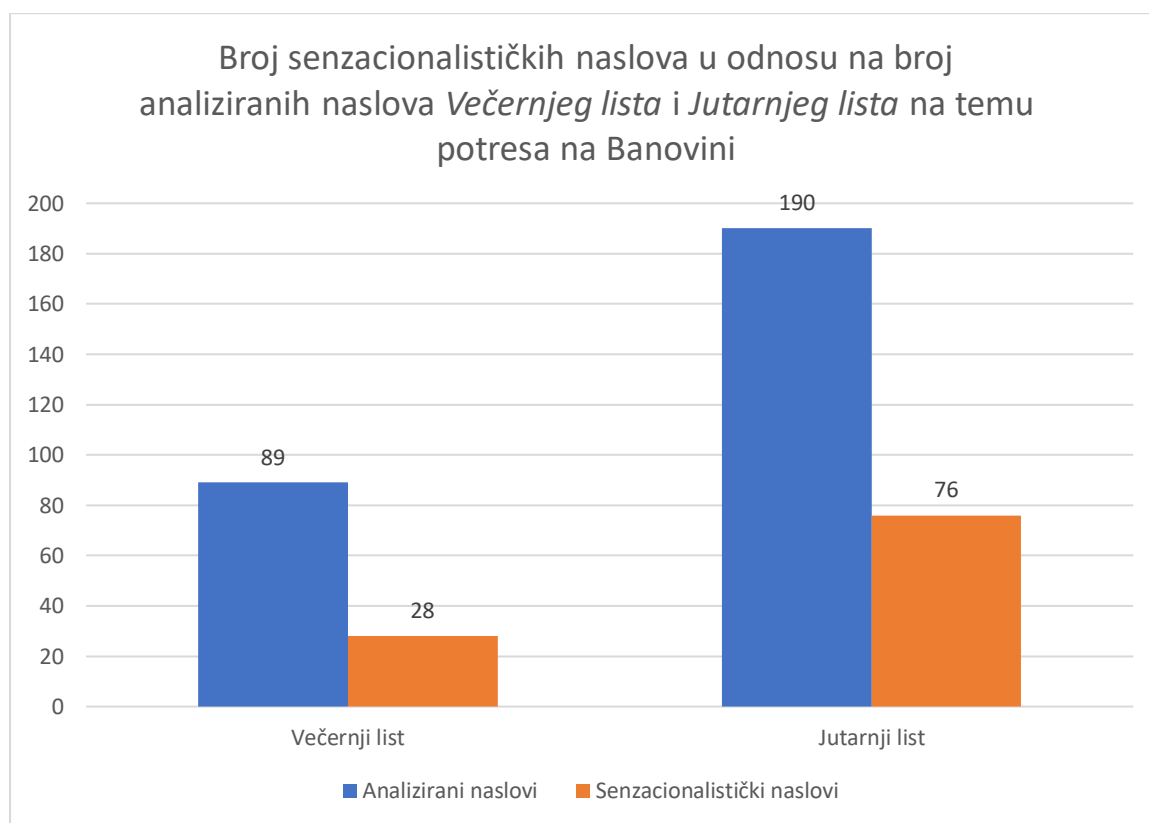
Novinari se svakodnevno susreću s problemom naslovljavanja priloga. Važnost naslova je velika pošto oni „[...] svojom denotativnom funkcijom referiranja na tekst, ali i na predmet izvještavanja kao sadržaj teksta doprinose ukupnoj percepciji vjerodostojnosti – kako poruka tako i novina u cijelosti“ (Kurtić, 2007a: 136). Naslov mora biti privlačan i informativan kako bi potencijalni čitatelji kupili novine. No, u tome se nerijetko krije i velika dilema, te novinari izlaze iz etičkih okvira svoje struke i stavljaju senzacionalističke naslove koji nemaju utemeljenje u članku, već utječu na emocije građana. Točnije, novinarima je danas postalo važnije prodati, a ne informirati građanstvo. Stoga je ovaj dio istraživanja usmjeren na naslove novinskih priloga.

Najveća važnost ne pridaje se naslovima na stranicama novina, već naslovnoj stranici dnevnih novina. Naslovna stranica je prvo što će čitatelj vidjeti, i u najvećoj mjeri će po njoj

odlučiti hoće li kupiti novine ili ne. Stoga urednici i novinari dnevnog tiska najviše pažnje pridaju upravo izgledu naslovne stranice. Brojni senzacionalistički i dramatični naslovi s razlogom su smješteni na naslovnice dnevnog tiska. Iako se to protivi novinarskom etičkom kodeksu, u velikom broju slučajeva pospješuje tiražu samih novina.

Od sveukupno 279 analiziranih članaka, njih 104 imalo je senzacionalistički naslov, što je manje od polovice članaka, točnije tek 37,28%. Veći broj senzacionalističkih naslova imao je *Jutarnji list*. No, s obzirom da je on imao i veći broj priloga, ne iznenađuje takav rezultat. *Večernji list* je tako imao 28 senzacionalističkih naslova, dok je *Jutarnji list* imao 76 članaka sa senzacionalističkim naslovom.

Grafikon 4: Broj senzacionalističkih naslova naspram broja analiziranih naslova dnevnih novina

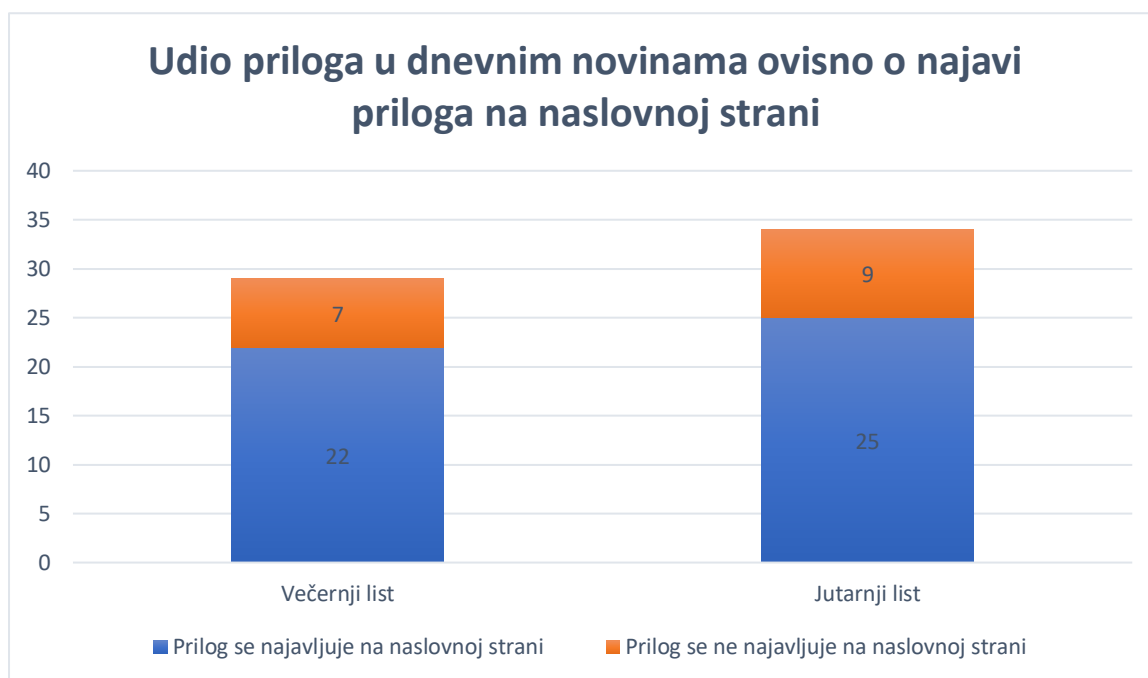


Jutarnji list je na naslovnoj strani najavio 31 prilog, dok je *Večernji list* najavio 25 priloga. Od sveukupno 31 najave priloga na naslovnim stranama *Jutarnjeg lista*, njih 15 imalo je senzacionalistički naslov. Manji brojevi vidljivi su kod konkurenta koji je u 25 najavljenih priloga na svojim naslovnim stranama imao tek njih šest sa senzacionalističkim naslovom.

Neki od senzacionalističkih naslova koji su najavljeni na naslovnoj stranici dnevnih novina su:

- „Smrt dobrog čovjeka Albina“ (Jutarnji list, 4. siječanj 2021.)
- „Pitali smo dijete kako se zove. Reklo nam je: potres“ (Jutarnji list, 9. siječanj 2021.);
- „Banovina: pet dana straha, zajedništva, nade...“ (Večernji list, 3. siječanj 2021.)
- „Tragedija liječničke obitelji iz Petrinje: Život nam je stao u nekoliko torbi“ (Večernji list, 8. siječanj 2021.)
- „Posljednja stanarka Male Gorice pokraj Petrinje: Šest godina živim bez struje i vode“ (Večernji list, 12. siječanj 2021.)

Grafikon 5: Udio priloga u dnevnim novinama ovisno o najavi priloga na naslovnoj strani

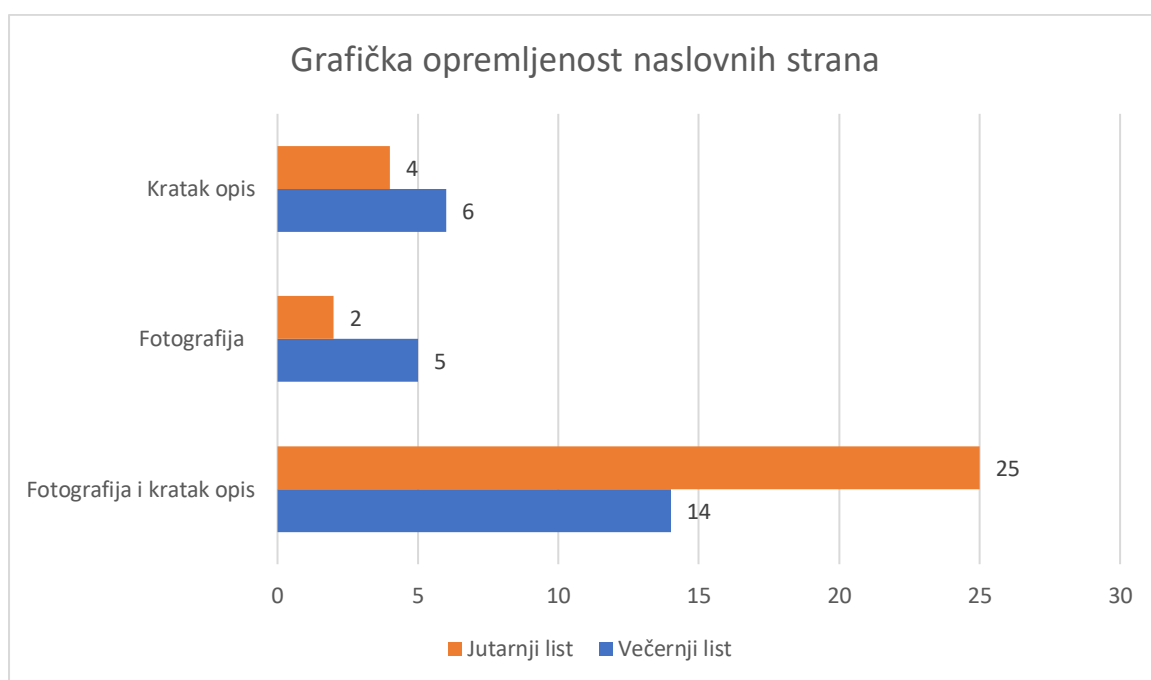


Rezultati istraživanja pokazali su da su novinari *Večernjeg lista* i *Jutarnjeg lista* temi potresa na Banovini pristupili vrlo ozbiljno. Senzacionalizam se u naslovima nije koristio u velikim količinama, već su naslovi bili više informativni. Također, rezultati istraživanja pokazali su i kako se prilozima o elementarnim nepogodama, konkretno potresu, najavljuju na naslovnoj stranici dnevnih novina.

Potrebno je napomenuti kako se zbroj priloga na naslovnim stranama analiziranih dnevnih novina ne podudara iz razloga što je na pojedinim naslovnicama dnevnih novina bilo više od jedne najave priloga. U razdoblju od mjesec dana (28.12.2020. – 28.1.2021.) na naslovnim stranama dnevnih novina nije najavljen prilog o potresu na Banovini tek u 16 izdanja, od čega sedam izdanja *Večernjeg lista* te devet izdanja *Jutarnjeg lista*.

5.5.1.2 Grafička opremljenost naslovnih stranica

Grafikon 6: Pregled grafičke opremljenosti naslovnih strana



O kupnji dnevnih novina ovisi i njihova grafička opremljenost, pošto su „[...] grafički elementi prenositelji dodatne informacije i u funkciji su potpunijeg razumijevanja kako poruke tako i događaja na koji se odnosi“ (Kurtić, 2007a: 131). Hrnjić (2007: 205) ističe kako se iz grafičke (ne)opremljenosti tekstova u dnevnim novinama može dosta saznati o radu novinara, a Kurtić (2007 :44) se dotiče samih konzumenata sadržaja i primjećuje kako je sve „prilagođeno prevladavajućoj lijenosti uma i sklonosti ka uživanju“. Kurtić (2007a: 124) napominje i kako publika očekuje da se na prednjim stranicama dnevnih novina objavljuju prvenstveno neočekivani događaji sa teškim i tragičnim posljedicama. Čitatelje će u najvećoj mjeri zaintrigirati i privući fotografija, a tek onda natpis. Najviše pažnje će kod čitatelja ipak privući

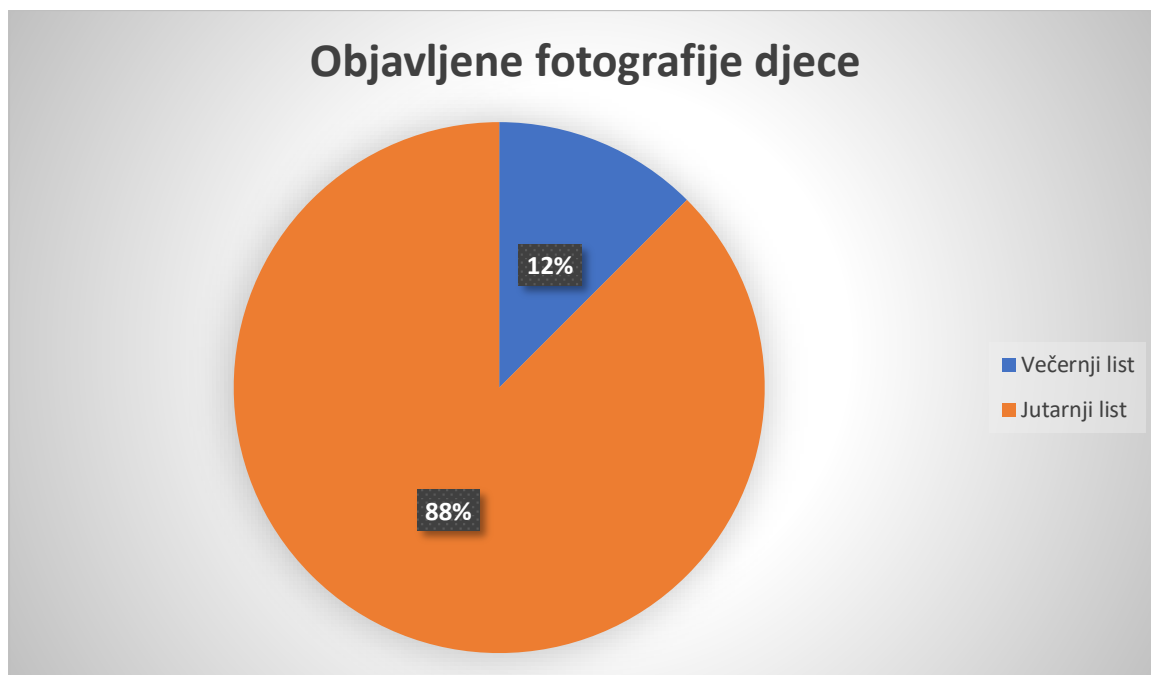
kombinacija dobre fotografije i primamljivog naslova koji 'vuče' na čitanje članka kako bi se saznalo više informacija o određenoj temi. Iz grafikona je vidljivo kako obje novine na naslovnim stranama najviše imaju kombinaciju fotografije i kratkog opisa vezanog za najavljeni prilog. *Jutarnji list* je na svojim naslovnicama imao 25 najavljenih priloga s kratkim opisom i fotografijom, a *Večernji list* je s istom opremom na svojim naslovnim stranama imao 14 najavljenih priloga. Najmanja je količina najavljenih priloga sa samo fotografijom. U slučaju *Večernjeg lista*, takvih je najava pet, a kod *Jutarnjeg lista* samo dvije.

5.5.1.3 Uloga fotografija

Fotografije u novinskim priložima imaju najveću moć kod utjecanja na čitatelja i samim time privlačenja pažnje na tekst. O važnosti uloge fotografije u izgradnji vjerodostojnosti novina piše i Hrnjić (2007: 194) koja kaže da je fotografija svjedočanstvo o događaju, potvrda da se on zaista desio, te da ona pridonosi autentičnosti teksta. Osim svjedočanstva, fotografije se koriste i za „[...] dobivanje dinamičke strukture prijeloma, odnosno vizualno dopadljivog dojma, što je jedna od bitnih karakteristika tabloidizacije novina“ (Kurtić, 2007a: 131). Najviše prostora i polemike uvijek se pridaje objavljivanju osobnih podataka te fotografija djece u medijima. Etika brani narušavanje privatnosti, posebice kada su u pitanju djeca. Potrebno je štiti njihov identitet i dostojanstvo. Stoga je i u ovom istraživanju posebno istražen taj segment kod izvještavanja.

U analiziranim tekstovima prevladavaju fotografije razrušenih ulica, gradova i stambenih objekata. Fotografije se u većini slučajeva i ponavljaju. Iako se i kod fotografija osobnih kuća može raspravljati o etičnosti, u ovom istraživanju fokus je ipak stavljen na fotografije koje prikazuju maloljetnike. Većina objavljenih i analiziranih fotografija ima potpis autora, iako bi po pravilima novinarske struke svaka objavljena fotografija trebala imati potpis autora. Vezano za opis fotografije, većina fotografija koja ima opis sadržajem odgovara navedenoj fotografiji.

Grafikon 7: Udio objavljenih fotografija djece u dnevnim novinama



Rezultati istraživanja pokazali su kako *Jutarnji list* ima 88% objavljenih fotografija djece u svojim novinama naspram *Večernjeg lista* od 12%. Konkretnije, *Jutarnji list* objavio je 42 fotografije djece, dok je potonji list u temi potresa na Banovini objavio tek šest fotografija djece. Na naslovnim stranicama novina fotografije djece našle su se osam puta, od čega je sedam naslovnica *Jutarnjeg lista*, a tek jedna naslovnica *Večernjeg lista*. Lica djece cenzurirana su na samo tri fotografije u *Jutarnjem listu*, dok su na svim ostalim fotografijama obiju novina lica djece vidljiva i prepoznatljiva.

Slika 1. i 2. Prikaz fotografija na naslovnim stranama dnevnih novina



(Izvor: Večernji list, 31. prosinca 2020. i 1. siječnja 2021.; Jutarnji list, 17. siječnja 2021.)

Slika 3. i 4. Prikaz fotografija na naslovnim stranama dnevnih novina



(Izvor: Jutarnji list, 16. siječnja 2021.; Jutarnji list, 2. siječnja 2021.)

Iako je *Jutarnji list* tri fotografije cenzurirao, napravio je veliki etički odmak time što je u jednom izdanju (10. siječnja 2021.) napravio Specijal pod nazivom „Djeca potresa“. Navedeni Specijal na 10 strana sadrži ispovijesti djece s njihovim slikama preko cijelih stranica.

„Umrla nam je krava Šana, sve nam je uništeno. Najradije bih se preselila na drugi kontinent“, „Ne znam što ću biti kad odrastem, možda medicinska sestra ili možda novinarka. Želim pomagati ljudima“, „Moj plišanac Mrkvić jako se prestrašio potresa. Najviše ga je brinulo gdje ćemo živjeti ako se sve sruši“, „Imamo tajne znakove. Spojeni dlanovi koji se ljuljaju znače potres. Noću skidamo pužnice i tada se osjećamo bespomoćno“, samo su neke od izjava djece koje su novinari *Jutarnjeg lista* intervjuirali i napravili Specijal na deset strana.

Slike 5., 6., 7., 8. Specijal Jutarnjeg lista „Djeca potresa“



(Izvor: Jutarnji list, 10. siječnja 2021.)

Analizom je utvrđeno kako je većina novinskih priloga dostatno grafički opremljena. Gotovo uz svaki prilog nalazi se popratna fotografija koja odgovara opisu. Međutim, većina fotografija ima uznemirujući sadržaj koji može emotivno utjecati na građane. Time se misli na

razrušene zgrade, ulice pune cigle i prašine, uplakane obitelji te djecu ispred uništenih domova. Kao što je već prikazano, *Jutarnji list* se učestalo koristio necenzuriranim fotografijama djece te su i posvetili jedan specijal od 10 stranica samo pričama o djeci koja odrastaju u razrušenoj Banovini.

5.5.2 Izvještavanje o potresu na Banovini RTL i HRT televizije

Na primjeru televizijskog izvještavanja o potresima na Banovini, s naglaskom na onaj najjači 29.12.2020. godine, provedeno je istraživanje u kojoj mjeri su televizijske kuće informirale građane o događaju. Gledalo se koliko vremena je posvećeno temi potresa te kakav utjecaj su prilozi imali na građane. Misli se na emotivnu manipulaciju, jesu li koristili slike, grafike i riječi koje kod gledatelja izazivaju anksioznost, tugu i loše raspoloženje. Analizirali su se televizijski prilozi koji govore o potresu i potresom pogođenom području, a emitirani su u središnjim informativnim emisijama na dvije televizije s nacionalnom koncesijom u Republici Hrvatskoj.

U analizu su ušla ukupno 63 priloga središnjih informativnih dnevnika HRT-a i RTL-a. Kao što je već navedeno, prilozi su prikupljeni u razdoblju od 28.12. 2020. do 28.1.2021. godine. Od ukupno 32 pregledana priloga HRT-ovog dnevnika, samo njih šestoro nije u uvodnoj najavi sadržavalo najavu za potres. Riječ je dnevnicima emitiranim 20. siječnja, te od 24. do 28. siječnja.

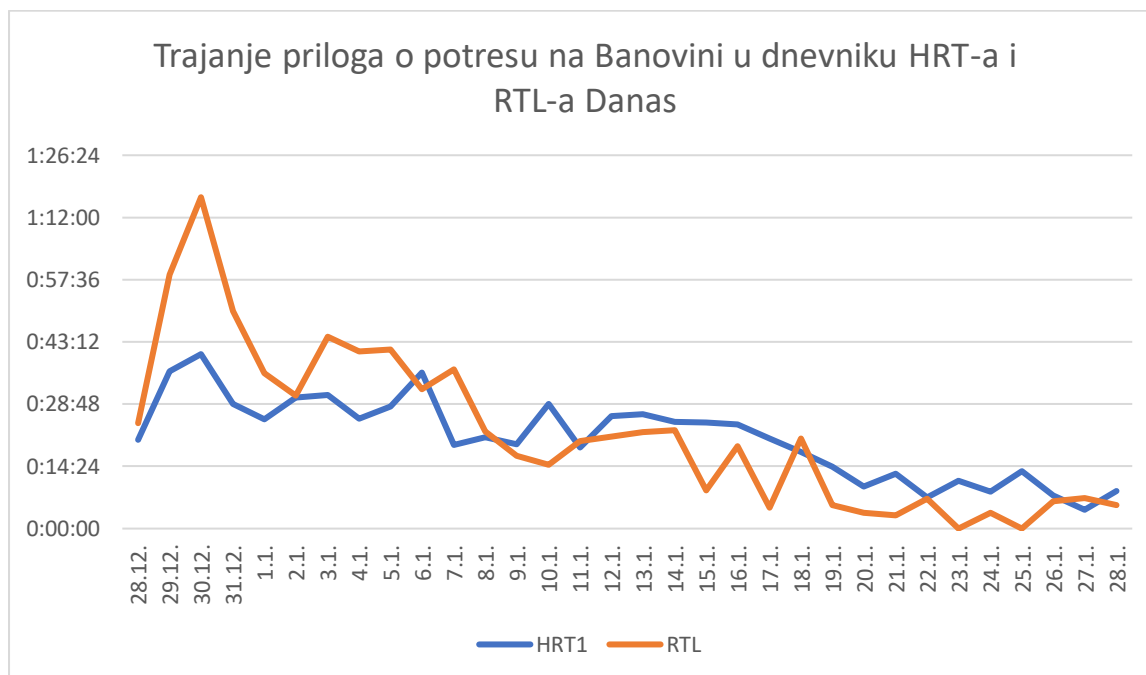
Vezano za dnevnik RTL-a Danas, u analizu nije ušao dnevnik od 25. siječnja, pošto ga nisam dobila na uvid. Stoga je sveukupno pregledan 31 prilog, od kojega njih sedam u uvodnoj najavi nije sadržavalo najavu za potres. Radi se o dnevnicima emitiranim 17., 19., 21., 22., 23., 24. te 28. siječnja.

Tablica 2: Prikaz trajanja priloga ovisno o televizijskoj kući

Televizijska kuća	Trajanje priloga
HRT	11:12:06
RTL	11:48:13
UKUPNO	23:00:19

Analizirano je ukupno 63 priloga u trajanju od 23 sata i 19 sekundi. Hrvatska radiotelevizija je priloge o potresu na Banovini emitirala svaki dan, dok su na RTL-u prilogi emitirani sve manje s odmakom u vremenu od „razornog“ potresa 29.12.2020. godine.

Grafikon 8: Trajanje priloga o potresu u dnevnicima HRT-a i RTL-a



Grafikon prikazuje trajanje pojedinog priloga u obliku sati, minute i sekunde obiju televizijskih kuća razvrstanih po danima prikazivanja od 28.12.2020. do 28.1.2021. Vidljivo je kako se temi potresa najviše vremena posvećivalo u prvim danima nakon potresa. Zanimljivo je što se toliko vremena pridavalo potresu, da su dnevници obrađivali samo ovu temu, dok su sve ostale vijesti ostale zanemarene. Kasnije se, sa sve većim vremenskim odmakom, smanjivalo i trajanje samih priloga. Vijesti o potresu na Banovini više nisu prikazivane na početku dnevnika, već su pozicionirane na kraj informativnog dijela emisije te su u nekim slučajevima pomiješane s temama potresa u Zagrebu i ostalim dijelovima Republike Hrvatske.

Također su vidljive velike oscilacije u trajanju priloga o potresu kod dnevnika RTL televizije. Najveća je oscilacija vidljiva u periodu od 30. prosinca do 2. siječnja. Prilog o potresu iz 30. prosinca trajao je jedan sat, šesnaest minuta i 41 sekundu, dok je prilog iz 2. siječnja trajao tek 30 minuta i 50 sekundi. Trajanje priloga se u odmaku od tri dana upola smanjilo, a kasnije se ponovno postepeno povećavalo. Slična je situacija vidljiva i kod dnevnika HRT-a,

iako ne sa tako velikim oscilacijama u trajanju. Zabilježen je pad u trajanju priloga u istom vremenskom odmaku, ali nije toliko drastičan kao kod komercijalne televizije.

Iz grafikona je vidljivo kako je HRT imao puno uravnoteženije izvještavanje o potresu. Trajanje samih priloga se postepeno smanjivalo ili povećavalo, dok je kod RTL-a sasvim suprotna situacija. Kod njih je vidljiv nagli pad ili nagli porast trajanja priloga. Tek se u četiri uzastopna dana može vidjeti sličnost u trajanju priloga, sve ostalo je u većim razlikama.

5.5.2.1 Utjecaj na građane

Potres je vrlo negativno utjecao na cijelu državu, a osobito na građane pogođenog područja. Bili su uplašeni, tužni i zabrinuti za svoje živote i budućnost. Sve što su osjećali ljudi na Banovini, televizija je prenosila na ekrane. U svim pregledanim priložima vidljivi su emotivni isječci gdje ljudi plaču, vrište i mole za pomoć. Obje televizijske kuće u krupnim su planovima emitirale sve emocije koje su građani osjećali. Inače se takav način snimanja koristi upravo zbog dramatičnosti i približavanja gledatelja s akterima priloga, čime se pokušava utjecati na emocije gledatelja kako bi suosjećali s ljudima pogođenog područja. Na taj se osjećaj stvara i doživljaj bliskosti s akterima priloga, odnosno smanjuje se doživljaj samo gledanja televizije, a pospješuje se prividan osjećaj zbilje. Gledatelji stoga imaju osjećaj da proživljavaju nesreću u istoj mjeri kao i osobe koje vide na televizijskim ekranima. Takvi prilozima inače nisu najadekvatniji kod prikazivanja katastrofa, a može se zaključiti kako se upravo u takvim situacijama najviše prikazuju kadrovi koji imaju najveći utjecaj na emocije gledatelja.

Na emocije gledatelja se također utjecalo i načinom snimanja. Uglavnom su se koristili krupni kadrovi i detalji, ali bilo je i kadrova snimanih iz ptičje perspektive. Krupnim kadrovima se gledatelji povezuju s akterima priloga, ali i jasnije zamjećuju detalje i emocije koje inače možda ne bi odmah primijetili. Krupni kadrovi uglavnom su korišteni za snimke ruku, lica, očiju i nekih detalja koji asociraju na razmjere potresa koji je zadesio građane. Razrušeni gradovi Banovine snimani su ptičjom perspektivom, čime se kod gledatelja budi znatiželja i uzbuđenje. Takvim se načinom snimanja i razbija kontinuitet priloga. Obje su televizijske kuće koristile iste kadrove iz ptičje perspektive, a to su bile razrušene ulice, zgrade, ceste i crkva.

Uz vizualan, i auditivan element uvelike pogoduje emocionalnoj povezanosti s gledateljima. Glazba ima veliku moć na način kako gledatelj doživljava priču koju vidi, također služi kao podloga za priču te potiče emocije. U analiziranim priložima uglavnom nije bilo

glazbene podloge, već su slike i isječci pratili zvuk razaranja i vriska. Tek je manji broj priloga imao glazbenu podlogu koja je bila tužne naravi, kako bi uz sliku melodija još više utjecala na emotivno stanje gledatelja. Pošto je poznato kako kombinacija minimalno dvoje osjetila ima jači utjecaj od korištenja samo jednog osjetila. Međutim, i HRT i RTL su od 30. prosinca 2020. godine do kraja analiziranih priloga, 28. siječnja 2021., u svojim dnevnicima imali glazbu u obliku spota. Uplakani i očajni ljudi, spašavanje i izvlačenje ozlijeđenih, volonteri te kadrovi koji prikazuju trenutak potresa u različitim dijelovima Banovine bili su tematika spotova, čija je uloga bila uvođenje u ili završetak priloga. HRT je svoj spot prikazivao po završetku priloga o potresu na Banovini, a u pozadini je svirala pjesma Doris Dragović „Dajem ti srce“. RTL je svoj spot koristio kao uvod u priloge o Banovini, a glazba je bila dramatične prirode. Potrebno je naglasiti i da se većina kadrova iz spotova pojavljivala kod obje televizijske kuće. Drugim riječima, spotovi HRT-a i RTL-a nisu se previše razlikovali.

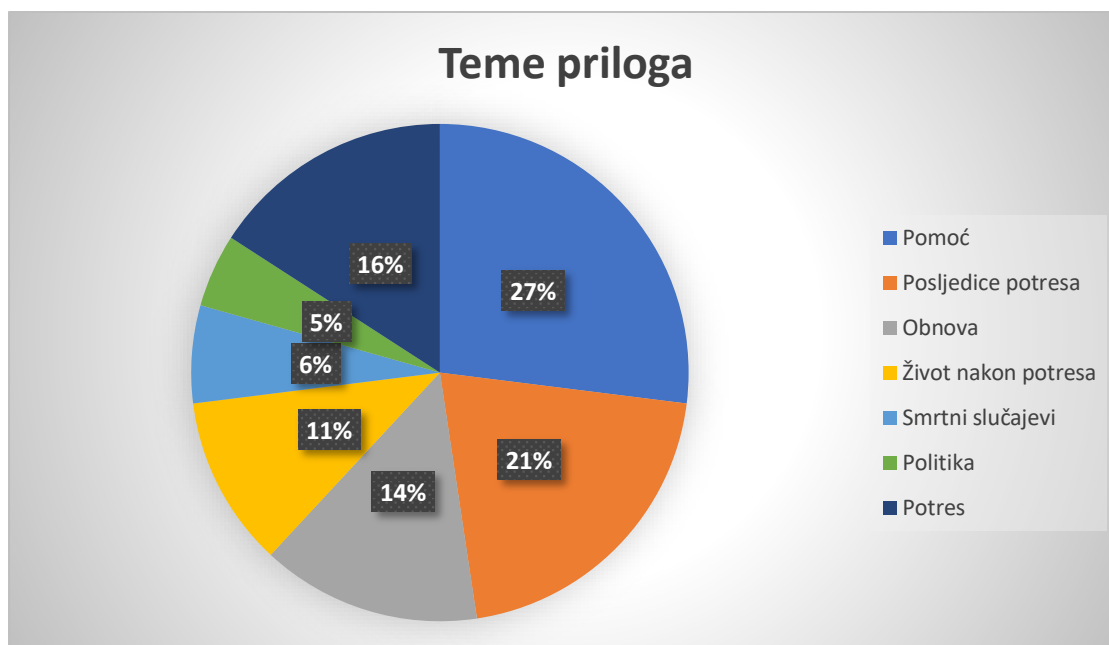
Nadalje, za utjecaj na građane i njihovu percepciju događaja važno je i koji se akteri prikazuju u prilogu. Nije isto pojavljuje li se na ekranima stanovništvo pogođenog područja koje plače zbog izgubljenog ili zahvaljuje zbog pomoći, ili se na ekranima pojavljuju stručne osobe i političari koji objašnjavaju zašto se to dogodilo i što će poduzeti dalje. Primjerice krupni kadar starije gospođe koja plače i kroz suze priča: „rat je bio, rat, ali ovakvog zla nismo imali. Ovo ne znaš jel' bi gledao u nebo ili zemlju. Više živci ne mogu podnijeti, ne može ništa“ (RTL, 30.12.2020.). Na gledatelje puno više utječu građani s kojima se oni mogu poistovjetiti i suosjećati, nego političari u koje i sami gledatelji već gube povjerenje.

Pošto novinari znaju što će privući gledatelje i ostaviti najveći dojam na njih, u ovim su priložima uglavnom korišteni građani Banovine koji su pričali kako se osjećaju i snalaze u situaciji koja ih je zadesila ili oni najunesrećeniji koji mole za pomoć. Govorilo se i o tome kako „kuća ove Glinske obitelji tone. Hitno se moraju iseliti, ne preostaje im drugo nego stvari bacati u dvorište. Jer za koji sat ili dan njihov dom postati će ruševina“ (HRT, 01.01.2021.) ili „i dalje mnogi ljudi žive poput naše gošće Stane Bjelajac u ovakvim improviziranim barakama, jer kontejneri ipak nisu stigli kod svih“. Najviše se snimalo stanovnike u razrušenim kućama ili ispred njih. Obje televizijske kuće snimale su unutrašnjost kuća koje su razbacane, urušene, neprepoznatljive te opasne za život. Osim kuća, snimani su i kontejneri te dvorane pune kreveta, kao 'novi dom' građana Banovine. Uznemirujući sadržaji, iako su teški za gledati najviše privlače gledatelje. Stoga ne čude kadrovi poput razrušene ulice na kojoj žena vrišti. Prikazivani su ljudi koji su izvan sebe i još uvijek ne vjeruju što se dogodilo, tresu se, plaču te gube kontrolu. Pozitivno je jedino to što su za sugovornike, obje televizijske kuće koristile punoljetne starije

stanovnike. Djecu se nije snimalo, osim u pozadini, što je svakako za pohvalu. Iznimka je samo prilog obje televizijske kuće na Novu godinu o prvoj bebi koja se rodila iz Banovine. Prilozi su bili usmjereni na sretnu obitelj, a naglasak je stavljen na činjenicu kako bebi prvi krov nad glavom neće biti obiteljska kuća, već kontejner koji koriste kao privremeni dom. Takve su šokantne snimke najviše prikazivane na početku, a s odmakom vremena od potresa smanjivala se količina potresnih kadrova koje su zamijenili samo poneki s građanima koji tuguju za izgubljenom imovinom i načinom života.

Iako su analizirani isključivo prilozi o potresu, tematika koja se provlačila kroz njih se malo razlikovala po smjeru u kojem prilog ide. Tako se govorilo prvenstveno o potresu koji je ostavio najveći utisak na stanovnike, ali i o onim slabijim potresima koji su zadesili Banovinu u razdoblju od 28. prosinca 2020. do 28. siječnja 2021. godine. Potresi su se opisivali riječima „razoran“, „strašan“, „jak“, „velik“ i slično, čime su se naglašavale velike posljedice samog potresa, ali i šok građana pogođenog područja. Najveći broj priloga se ipak odnosio na pomoć stanovnika i volontera stradalima. Pomoć se odnosi i na strane države koje su slale financijsku pomoć te kontejnere i kamp-kućice. Slijedi tema o posljedicama potresa i obnovi pogođenog područja u kojima su bila česta javljanja stručnjaka koji su nudili svoja mišljenja i adekvatna rješenja za što brže saniranje štete i povratak obitelji kućama. U priložima se još pričalo i o djelovanju političara, životu nakon potresa te smrtno stradalim stanovnicima i volonterima na području Banovine.

Grafikon 9: Prikaz tema priloga koje su dominirale u priložima o potresu na Banovini



Grafikon prikazuje koliko je uistinu vremena posvećeno pojedinoj temi priloga o potresu. U analiziranih mjesec dana najviše se pričalo o pomoći stradalima. Konkretnije, što je sve potrebno stanovnicima Banovine kako bi donekle normalno mogli preživjeti. Obje televizijske kuće pravilno su iskoristile svoje mogućnosti i moć tako što su stanovništvo upućivale o tome gdje mogu naći pomoć te davale upute za prijavu šteta. Mediji su informirali građane o raznim vrstama pomoći koje im pristižu te kojima se mogu obratiti, od državne pomoći, sektora civilne pomoći, HGSS-a do volontera o kojima se najviše pričalo. Primjerice, u prilogu RTL-ovog dnevnika od 3. siječnja 2021. upućuje se na pomoć: „apelira se na građane da dojavu kome je potrebna pomoć“. Naglasak se stavlja upravo na zajedništvo i stanovnike ostatka države koji su nesebično pružali materijalnu pomoć u vidu prehrambenih i neprehrambenih potrepština te kuća, stanova i objekata na moru na korištenje osobama potresom pogođenog područja. Nadalje su se spominjale posljedice potresa u vidu oštećenja obiteljskih kuća te javnih građevina i spomenika, ali i nove informacije o sanacijama nastale štete. Također se većina priloga temeljila o životu stanovnika nakon potresa, gdje se naglasak stavlja na novonastale situacije koje su zadesile stanovnike koji su svoju kuću zamijenili kontejnerima i autima. Ipak, tužne okolnosti pokušali su prikazati što pozitivnije na način što su prikazivali kako stanovnici i dalje žive s nadom u srcu te se bez grijanja vesele na otvorenom i dočekuju Novu godinu.

6. RASPRAVA

Svrha ovog istraživanja bila je utvrditi u kojoj se mjeri novinari televizijskih kuća HRT i RTL te dnevnih novina *Večernji list* i *Jutarnji list* ponašaju profesionalno i odgovorno prilikom izvještavanja u kriznim situacijama, konkretno na primjeru potresa na Banovini koji je obilježio 2020. godinu. Cilj je bio istražiti na koji način i koliko kvalitetno su izvještavali o potresu te u kojoj su se mjeri poštivala etička načela profesije. Kako bi se došlo do relevantnog zaključka postavljene su sljedeće hipoteze.

H: Hrvatske dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list*, te televizijske kuće RTL i HRT nisu izvještavali profesionalno i u skladu etičkih normi o potresu na Banovini.

Suprotno početnom stajalištu, prije početka istraživanja, opovrgnuta je glavna hipoteza. Prema rezultatima istraživanja dobivenim analizom sadržaja vidljivo je kako su se mediji odnosili prema izvještavanju o potresu na Banovini u skladu sa profesionalnim i etičkim standardima profesije. Izuzetak je *Jutarnji list* koji je napravio odmak kod izvještavanja o djeci, pošto su novinari koristili necenzurirane fotografije maloljetne djece i posvetili specijal od deset strana dječjim ispovijestima s Banovine. Polazno mišljenje da mediji krše osnovne postulate svoje struke očito su nastali zbog općenitog nepovjerenja u medije te veliku količinu senzacionalizma koji se pojavljuje unazad nekoliko godina na naslovnicama dnevnih novina. Ipak, istraživanjem se pokazalo kako ne treba stajati uz uvriježena mišljenja većine, jer u pitanju delikatnih događaja, mediji ipak u većini slučajeva postupaju ispravno.

Televizijski prilozi, iako su koristili dramatične snimke ljudi koji plaču i urlaju, nisu u javnosti izazivali pretjeranu paniku i strah, već su informirali građane ostatka države o novonastalim situacijama i upućivali ih na načine kako mogu pomoći stradalom stanovništvu. Prema tome, mediji su ispunili svoju ulogu da pozivaju na zajedništvo i pomoć civila kako bi se unesrećenima olakšala teška situacija u kojoj su se našli. Osim toga, ni novinski niti televizijski prilozi nisu u fokus stavljali samo jedno mjesto pogođeno potresom. Odnosno, grad Petrinja se nije isticao kao lokacija koja je najviše stradala i kojoj treba najviše pomoći, već se pokušala održati heterogenost u izvještavanju te su teme priloga bila i okolna mjesta poput Strašnika, Majskih Poljana, Žažina i ostalih manjih sela u okolici.

H1: Kod izvještavanja mediji nisu štitili identitet žrtve te su koristili djecu za emotivnu manipulaciju društva.

Analizom se utvrdilo kako većina fotografija ima uznemirujući sadržaj koji može emotivno utjecati na građane. Time se misli na razrušene zgrade, ulice pune cigle i prašine, uplakane obitelji te djecu ispred uništenih domova. Kao što je već u radu navedeno, *Jutarnji list* se učestalo koristio necenzuriranim fotografijama djece te su posvetili jedan specijal od 10 stranica samo pričama o djeci koja odrastaju u razrušenoj Banovini. Stoga je ova hipoteza tek djelomično potvrđena. Djelomično jer se odnosi samo na *Jutarnji list*, a ne na *Večernji list* i televizijske priloge. Gledano sa stajališta televizijskih kuća, ova je hipoteza opovrgnuta, pošto se djecu nije snimalo, te su obje televizijske kuće koristile punoljetne sugovornike.

H2: Novinski i televizijski prilozi bili su neprimjereno grafički opremljeni.

Navedena je hipoteza opovrgnuta jer je analizom utvrđeno kako je većina novinskih priloga dostatno grafički opremljena. Gotovo uz svaki prilog nalazila se popratna fotografija koja odgovara opisu. Što se tiče televizijskih priloga, korišteni su krupni kadrovi, grafikoni, snimke snimane sa ptičje perspektive te detalji i glazbena podloga.

H3: *Večernji list* i *Jutarnji list* pretežito imaju jednak broj objavljenih priloga o potresu.

Najviše priloga o potresu na Banovini objavljeno je u siječnju, što je razumljivo pošto se u prosincu radi tek o četiri analizirana dana. Ipak, razlika u broju priloga objavljenih u pojedinim novinama je veća nego što je bilo očekivano. *Jutarnji list* je u siječnju objavio čak 94 priloga više od *Večernjeg lista*. Konkretnije, *Jutarnji list* objavio je 170 priloga, dok je konkurencija objavila tek 76 priloga o potresu na Banovini. Slična situacija bila je i u prosincu. Tada je *Jutarnji list* imao sedam priloga više. Stoga je, prema dobivenim rezultatima analize sadržaja, ova hipoteza opovrgnuta.

H4: Novinski prilozi su pretežito imali senzacionalističke naslove.

Iako suprotno početnom stajalištu, tek je manji broj novinskih priloga imao senzacionalistički naslov, čime je opovrgnuta navedena hipoteza. U analiziranim naslovima bilo je tek 37,28% onih koji imaju senzacionalističke elemente.

H5: Novinski prilozi o potresu najčešće su bili najavljeni na naslovnoj strani, a u slučaju televizijskih priloga u uvodnoj špici, tj. najavi.

Iz rezultata dobivenih analiziranjem naslovnica dnevnih novina može se zaključiti da je većina priloga bila najavljivana na naslovnoj stranici. Svi analizirani prilozi su na naslovnoj strani najavljivani u 74,60% slučajeva. Kada je riječ o televizijskim priložima, gotovo su svi

bili najavljeni u uvodnoj najavi. Pošto se radi o zanemarivom broju dnevnika koji nisu u uvodnoj špici spominjali potres, peta hipoteza se u potpunosti potvrđuje.

7. ZAKLJUČAK

Prirodne katastrofe uvijek pridobiju veliku medijsku pozornost. Pošto nisu česte te se na njih ne može utjecati, ljudima uvijek budu privlačne. Kao što se i ističe u knjizi „Disaster Journalism“ (2019: 3) katastrofe utječu na cijele zajednice te imaju izravne ili neizravne učinke na novinare i medija. Iz razloga što oni imaju vitalnu ulogu osiguravanja protoka informacija, važno je učiniti ih otpornima na katastrofe. Takva je bila i situacija sa potresom na Banovini koji je 29. prosinca 2020. godine zatresao skoro cijelu Republiku Hrvatsku. Stanovnici bližeg područja Banovine u nekoliko sekundi ostali su bez krova nad glavom, a neki i bez života. Zbog delikatnosti takve situacije, od iznimne je važnosti kako će mediji pristupiti izvještavanju o takvom događaju.

Istraživanje je provedeno kvalitativnom i kvantitativnom metodom analize sadržaja, a pokušalo se utvrditi koliko su novinski i televizijski prilozi izvještavali o potresu te koliko se novinari pridržavaju osnovnih smjernica i zakona svoje struke.

Dnevnim novinama *Jutarnji list* i *Večernji list* te televizijskim kućama HRT i RTL potres je odmah postao primarna vijest o kojoj se izvještavalo danima. Najviše vremena posvetilo se priložima o potresu upravo u prvim danima od tog tragičnog događaja, dok se sa vremenskim odmakom smanjivala količina priloga. Iako je početno mišljenje bilo kako se mediji nisu pridržavali profesionalnih i etičkih standarda prilikom izvještavanja u navedenoj kriznoj situaciji, istraživanje je pokazalo upravo suprotno. Naime, dnevne novine i televizije s nacionalnom koncesijom ispunile su svoje uloge prilikom izvještavanja o potresu na Banovini.

Najviše se pričalo i pisalo o načinima pomoći stradalima, posebice ljudima koji žive u udaljenim mjestima, nerijetko i nepristupačnim. Pozivalo se na zajedništvo i nesebičnost u teškim situacijama, te se naglasak stavljao na pomoć koja dolazi sa svih strana države, ali i svijeta. Senzacionalističkih elemenata nije bilo previše. Štoviše, njihov broj je zanemariv. Novinari su u fokus stavljali informativan način izvještavanja gdje su građanima pružali nove informacije o stanju Banovine, ali i mogućnosti koje im se pružaju u vidu pomoći, bilo državne ili civilne.

Iako je cjelokupan zaključak da su mediji generalno izvještavali o potresu na Banovini u skladu etičkih normi, potrebno je istaknuti *Jutarnji list* koji je posvetio najviše mjesta temi potresa te prekršio profesionalne standarde po pitanju izvještavanja o djeci i maloljetnicima. Za razliku od *Večernjeg lista*, *Jutarnji list* je koristio necenzurirane fotografije, te u izdanju 10.

siječnja 2021. godine posvetio cijeli specijal od deset strana upravo najmlađim stanovnicima potresom pogođene Banovine.

Zaključno, rezultati analize opovrgnuli su glavnu hipotezu: Hrvatske dnevne novine *Jutarnji list* i *Večernji list*, te televizijske kuće RTL i HRT nisu izvještavali profesionalno i u skladu etičkih normi o potresu na Banovini. Mediji su se u većini slučajeva ponašali u skladu profesionalnih standarda i izvještavali prema smjernicama koje zadaje njihova struka. Iako je prvobitno stajalište bilo kako mediji ne štite identitet žrtava te koriste djecu za emotivnu manipulaciju društva, kako i glasi prva hipoteza, ovim je istraživanjem to opovrgnuto. Svi analizirani mediji štitili su svoje aktere te su pažljivo izvještavali o maloljetnicima, izuzev *Jutarnjeg lista*, kako je i navedeno. Nadalje, novinski i televizijski prilozima koristili su brojne i različite resurse, među kojima su grafikoni, fotografije i video isječci čime je opovrgnuta i druga hipoteza: Novinski i televizijski prilozima bili su neprimjereno grafički opremljeni.

Iako je možda uvriježeno mišljenje kako konkurentski mediji utječu jedan na drugoga i objavljuju relativno jednake vijesti u sličnom omjeru, analiza je pokazala drugačije. Naime, opovrgnuta je treća hipoteza: *Večernji list* i *Jutarnji list* pretežito imaju jednak broj objavljenih priloga o potresu, pošto je *Jutarnji list* posvetio puno više prostora i vremena temi potresa od *Večernjeg lista*. Četvrta je hipoteza: Novinski prilozima su pretežito imali senzacionalističke naslove također opovrgnuta, jer je broj senzacionalističkih naslova zanemariv. Naravno da senzacionalizma i senzacionalističkih elemenata ima prilikom izvještavanja, ali puno se više proteže informativna strana novinarstva kojoj je u cilju istinito i uravnoteženo informiranje javnosti.

Kao što je već navedeno, o katastrofama i kriznim situacijama uvijek se izvještava u većoj mjeri, nego o ostalim događajima. Stoga ne iznenađuje potvrda pete hipoteze koja glasi: Novinski prilozima o potresu najčešće su bili najavljavani na naslovnoj strani, a u slučaju televizijskih priloga u uvodnoj špici, tj. najavi. Tome je razlog i činjenica što naslovne strane i uvodne špice najavljuju čitateljima/gledateljima što ih očekuje u nastavku, a cilj medija, osim informiranja javnosti, jest i povećanje čitanosti, odnosno gledanosti medijskih sadržaja.

Rezultati ovog istraživanja mogu poslužiti kao podloga za neko daljnje i dublje istraživanje ove teme. Iako, pošto se ovdje radi o malom uzorku najčitanijih dnevnih novina u Republici Hrvatskoj te o dvije od tri najgledanije televizije, sam uzorak nije reprezentativan te se rezultati ovog istraživanja ne mogu očitavati na cijelo novinarstvo. Kako bi se rezultati

koristili kao smjernice za boljitak kvalitete sadržaja, potrebno je odraditi iscrpnije i detaljnije istraživanje na većem uzorku.

Mediji imaju važnu i ključnu uloga u životima građana. Iako ponekad odstupaju od svojih postulata, kada su u pitanju krizni događaji svom poslu pristupaju ozbiljno i sukladno normama i kodeksima struke. Potrebno je naglasiti kako su mediji ogledalo društva i da će uvijek biti prisutni, a o javnosti ovisi kakav će sadržaj pružati.

8. LITERATURA

Knjige i znanstveni članci:

1. Bertrand, Jean-Claude (2007) Deontologija medija, Sveučilišna knjižara, Zagreb
2. Burić, J. (2010) Djeca i mladi kao konzumenti masovnih medija, *Filozofska istraživanja*, 30(4)
3. Dulčić, Dunja (2014) Masovni mediji i postmoderno društvo, „Media, culture and public relations“ 5(1), Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb
4. Elezović, A. (2012) O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.), *Medijska istraživanja* 18(1)
5. Halmi, A. (2019) Metodologija istraživanja u socijalnom radu: kvalitativni i kvantitativni pristup, Novi redak, Zagreb
6. Hrnjić, Z. (2007) Grafička opremljenost teksta kao element vjerodostojnosti dnevnih novina, u: S. Malović (ur.) *Vjerodostojnost medija*, ICEJ, Zagreb
7. Ivanuš, Ž. (2021) Novinarska etičnost pod pritiskom interesnih skušina, *Media, public and public relations* 12(1), znanstveni članak, <https://hrcak.srce.hr/file/373363>
8. Jugo, D. (2017) Menadžment kriznog komuniciranja, Edward Bernays Visoka škola za komunikacijski menadžment i Školska knjiga, Zagreb
9. Jurčić, Daniela (2017) Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i utjecaj, *Mostariensia : časopis za društvene i humanističke znanosti*, 21(1), stručni članak
10. Koraljić, N., Smailbegović, A., Toth, I., Kešetović, Ž., Hodžić, K. (2020) Praktikum za krizni menadžment, Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica
11. Kurtić, N. (2007) Konceptualizacija istraživanja, u: S. Malović (ur.) *Vjerodostojnost medija*, ICEJ, Zagreb
12. Kurtić, N. (2007a) Bosna i Hercegovina: Između profesionalnih standarda i očekivanja čitatelja, u: S. Malović (ur.) *Vjerodostojnost medija*, ICEJ, Zagreb
13. Labaš, Danijel (2010) Luka Brajnović – od vjernosti sebi do vjerodostojnosti profesije, *Medijske studije*, 1(1-2)178-182
14. Lobb, A., Mock, N. i Hutchinson, P.L. (2012) Traditional and Social Media Coverage and Charitable Giving Following the 2010 Earthquake in Haiti, *Prehospital and Disaster Medicine*, 27(4) znanstveni članak,

<https://www.cambridge.org/core/journals/prehospital-and-disaster-medicine/article/abs/traditional-and-social-media-coverage-and-charitable-giving-following-the-2010-earthquake-in-haiti/D2E9600A669EF8DEDD5BE07E3F202057>

15. Majstorović, D. (2010) Etički prijepori i vjerodostojnost dnevnih novina – analiza tekstova s naslovnice Jutarnjeg lista i Večernjeg lista, *Medijske studije*, 1(1-2)
16. Malović, S. (2007) *Etika novinarstva*, ICEJ, Zagreb
17. Malović, S. (2005) *Osnove novinarstva*, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb
18. Malović, S., Ricchiardi, S., Vilović, G. (2007) *Etika novinarstva*, Sveučilišna knjižara i ICEJ, Zagreb
19. Milas, G. (2005) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, Naklada Slap, Jastrebarsko
20. Milas, G. (2009) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*, 2. izdanje, Naklada Slap, Jastrebarsko
21. Mihalinić, M. (2018) *Upravljanje krizama i komuniciranje*, Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica
22. Novak, B. (2021) *Krizno komuniciranje i upravljanje opasnostima*, BINOZA PRESS, Zagreb
23. Ogorec, M. (2010) *Izazovi kriznog upravljanja*, Veleučilište Velika Gorica, Velika Gorica
24. Perišin, T. (2008) Televizijske vijesti: u potrazi za vrijednostima, *Medijska istraživanja* 14(2), znanstveni članak, <https://hrcak.srce.hr/clanak/49651>
25. Plenković, Mario (2015) *Krizno komuniciranje, „Media, culture and public relations“* 6(2), Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb
26. Poler Kovačić, M. (1998) Što je novinarska etika, *Medijska istraživanja*, 4(1)
27. Sreedharan, C., Thorsen, E., Sharma, N. (2019) *Disaster Journalism: Building media resilience in Nepal*, Bournemouth University in association with UNESCO Kathmandu, <http://eprints.bournemouth.ac.uk/32769/1/Disaster%20Journalism%20-%20English.pdf>
28. Tekeli-Yesil, S., Kaya, M. i Tanner, M. (2019) The role of the print media in earthquake risk communication: Information available between 1996 and 2014 in Turkish newspaper, *International Journal of Disaster Risk Reduction* Vol. 33, znanstveni članak, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2212420918306800>
29. Uchida, Y., Kanagawa, C., Takenishi, A., Harada, A., Okawa, K. i Yabuno, H. (2015) *How Did the Media Report on the Great East Japan Earthquake? Objectivity and*

Emotionality Seeking in Japanese Media Coverage, Plos one, znanstveni članak, <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0125966>

30. Vilović, G. (2003) Istraživačko novinarstvo, tabloidizacija i etika, Društvena istraživanja, 14(6)
31. Wimmer, R., i Dominick, J.R. (2010) Mass Media Research: An Introduction, 9. izdanje, Wadsworth Publishing

Internetski izvori:

1. Etički kodeks Večernjeg lista (2022) http://media.vecernji-list.hr/pdf/Eticki_kodeks_Vecernjeg_lista.pdf (posjećeno: 25.6.2022.)
2. Etički kodeks HRT-a (2022) http://www.hrt.hr/Eticki_kodeks_za_novinare_i_kreativno_osoblje_HRT_a.pdf (posjećeno: 25.6.2022.)
3. Hrvatska enciklopedija (2022) mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021 (gledano: 18.06.2022.) <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=34066>
4. Kodeks časti hrvatskih novinara, <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral> (gledano: 14.06.2022.)
5. Seizmološka služba (2022) Godina dana od razornog potresa kod Petrinje, https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/potresi_kod_petrinje/2020-2021 , Prirodoslovno-matematički fakultet Geofizički odsjek, Sveučilište u Zagrebu (posjećeno: 20.6.2022.)
6. Seizmološka služba (2022a) Preliminarni rezultati serije potresa kod Petrinje od 28. prosinca 2022, do 28. siječnja 2021., https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/mjesec_dana_od_glavnog_petrinjskog_potresa , Prirodoslovno-matematički fakultet Geofizički odsjek, Sveučilište u Zagrebu (posjećeno: 20.6.2022.)
7. Ustav RH, <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>, (zadnja izmjena: 15.06.2022.)
8. Zakon o medijima, <https://www.zakon.hr/z/38/Zakon-o-medijima>, (na snazi od: 07.07.2013.)
9. Zakon o elektroničkim medijima, <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima> (na snazi od: 22.10.2021.)

10. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, <https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji> (zadnja izmjena: 15.06.2022.)

11. Zakon o Hrvatskoj izvještajnoj novinskoj agenciji, <https://www.zakon.hr/z/1263/Zakon-o-Hrvatskoj-izvje%C5%A1tajnoj-novinskoj-agenciji> (na snazi od: 15.11.2001.)

Analizirani mediji:

1. Jutarnji list, 28.12.2020. - 28.1.2021.
2. Večernji list, 28.12.2020. - 28.1.2021.
3. Centralni Dnevnik HRT 1, 28.12.2020. - 28.1.2021.
4. RTL Danas RTL-a, 28.12.2020. - 28.1.2021.

9. PRILOZI

Prilog 1. Analitička matrica korištena u analizi sadržaja dnevnih novina Jutarnjeg lista i Večernjeg lista

ANALITIČKA MATRICA

Naziv priloga:

Naziv novina:

- a) Jutarnji list
- b) Večernji list

Broj dnevnika:

Datum izdavanja:

Stranica (od do):

Mjesec objave priloga:

- a) Prosinac
- b) Siječanj

Prilog je objavljen:

- a) Na dan događaja
- b) Dan nakon događaja
- c) Nekoliko dana nakon događaja
- d) Nekoliko tjedana nakon događaja
- e) Mjesec dana nakon događaja

Prilog se najavljuje na naslovnoj stranici:

- a) Da
- b) Ne

Naslov na naslovnoj stranici je:

- a) Informativan
- b) Senzacionalistički

Grafička opremljenost naslovne stranice:

- a) Samo naslov
- b) Naslov popraćen fotografijom
- c) Naslov popraćen kratkim opisom događaja
- d) Naslov popraćen fotografijom i kratkim opisom

Povezanost teksta i naslova:

- a) Naslov je u potpunosti povezan sa sadržajem teksta
- b) Naslov je djelomično povezan sa sadržajem teksta
- c) Naslov nije povezan sa sadržajem teksta

Naslov priloga je:

- a) Informativan
- b) Senzacionalistički

Oprema priloga:

- a) Naslov
- b) Nadnaslov i naslov
- c) Nadnaslov, naslov i podnaslov
- d) Naslov i podnaslov
- e) Nema naslova

Broj izvora informacija:

- a) Jedan izvor
- b) Dva izvora
- c) Tri izvora
- d) Četiri ili više izvora
- e) Nema izvora

Uloga glavnog izvora informacija:

- a) Službeni djelatnici (policija, vatrogasci)
- b) Članovi uže obitelji
- c) Susjedi
- d) Prolaznici

- e) Volonteri
- f) Stručnjaci
- g) Novinar
- h) Ostalo

Navođenje statističkih podataka u prilogu:

- a) Da
- b) Ne

Grafička opremljenost priloga:

- a) Fotografija
- b) Ilustracija
- c) Grafike
- d) Nema grafičke opreme

Broj fotografija na naslovnoj strani:

- a) Jedna
- b) Dvije
- c) Tri
- d) Više od tri
- e) Nema fotografija

Fotografije imaju neprimjeren sadržaj:

- a) Da
- b) Ne

Fotografije prikazuju lica djece:

- a) Da
- b) Ne

Prilog 2. Analitička matrica za analizu televizijskih priloga HRT i RTL televizije

Datum objavljivanja priloga:

Mjesec objavljivanja priloga:

- a) Prosinac
- b) Siječanj

Televizijska kuća:

- a) HRT
- b) RTL

Ukupno trajanje priloga (minute i sekunde):

Kojim se riječima opisuje potres:

- a) Jak, najjači
- b) Snažan
- c) Veliki
- d) Razoran
- e) Katastrofalan
- f) Nema opisa
- g) Ostalo

Kojim se riječima opisuju posljedice potresa:

- a) Velika šteta
- b) Strašne, užasne posljedice
- c) Tragedija
- d) Katastrofa
- e) Razrušeno, uništeno
- f) Stradalo, pogodeno
- g) Nema opisa
- h) Ostalo

Teme priloga:

- a) Pomoć
- b) Posljedice potresa

- c) Obnova
- d) Život nakon potresa
- e) Smrtni slučajevi
- f) Politika
- g) Potres

Emocije koje prevladavaju:

- a) Pozitivne
- b) Negativne

Emocije su prikazane u krupnom planu:

- a) Da
- b) Ne

Prikaz gradova i sela iz ptičje perspektive:

- a) Da
- b) Ne

Postoji li glazbena podloga:

- a) Da
- b) Ne

Kakva vrsta glazbe prevladava:

- a) Melankolična, sjetna
- b) Dramatična
- c) Tužna
- d) Sretna
- e) Nema glazbene podloge

Glavni akter priloga:

- a) Stanovnici
- b) Znanstvenici
- c) Političari
- d) Volonteri
- e) Ostali

Postojanost kadrova u kojima je vidljivo da stanovništvo gubi kontrolu i vrlo je emocionalno (plaču ili vrište):

- a) Da
- b) Ne

Naglasak se stavlja na širenje panike:

- a) Da
- b) Ne

Prikazivanje djece u priložima:

- a) Da
- b) Ne

U prilogu se navode smjernice i informacije o pomoći:

- a) Da
- b) Ne

Lokacije koje se navode:

- a) Grad
- b) Selo
- c) Više lokacija
- d) Ne navodi se lokacija

Prilog 3. Popis tablica

- Tablica 1: Broj objavljenih priloga o potresu u hrvatskim dnevnim novinama (od 28.12.2020. do 28.1.2021.)
- Tablica 2: Prikaz trajanja priloga ovisno o televizijskoj kući

Prilog 4. Popis grafikona

- Grafikon 1: Postotak objavljenih priloga o potresu na Banovini u razdoblju od prosinca 2020. godine do siječnja 2021. godine.
- Grafikon 2: Broj ukupno objavljenih novinskih priloga na temu potresa na Banovini u usporedbi s brojem analiziranih priloga o istoj temi.
- Grafikon 3: Pregled analiziranih priloga prema mjesecima objave
- Grafikon 4: Broj senzacionalističkih naslova naspram broja analiziranih naslova dnevnih novina
- Grafikon 5: Udio priloga u dnevnim novinama ovisno o najavi priloga na naslovnoj strani
- Grafikon 6: Pregled grafičke opremljenosti naslovnih strana
- Grafikon 7: Udio objavljenih fotografija djece u dnevnim novinama
- Grafikon 8: Trajanje priloga o potresu u dnevnicima HRT-a i RTL-a
- Grafikon 9: Prikaz tema priloga koje su dominirale u priložima o potresu na Banovini

Prilog 5. Popis fotografija

- Slika 1. i 2. Prikaz fotografija na naslovnim stranama dnevnih novina
- Slika 3. i 4. Prikaz fotografija na naslovnim stranama dnevnih novina
- Slike 5., 6., 7., 8. Specijal Jutarnjeg lista „Djeca potresa“