

Pogled na izvještavanje portala u Hrvatskoj o pandemiji koronavirusa u razdoblju od 23. ožujka 2020. do 20. svibnja 2020.

Vadas, David

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:188092>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 177_NOV_2020

**Pogled na izvještavanje portala o pandemiji koronavirusa
u razdoblju od 23. 3. 2020. do 20. 5. 2020. godine**

David Vadas, 2641/336

Koprivnica, rujan 2020. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 177_NOV_2020

Pogled na izvještavanje portala o pandemiji koronavirusa u razdoblju od 23. 3. 2020. do 20. 5. 2020. godine

Student

David Vadas, 2641/336

Mentorica

Magdalena Najbar-Agičić, izv. prof. dr. sc.

Koprivnica, rujan 2020. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL		Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo	
STUDIJ		preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo	
PRISTUPNIK	David Vadas	MATIČNI BROJ	2641/336
DATUM	7. 9. 2020.	KOLEGIJ	Povijest novinarstva
NASLOV RADA	Pogled na izvještavanje portala u Hrvatskoj o pandemiji koronavirusa u razdoblju od 23. ožujka 2020. do 20. svibnja 2020.		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	A look at online media coverage of the coronavirus pandemic in the period from 23rd March 2020 to 20th May 2020.		
MENTOR	Magdalena Najbar-Agičić	ZVANJE	izvanredna profesorica
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Lidija Dujić, predsjednica 2. doc. dr. sc. Irena Radej Miličić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Magdalena Najbar-Agičić, mentorica 4. doc. dr.sc. Željko Krušelj, zamjenik člana 5.		

Zadatak završnog rada

BROJ	177_NOV_2020
OPIS	<p>U ovom završnom radu proučava se način na koji su se mediji obraćali javnosti u vrijeme lockdowna na početku pandemije koronavirusa. Medijsko izvješćivanje o pandemiji analizira se na primjerima nacionalnih i regionalnih portala. Primjenom stručne literature na temu medija, odnosa s javnostima, njihove uloge u društvu, teorijama zavjere te detaljnom analizom medijskog sadržaja na određenim portalima koji je vezan uz ovu temu, ovaj rad prikazuje kako se način izvještavanja kroz vrijeme od ožujka do svibnja 2020. mijenjao.</p> <p>U radu pokušava se odgovoriti na pitanja:</p> <ul style="list-style-type: none">- kakva je uloga medija u obavještavanju javnosti?- koje su specifičnosti portala i njihove uloge u informiranju?- koja su obilježja rada medija u razdobljima kriza?- koje su kategorije medijskih priloga prisutne u analiziranom razdoblju na portalima?- postoje li razlike u načinu izvješćivanja nacionalnih i regionalnih portala?- je li se i na koji način izvještavanje o pandemiji mijenjalo tijekom analiziranog razdoblja?

ZADATAK URUČEN

POTPIS MENTORA

M. Najbar - Agićić

Predgovor

Mediji su postali velike kompanije kojima je u interesu zarada, to jest profit, kao i svakoj drugoj kompaniji, samo što bi mediji trebali biti svjesni da moraju raditi u javnom interesu i za javno dobro. Moć medija bila je vrlo vidljiva u vrijeme pandemije koronavirusa kroz koju je prolazila i još uvijek prolazi Hrvatska, ali i cijeli svijet. Posljednjih sam mjeseci imao prilike vidjeti kolika je stvarna moć medija u kriznim situacijama te na koji se način informacije prenose za vrijeme krize. Stanje u kojem se svijet našao na početku pandemije koronavirusa potaknulo me na praćenje cjelokupne situacije, kao i načina na koji su portali prenosili vijesti o novonastaloj krizi. Također, među konzumentima medija pojavilo se pitanje koja je stvarna uloga medija u ovoj situaciji te obavljaju li mediji dobro svoj posao, kao da se novinarski objektivni i nepristrani pristup doveo u pitanje. Ovaj završni rad nastao je kako bih bolje proučio ponašanje medija u kriznim situacijama te kako bih shvatio način na koji mediji funkcioniraju u vrijeme krize.

Ovim bih putem zahvalio svim profesorima i djelatnicima Sveučilišta Sjever koji su u posljednje tri godine mog studiranja bili puni razumijevanja, strpljenja, poticajni i uvijek spremni pomoći – meni kao studentu, ali i svim ostalim kolegama. Također, zahvalio bih svojoj mentorici izv. prof. dr. sc. Magdaleni Najbar-Agičić na velikoj pomoći, motivaciji, poticaju, vodstvu i mentorstvu pri pisanju ovog završnog rada. I na kraju, zahvalio bih svojoj obitelji, djevojci i prijateljima koji su bili moja najveća podrška tijekom školovanja.

Sažetak

Kao što znamo, mediji su od svojih najranijih vremena imali veliku ulogu u društvu pa nismo ni svjesni kakvu su moć stekli u današnjem svijetu. Ono što nam se prezentira ponekad nije onako kako mi to vidimo, već onako kako mediji (ili oni koji imaju utjecaj na njih) žele da mi to vidimo. Mediji imaju veliku ulogu u javnosti jer nas informiraju o svemu i društvo pomoću medija prati zbivanja u cijelom svijetu. Moć i snaga medija postali su očiti prilikom pandemije koronavirusa koja je zahvatila cijeli svijet tijekom 2020. godine kada su mediji postali najvažniji izvor informacija. U Hrvatskoj smo prvi put čuli za koronavirus oko 31. 12. 2019. godine kada su nam mediji donosili vijesti iz Wuhana, epicentra zaraze. U Hrvatskoj se prvi slučaj pojavio nakon nogometne utakmice između Atalante i Valencije koja se odigrala u Milanu 19. 2. 2020. godine i s koje se hrvatski državljanin iz Italije vratio pozitivan na koronavirus. Nakon toga svakodnevno slušamo vijesti o koronavirusu.

U ovom završnom radu proučit ću kako su se mediji obraćali javnosti u vrijeme pandemije koronavirusa putem portala, to jest na koji su način prenosili poruke i odluke Stožera civilne zaštite. Primjenom stručne literature o medijima, odnosima s javnošću, njihove uloge u društvu, teorijama zavjere te detaljnom analizom medijskog sadržaja na određenim portalima koji je vezan uz ovu temu, završni rad prikazuje kako se način izvještavanja kroz vrijeme pandemije koronavirusa mijenjao.

Završni rad podijeljen je u dva dijela. U prvom dijelu izložio sam o važnosti medija, *online* medija, komuniciranja, novinarskih standarda, izvještavanja u kriznim situacijama te o etici novinarstva, definiranju korištenih pojmova, podsjećanju na teorijske postavke. Drugi dio rada je istraživački te istražuje na koji su način mediji izvještavali javnost za vrijeme pandemije koronavirusa pomoću analize sadržaja.

Ključne riječi:

- Izvještavanje
- Koronavirus
- Teorije zavjere
- Portali

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Mediji i komunikacija	4
3. Online novinarstvo	6
3.1. Online mediji u Hrvatskoj	6
3.2. Obilježja online novinarstva	8
4. Profesionalni standardi izvještavanja	10
5. Portali	11
5.1. Index.hr	11
5.2. Vijesti.hr	11
5.3. Tportal.hr	11
5.4. Emeđimurje.hr	11
5.5. Epodravina.hr	12
5.6. Varaždinski.hr	12
6. Analiza	13
6.1. Analiza izvještavanja o pandemiji na Tportalu	14
6.2. Analiza izvještavanja o pandemiji na Indexu	19
6.3. Analiza izvještavanja o pandemiji na Vijestima	24
6.4. Analiza izvještavanja o pandemiji na Varaždinskom	29
6.5. Analiza izvještavanja o pandemiji na Emeđimurju	34
6.6. Analiza izvještavanja o pandemiji na Epodravini	39
6.7. Usporedba	43
7. Zaključak	49
8. Literatura	51
8.1 Knjige:	52
8.1 Diplomski radovi:	52

8.3 Znanstveni članci:.....	52
8.4 Internetski izvori:.....	53
9. Popis korištenih slika, tablica i grafova	54
9.1 Popis korištenih slika.....	54
9.2 Popis korištenih tablica.....	54
9.3 Popis korištenih grafova	54

1. Uvod

Mediji su oduvijek imali zadatak izvještavanja društva o važnim događajima. Zbog pozicije u kojoj se nalaze, a to je, naravno, spojnica između pojedinca i cijelog svijeta, mediji su često kritizirani. Mediji u kriznim situacijama imaju značajan i vjerojatno najveći utjecaj na široke mase jer medije čitamo, gledamo i slušamo baš svi. U Republici Hrvatskoj kritika novina, portala, televizije, radija, novinara, voditelja jako je česta te smo svjedoci različitih komentara na društvenim mrežama i portalima koji se izravno tiču novinarstva. Novinarstvo bi se trebalo držati osnovnih postulata, a to su: istinitost, točnost, pravovremenost, objektivnost i nepristranost. (Malović, 2005) Takvo bi novinarstvo trebalo biti, a je li to baš tako? Utjecaj oglašivača, tvrtki, političara, kako lokalnih tako i državnih, politike medija, urednika i mnogih drugih ponekad dovodi do devastacije kvalitetnog medijskog teksta. Ljudi su, naravno s vremenom, prepoznali utjecaj koji se vrši na medije tako da mediji gube kredibilitet i ne vjeruje im se.

Ova godina pokazala nam je da se medijima, bez obzira na sve, u kriznim situacijama barem na kratko vrijeme vjeruje, no ne samo medijima već i političarima. Godinu 2020. svakako će najviše od svega obilježiti pandemija koronavirusa koja je zadesila svijet. Nitko nije ni pomislio da bismo se mogli naći u nekoj vrsti karantene u kojoj bez propusnica nećemo moći ni u susjedno selo. Ljudi su bili u panici, svijet u neizvjesnosti, a u takvim se situacijama često okrećemo snažnim i staloženim figurama kojima možemo vjerovati te dopuštamo da nas vode kroz vrijeme krize. Medijski svijet je također osjetio strah te se način izvještavanja uvelike promijenio. Odjednom je Hrvatska vjerovala medijima, slušala i slijedila sve odluke Stožera civilne zaštite koje su se prenosile putem medija. S vremenom se situacija počela mijenjati, ljudi su počeli preispitivati odluke Stožera, ali i ulogu medija te su mediji počeli donositi priče koje nisu samo šturo prenošenje informacija već razgovori sa stručnjacima, a počeli su dovoditi u pitanje i ispravnost odluka Stožera.

Prvi dio rada posvetit ću medijima i komunikaciji u medijima općenito kako bih se kasnije mogao posvetiti razradi teme završnog rada. Kako ću proučavati portale bitno je reći nešto o samom *online* novinarstvu i općenito *online* medijima u Hrvatskoj te, naravno, spomenuti teorije zavjere koje su kružile internetom za vrijeme pandemije koronavirusa.

Drugi dio ovog rada posvetit ću medijskom praćenju situacije vezane uz koronavirus na nacionalnim i lokalnim portalima. Popratit ću situaciju te nastojati prepoznati modele,

načine praćenja, dinamiku situacije, promjene oko postavljanja pitanja oko odluka, prenose li portali samo službene odluke Stožera ili traže savjete od ostalih stručnjaka; kako su izvještavali na početku pandemije te kako nakon što je vrijeme odmicalo; jesu li se portali okrenuli teorijama zavjere koje su kružile društvenim mrežama ili su situaciju držali pod kontrolom bez prosipanja nepotrebnih teorija, jesu li objavljivali personalizirane priče i u kojoj mjeri na početku te u kasnijoj fazi pandemije.

S obzirom na to da ćemo se u ovom radu baviti problematikom izvještavanja portala u vrijeme pandemije koronavirusa, važno je detaljnije se pozabaviti i portalima koje ćemo pregledati/istražiti i usporediti. Radi ograničavanja opsega rada, za istraživanje sam odlučio odabrati nekoliko portala, tri nacionalna te tri lokalna, koji imaju veću važnost u informiranju javnosti. Nacionalni portali koje ćemo pratiti su: Vijesti.hr, Tportal.hr te Index.hr, a što se tiče lokalnih: Emeđimurje.hr, Epodravina.hr te Varaždinski.hr.

Odlučio sam se za ove nacionalne portale jer su jedni od najutjecajnijih portala u Republici Hrvatskoj.¹ Index slovi kao jedan od najčitanijih portala, Vijesti.hr je *web* stranica koju vodi RTL televizija te je popularnost tog portala kao i gledanost nakon dolaska Zorana Šprajca naglo porasla. Tportal je također jedan od najčitanijih portala u Hrvatskoj. Što se tiče lokalnih portala, odlučio sam se za navedene jer su mi bliski zbog mjesta stanovanja te su vrlo utjecajni i čitani u krajevima u kojima djeluju. Uz to i zajedno surađuju u informiranju javnosti kako bi zajednica primila vijesti s malo šireg područja od onoga na kojem pojedini portal djeluje.

Metodologija kojom ću se koristiti u ovom istraživanju je analiza sadržaja. Gore odabrani nacionalni i lokalni portali poslužit će u istraživanju kako bi se lakše usporedili načini izvještavanja s lokalne te nacionalne razine. Radi realnijih i preciznijih rezultata vremenski period proučavanja vijesti obuhvaća dulje razdoblje. Vremenski period koji se odnosi na istraživanje određen je trima danima u tjednu (ponedjeljak, utorak, srijeda) svaki drugi tjedan u vremenskom periodu od 9. 3. 2020. do 18. 5. 2020. godine. Radi se o 12 tjedana unutar kojih je pandemija koronavirusa započela te se polako počela smirivati. Analizom sadržaja određenih portala doći ću do rezultata te odgovora na dolje navedena pitanja.

Pitanja na koja ću pokušati odgovoriti su :

¹ <https://net.hr/danas/istrazivanje-reutersa-net-hr-je-4-najcitaniji-i-najbrze-rastuci-website-u-zemlji-kao-i-jedan-od-portala-kojem-hrvati-najvise-vjeruju/>, 13.9.2020., 12:58

1. Prenose li portali u realnom vremenu informacije Stožera? Postavljaju li se pitanja oko utemeljenosti tih odluka ili se samo prenosi ono što Stožer govori?
2. Na koji su način izvještavali određeni portali u određenim razdobljima? Koje su razlike u izvještavanju na početku i u kasnijoj fazi pandemije?
3. U kojoj se mjeri pojavljuju osobne priče na početku i na kraju pandemije, ili se donose samo depersonalizirani podaci?
4. Traži li se mišljenje znanstvenika ili se novinari bave teorijama zavjere?

2. Mediji i komunikacija

Mediji su postali neizostavan dio svakog društva pa tako i svakodnevnice svih ljudi. Društvo 21. stoljeća ne može zamisliti svoj dan bez medija. Mogli bismo reći da smo više nego ikad upleteni u masovne medije. Svi mi koristimo neki od medija: radio, televiziju, internet, knjige, novine... Danas najveći naglasak moramo, naravno, staviti na *online* medije koji imaju nevjerovatnu moć i snagu. Riječ medij svoje korijene vuče iz latinskog jezika, gdje *medius* označava posrednika, točnije onoga putem kojeg se neka informacija prenosi. Mediji su posrednici informacija, ali iza njih uvijek stoji netko, bilo da se radi o onima koji ih reguliraju zakonima ili onima koji su vlasnici medija ili pak o novinarima i urednicima koji oblikuju vijesti. (Peruško 2011: 20)

Medije najjednostavnije možemo opisati kao posrednike koji nam prenose određene informacije, to jest kao sustave javnog informiranja. Prenose sve od najobičnijih vijesti pa do velikih književnih djela. Svijet je zbog medija i razvoja tehnologije postao globalno selo koje svakog dana držimo u svojoj ruci zahvaljujući internetu, mobilnim uređajima te *online* medijima. Na neki način globalno selo je slika i prilika društva 21. stoljeća. Zahvaljujući tome, svaki čovjek na našem planetu i može u bilo kojem trenutku saznati što god ga zanima, što se dogodilo u kojem dijelu svijeta, tko je izdao novi album, tko je prevario supružnika ukoliko je to otkriveno, koji se novi film snima, tko je zaradio najviše novaca u prethodnoj godini i to sve kad god poželi jer mu je sve dostupno na dlanu.

Bitna stvar je ta da mediji moraju ispuniti osnovne postulate, a to su informirati, educirati i zabaviti što veći broj ljudi. Kad govorimo o većem broju ljudi koje mediji informiraju, moramo spomenuti pojam masovnih medija. Masovni mediji su mediji koji imaju globalni doseg publike diljem svijeta te se konzumiraju širom svijeta, a možemo ih podijeliti u skupine:

- prema vrsti – knjiga, tisak (novine, časopisi), film, televizija, radio, nosači zvuka i slike
- prema dosegu – međunarodni, nacionalni ili lokalni
- prema obliku vlasništva – privatni, javni, državni, ili mediji trećeg sektora (community). (Peruško 2011: 22)

Podjelu medija prema vrsti ne treba posebno objašnjavati. Oni naravno ovise o tome što predstavljaju, knjigu, film, zvuk, radio i tako dalje. Prema dosegu postoje međunarodni, nacionalni i lokalni. Međunarodni medij ima najveće razmjere te se ti mediji smatraju najjačim svjetskim medijima. Nacionalni imaju važnu uloga za pojedine države i nacije te imaju manju moć od međunarodnih. Lokalni su jako bitni lokalnoj zajednici kojoj se obraćaju te imaju najmanji utjecaj i doseg.

Definiciju masovnih medija nalazimo u knjizi *Uvod u medije*: „Masovne medije možemo definirati kao institucije koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne informacije.“ (Peruško 2011: 15). Javnost ne može previše utjecati na medije, oni bi trebali raditi neovisno i bez pritiska, ali, s druge strane, mediji utječu na nas. Građani mogu pomoći medijima u radu, ali ne mogu ih mijenjati, ispravljati i sve što bi htjeli, već s obzirom na svoje afinitete (politička usmjerenost, vjerska uvjerenja, politika medija koja nam odgovara i slično) izabrati medij koji im je draži te vjerovati tom mediju.

Kod opasnosti vezanih uz medije važno je spomenuti i pojavu *online* medija koji su preuzeli vodeću ulogu svjetskih medija, a koji donose nove mogućnosti informiranja, ali i dezinformiranja. Novine su pretrpjele težak udarac pojavom interneta, tiraže su se smanjile te su novine postale nešto što se danas rijetko čita. Novine su se preselile na portale što zapravo i nije začuđujuće. Portali su besplatni, nalaze se *online*, iz minute u minutu možemo pratiti vijesti te sve što nas zanima, dostupni su nam na dlanu, pregledniji su te ono što najviše privlači modernog čitatelja prepuni su multimedijskog sadržaja te linkova s poveznicama.

3. *Online* novinarstvo

Online novinarstvo drugačija je vrsta medija i novinarstva od onih klasičnih te se ono odvija putem interneta. Takva se vrsta novinarstva razvijala ovisno o brzini napretka tehnologije, ali i prihvaćenosti te tehnologije od društva. Danas je takva vrsta novinarstva najčitaniji i najjači svjetski medij. Društvo 21. stoljeća postalo je *online* društvo. Sve što radimo, radimo *online* i sve nam je omogućeno pa tako i vijesti. Novi medij, kako se danas voli nazivati *online* novinarstvo, izbacuje s tržišta stare medije poput radija, televizije, a naročito novine. Televizija i radio uspjeli su se prilagoditi na vrijeme te nisu u tolikoj mjeri izgubili posao kao novine kojima su tiraže i naklada značajno pali u novije vrijeme. *Online* novinarstvo u prednosti je ispred svih medija najviše zbog brzine prijenosa informacija koje je moguće samo preko interneta. U svakoj sekundi možemo saznati što nas zanima i to nebitno gdje se nalazimo te tiče li se ta vijest Republike Hrvatske ili svijeta. *Online* novinarstvo prepuno je multimedijskog sadržaja te je omogućena interakcija s korisnicima putem komentara. Također pretraživanje vijesti na neku temu puno je jednostavnije i preglednije zbog postojanja poveznika i linkova koji nas vode na vijesti povezane uz neku temu koju pretražujemo.

Autor Mato Brautović u svojoj knjizi *Online* novinarstvo definirao je *online* medije kao web stranice kojima je svrha informiranje korisnika, i to neovisno o tome radi li se o informativnom, političkom, zabavnom ili nekom drugom sadržaju te neovisno o tome radi li se o digitalnom izdanju klasičnih medija ili o novom mediju (Brautović 2011: 13).

3.1. *Online* mediji u Hrvatskoj

U svijetu prvi *online* medij koji se pojavio bio je Paolo Alto Weekly koji je izlazio u Kaliforniji od 1994. godine te se objavljivao dva puta tjedno. Dok je Kalifornija već 1994. godine imala svoj prvi svjetski *online* medij, mogli bismo reći da je RH prvu inačicu portala dobila već 1991. godine kada se pojavljuje internet koji je uveden nakon što je tadašnje Ministarstvo znanosti i tehnologije pokrenulo projekt CARnet. Prvu stranicu pokrenuli su iz

Hrvatske radiotelevizije, a ona je prenosila vijesti koje su bile objavljene putem teleteksta, radija ili TV vijesti bez dodatne obrade.²

Online mediji u Hrvatskoj nisu kasnili za svjetskim trendovima. Počeci medija datiraju iz 1995. godine kada se pojavljuju prvi *online* mediji na hrvatskom prostoru, unatoč svim problemima s kojima su se susretali. Iako nismo kasnili za europskim trendovima, količina *online* novina nije bila toliko velika. Na webu se od dvjestotinjak tjednika, specijaliziranih i lokalnih novina nalazilo samo 12. Naravno, dobar dio maloj količini novina na internetu možemo pripisati i tome da je internet u to vrijeme imao značajno manje korisnika nego što je to danas. Hrvatska je imala svega šest posto korisnika koji su imali pristup internetu, ali i taj je internet bio jako spor te mu je često pucala veza. Jedan od najboljih *online* medija u vrijeme pokretanja *online* medija u Hrvatskoj bila je Hrvatska radiotelevizija. „Branko Hebrang je zaključio i da novinarstvo u to doba nije bilo spremno prihvatiti internet, da se ulaganja u internet sporo ili uopće ne vraćaju, „izlazak na internet“ se doživljava kao promotivno-promidžbena aktivnost, posloводства nisu spremna osnovati zasebna uredništva za *online* medije, redakcije su bile slabo tehnički opremljene, a uredništva je mučio nedostatak informatičkog kadra.“ (Brautović, 2010.)

Online mediji u Hrvatskoj najveći su pomak doživjeli nakon pokretanja stranice Izbori.net. Do tada u Hrvatskoj ni jedan *online* medij nije bio posjećen u tolikoj mjeri. (Brautović, 2010)

Osim što je *web* stranica Izbori.net donijela veliki preokret u Hrvatskoj što se tiče *online* medija te korištenja interneta općenito te internetske pismenosti, Index.hr je svojim vijestima uvijek znao šokirati te zaintrigirati javnost pa su tako bili portal koji je objavio vijest s naslovom „Ljudi, imamo pornić sa Severinom“. Iako sam portal nije prenio cijeli video, prenijeli su fotografije kojima su kompromitirali estradnu pjevačicu. Nakon objave Indexa svi portali prenijeli su tu priču po svojim stranicama. U vrijeme kad se nije stišavala buka oko Severinine afere, internet bilježi veliki porast te broj novih korisnika čiji se broj povećao za 20 posto u odnosu na vrijeme prije afere. Samo nekoliko dana nakon afere konzumacija interneta se vratila u normalu, no u tom trenutku internet je postao relevantan izbor informacija i u Hrvatskoj. Novine koje se uzadnje pokrenule svoj portal, to jest *online* medij bile su Jutarnji list koji *online* način rada pokreće 2005. godine. (Brautović, 2010.)

² <https://www.carnet.hr/o-carnet-u/>, 23. 6. 2020., 18:51

3.2. Obilježja *online* novinarstva

Različiti autori kod različitih pristupa navode različite karakteristike medija poput multimedijalnosti, interaktivnosti, hipertekstualnosti, transparentnosti, višestranosti, neograničenosti prostora, raznolikosti distribucije i tako dalje. Sve su to karakteristike medija koje bismo naravno mogli navesti kada govorimo o njima. Kad uzmemo u obzir sve autore koji su o tome pisali, Brautović je te karakteristike odlučio podijeliti na multimedijalnost, neposrednost, nelinearnost, povezivanje poveznicama i arhiviranost. (Brautović 2011: 44)

Multimedijalnost se odnosi na prisustvo više medija koje možemo naći na portalima. Korisnicima se za što bolji doživljaj i uvid u vijesti, događaje i slično nudi pristup različitim fotografijama, videima, auditivnim zapisima kako bi što lakše mogli dočarati situaciju u kojoj se neki događaj dogodio. „Provedena su mnoga istraživanja o utjecaju multimedije na proces pamćenja informacija. Dokazano je da ljudi najlakše pamte informacije u tekstualnom obliku... ali kad su tekstu dodane fotografije, videozapisi i audiozapisi, pamćenje je još uspješnije.“ (Brautović 2011: 47) Također 2000. godine provedeno je istraživanje koje je dokazalo da videozapisi i auditivni zapisi odvlače pažnju sa samog teksta jednako kao i reklame te oglasi dok fotografija omogućava korisniku da bolje zapamti tekst. Ljudi su većinom vizualni tipovi pa nakon što detaljno prouče neku stranicu oni svoju pažnju usmjere na tekst, no taj tekst čitaju vrlo površno osim kod onih stvari koje su u njihovom području interesa.

Neposrednost se kao karakteristika u *online* medijima ostvaruje putem plasiranja informacija čim su dostupne što ukratko znači da se informacije jako lako mogu objaviti u kratkom vremenu te se ne mora čekati tisak i fizička distribucija kako bi izašle sljedeći dan. Priča koja se nalazi na *online* mediju ima prednost ispred priča u klasičnim medijima jer nudi raznovrsnost što znači da se može veliki broj ljudi, događaja, informacija uključiti u priču kako bi ta priča bila što relevantnija. Prostor koji se nalazi na internetu ne poznaje granice pa to omogućava neograničen broj objava i veliku količinu podataka koji se mogu objaviti. Svi ti podaci dostupni su u bilo kojem vremenu te to omogućava mogućnost izmjene i nadopune određenih tekstova novim informacijama ukoliko novinar dođe do njih. I, možda najbitnije, prednost je ta što preko interneta mediji priči mogu dati puno širi i cjelovitiji kontekst. Greške

poput tipfelera ili krivih informacija mogu se ispraviti u vrlo kratkom roku, a ne da se mora čekati novi broj novina da bi se pogreška ispravila. Naravno, to je dovelo do pomalo nekritičkog i neprovjerenog načina pristupu informacijama. (Brautović 2011: 44-45)

Nelinearnost se odnosi na pohranu i prikaz informacija u rasporedu koji nije zacrtan. Takav način nizanja korisnicima omogućava da pristupe onim informacijama koje žele bez da nepotrebno pregledavaju cijeli sadržaj kako bi našli ono što traže. (Brautović, 2011:48) Također nelinearnost omogućava korisnicima da mogu pristupiti vijestima u bilo koje vrijeme. Kod klasičnih, to jest tradicionalnih medija poput radija i televizije korisnici moraju čekati određeno vrijeme da bi došli do nekih informacija dok *online* mediji omogućavaju korisnicima da sve informacije mogu dobiti u bilo koje doba dana uz uvjet da imaju internetsku vezu. (Krušelj, 2017)

Povezivanje poveznicama, to jest hipervezama stvari su na kojima se internet temelji. Pomoću poveznica možemo povezati fotografije, videa, tekstove s drugim informacijama koje se nalaze na nekim drugim web mjestima. Kako bi korisnik što bolje mogao percipirati priču, služi se poveznicama kako bi nadopunio informacije na koje je naišao. Poveznice nam služe kako bi korisnici lakše došli do pozadinskih informacija. Također, mediji se njima služe kao izvorom informacija te se pozivaju na vanjske poveznice kako bi sebe zaštitili od potencijalnih krivih informacija. Poveznice su uklopljene u tekst tako da ih korisnici mogu lako uočiti i otvoriti.³

Posljednja karakteristika koja se navodi je arhiviranost. Količina podataka koja se nalazi na internetu trenutno iznosi tisuće yottabayta, za usporedbu 1 yottabayt iznosi 10 na petnaestu gigabajta. Tako je i najveća prednost *online* medija i ta da se arhiva radi sama od sebe. Tekstovi su pohranjeni na internetu nakon što se objave te im korisnici mogu pristupiti u bilo koje vrijeme. (Palibrk, 2017: 32)

³ <https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5436&chapterid=907>, 27. 8. 2020., 10:20

4. Profesionalni standardi izvještavanja

Kako bi novinarski svijet bio uređen kao i način na koji se piše, te da bi novinarski stil bio prepoznat i cijenjen, važno je držati se nekih kodeksa, normi, ali isto tako i nekih standarda izvještavanja. Novinar se u tom svijetu promatra kao novinarski subjekt jer donosi odluke, utječe na komunikacijsko djelovanje, nadzire i svjesno djeluje usmjeravajući vlastitu profesiju te nastoji ostvariti zadatke koji su mu dodijeljeni zbog svoje mjerodavnosti. (Poler Kovačić, 2001: 30). Stjepan Malović (2005: 18) navodi pet standarda izvještavanja kojih bi se novinari trebali držati ukoliko žele dobro odraditi svoj posao. To su: istinitost, poštenje, točnost, uravnoteženost te nepristranost.

Vijest ili informacija koja se iznosi u medijima mora biti isključivo istinita. Ukoliko vijest ili informacija nisu istiniti, to ne možemo smatrati viješću. (Malović, 2005: 19)

Novinar u svom radu mora imati na umu da izvještava široku javnost te ta javnost zahtjeva vijesti u kojima će novinar ostati neprimjetan. Ne smije ostaviti trag svojeg mišljenja u izvještavanju, već taj izvještaj mora biti uz minimalnu prisutnost novinara. (Malović, 2005: 25)

Svaka navedena činjenica u nekoj vijesti mora biti točna i provjerena. Svakako da se posebna pozornost prilikom pisanja ili izvještavanja mora obratiti na imena, datume, brojeve kako bi se vijest mogla točno prenijeti. Ukoliko dođe do pogreške, a one su česte u *online* medijima, novinar je tu pogrešku dužan ispraviti te se ispričati zbog mogućeg propusta kako bi informacija postala vjerodostojna. (Malović, 2005: 31)

Prilikom izvještavanja o nekom događaju novinar mora paziti na to da događaj prikaže uravnoteženo sa svih strana priče kako neka strana ne bi ostala zakinuta. (Malović, 2005: 37)

Možda i najbitniji standard izvještavanja jest nepristranost. Novinar mora prenijeti vijest o nekom događaju tako da ta vijest ostane neutralna te da nema tendencija prikloniti se nekoj strani. Nepristrano novinarstvo omogućuje vijesti da bude točno takva kakva ona jest bez uljepšavanja, komentara te stajališta samog novinara. (Malović, 2005: 53)

5. Portali

U ovom istraživanju analizirano je 6 portala, 3 nacionalna te 3 lokalna. Donosimo osnovne informacije o njima.

5.1. Index.hr

Index.hr slovi kao portal nacionalnih razmjera. Poznat je po svojim velikim pričama i naslovima koje donosi kroz godine rada. Osim što su bitni kao sam portal, objavom Severininog pornouratka promijenili su tok korištenja interneta u Hrvatskoj. Imaju veliki utjecaj na nacionalnoj razini. Trenutna glavna urednica je Andreja Hudika. (<https://www.index.hr/impressum>, 24. 8. 2020., 20:24)

5.2. Vijesti.hr

Vijesti.hr jesu portal koji poput Indexa ima nacionalni doseg. Svojim izvještavanjem informiraju široku javnost u Hrvatskoj. Vijesti.hr nalaze se pod nadležnošću RTL televizije. Glavna urednica je Mateja Gajnik te je portal isto kao i dnevnik RTL-a doživio veliki procvat i porast gledanosti dovođenjem Zorana Šprajca u svoj tim. Također važno je napomenuti kako Vijesti.hr dobro surađuju s lokalnim portalima koji se obrađuju u analizi, a to su: Emeđimurje.hr te Varaždinski.hr. (<https://www.rtl.hr/vijesti-hr/impressum/>, 24. 8. 2020., 20:24)

5.3. Tportal.hr

Tportal.hr portal je nacionalnog dosega. Na čelu portala se kao glavna urednica nalazi Danijela Jozić. Portal je u vlasništvu Hrvatskog telekoma te ima sjedište u Zagrebu. (<https://www.tportal.hr/impressum>, 25. 6. 2020., 12:24)

5.4. Emeđimurje.hr

Emedimurje slovi kao najbolji lokalni portal na području Međimurske županije. Nakladnik portala je RTL Hrvatska. Glavni urednik portala je Alen Fuš. (<https://emedjimurje.net.hr/info/3208511/impressum/>, 25. 6. 2020., 12:35)

5.5. Epodravina.hr

Epodravina portal je lokalnog dosega te je jedan od utjecajnih portala na području Podravine. Glavni urednik portala jest Sanjin Bojić. (<https://epodravina.hr/impressum/>, 25. 6. 2020., 12:42)

5.6. Varaždinski.hr

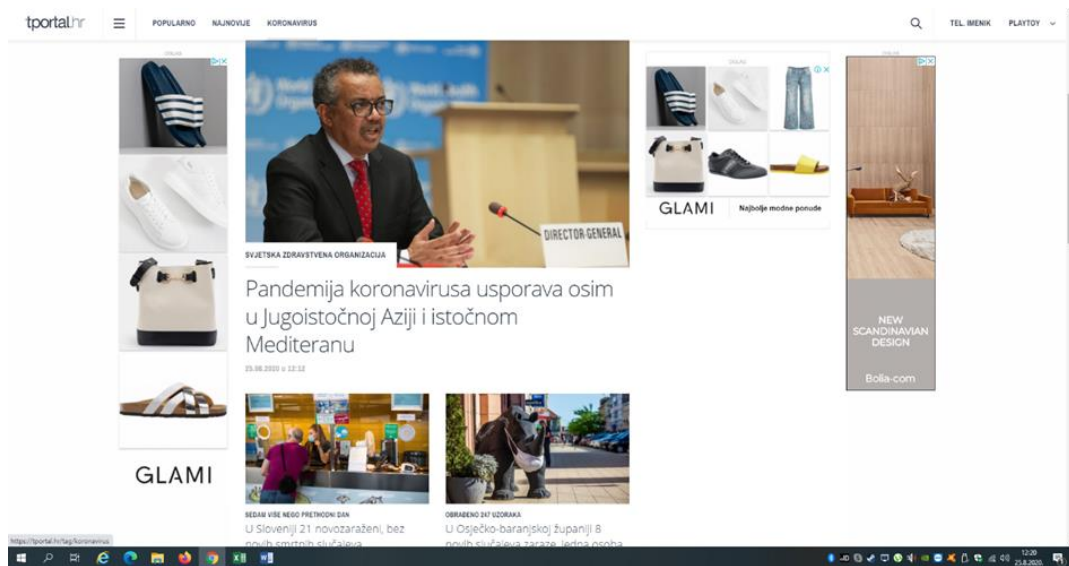
Portal je također lokalnog dosega te je jedan od čitanijih portala na području Varaždinske županije. Glavni urednik portala je Goran Štimec. Nakladnik portala je također RTL Hrvatska pa je velika suradnja između Varaždinski.hr te Emedimurje.hr. (<https://varazdinski.net.hr/info/3208665/impressum/>, 25. 6. 2020., 12:51)

6. Analiza

Analizirajući određene datume na određenim nacionalnim te lokalnim portalima mogu se vidjeti razlike koje su prikazane u nastavku. Metoda korištena kod ove analize je analiza sadržaja te se njome prikazuje zastupljenost pojedinih priča, tema u medijskom prostoru za vrijeme pandemije kaoronavirusa. Teme na koje su bile podijeljene tablice su: šturo prenošenje informacija, opširne vijesti, istraživanja i zapažanja, teorije zavjere, individualne priče, razgovori sa stručnjacima, kronološki pregled događaja u danu, sport, *lifestyle* poznati i slavni te crkva. Prve dvije kategorije odnose se na informacije koje su mediji iznosili, a usko su vezane uz koronavirus te stanje u svijetu i Hrvatskoj. *Šturo prenošenje informacija* odnosi se na vijesti koje su se sastojale od nekoliko rečenica u kojima su samo dani podaci Stožera civilne zaštite Republike Hrvatske, te podaci i brojke koje su stigle iz svijeta. *Opširne vijesti* jest kategorija koja obuhvaća vijesti koje se također odnose na brojke oko koronavirusa, ali je dan i neki širi spektar, na primjer što je Stožer rekao na konferenciji, odgovori na novinarska pitanja i slično. *Istraživanja i zapažanja* odnose se na vijesti koje donose neke rezultate istraživanja ili zapažanja vezana uz koronavirus, dok se kategorija *Razgovor sa stručnjacima* odnosi na intervju te razgovore sa stručnjacima koje su portali prenijeli ili su direktno razgovarali s nekim stručnjacima. *Teorije zavjere* odnose se na priče oko teorija zavjere, dok se *Individualne priče* odnose na priče ljudi koji su preboljeli koronavirus te pretpostavljam da su portali pomoću njih pokušavali proširiti svijest o opasnosti pandemije. *Sport* je kategorija koja se odnosi na vijesti o tome kako pandemija utječe na sport, što će biti s nogometom, rukometom, nastavkom natjecanja, transferima i slično, *Lifestyle* te poznati i slavni je kategorija u koju se svrstavaju vijesti koje su vezane uz poznate i slavne osobe, što rade u vrijeme pandemije, kako provode vrijeme i slično te način života i što raditi za vrijeme pandemije. Kategorija *Crkva* odnosi se na vijesti koje donose događanja unutar Crkve za vrijeme pandemije. Na kraju ostala je još kategorija *Kronološki pregled događaja u svijetu i Hrvatskoj* gdje su čitatelji imali mogućnost pratiti iz sata u sat kako se stanje oko pandemije mijenja.

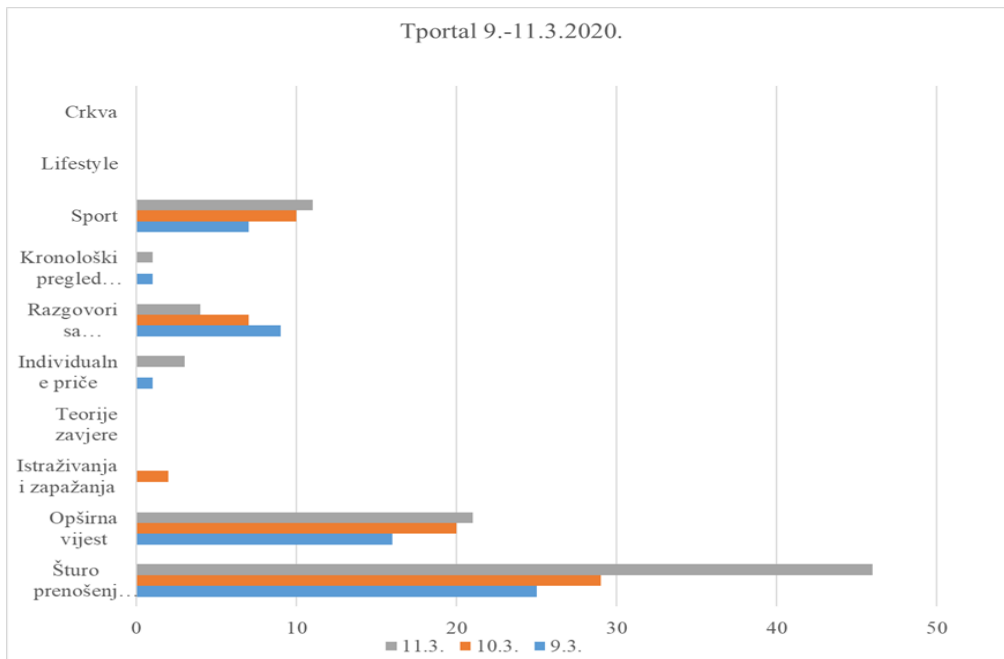
6.1. Analiza izvještavanja o pandemiji na Tportalu

Tportal kao i svi drugi analizirani portali ima na svojoj stranici otvorenu kategoriju Koronavirus u kojoj se mogu naći sve vijesti koje su objavljene, a vezane su uz koronavirus. Ukupan broj naslova na analizirane datume iznosi 1765, što je daleko najveći broj članaka od svih analiziranih portala. Vijesti je mnogo, no nepregledno su posložene u odjeljku koronavirus zbog same činjenice da ne stoji ni datum ni vrijeme pored vijesti.



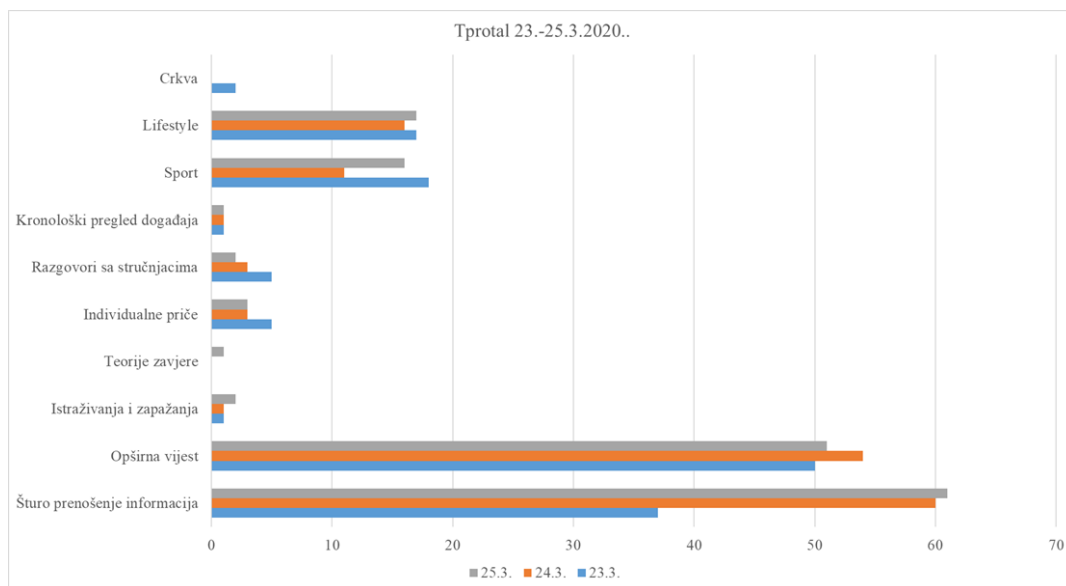
Slika 6.1.1. Izgled stranice Tportal.hr, <https://www.tportal.hr/tag/koronavirus> 25.8.2020., .12:25

Prvi analizirani tjedan, 9., 10., 11. ožujka, imao je povećani broj članaka, i oni su kasnije postali još učestaliji. Prva tri dana broj članaka bio je 58, 68 i 86, dok se već u sljedećem tjednu (25. 3. 2020.) ta brojka penje na 154 članaka. Grafikoni u nastavku prikazuju količinu naslova koji spadaju u neku kategoriju koje analizira ovaj rad. Grafikoni su rađeni po tjednima te svaki grafikon predstavlja jedan analizirani tjedan.



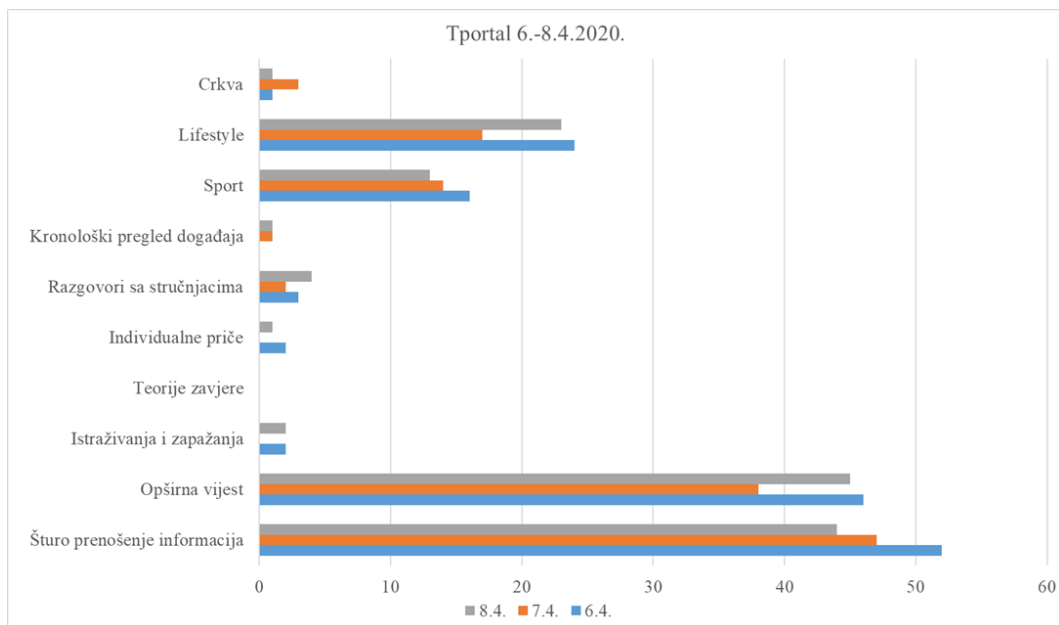
Grafikon 6.1.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Tportal.hr

U prvom tjednu broj članak iznosio je 213, te kao što možemo vidjeti, prednjačilo je šturo prenošenje informacija koje su bile dane od strane Stožera, zatim opširne vijesti koje su donosile detaljnije priče o tim informacijama i propitivale odluke Stožera. Na kraju se nalazi sport koji donosi vijesti o načinu izvođenja sporta u budućnosti, razgovaralo se i sa stručnjacima u dobroj mjeri, te je u javnost pušteno nekoliko individualnih priča.

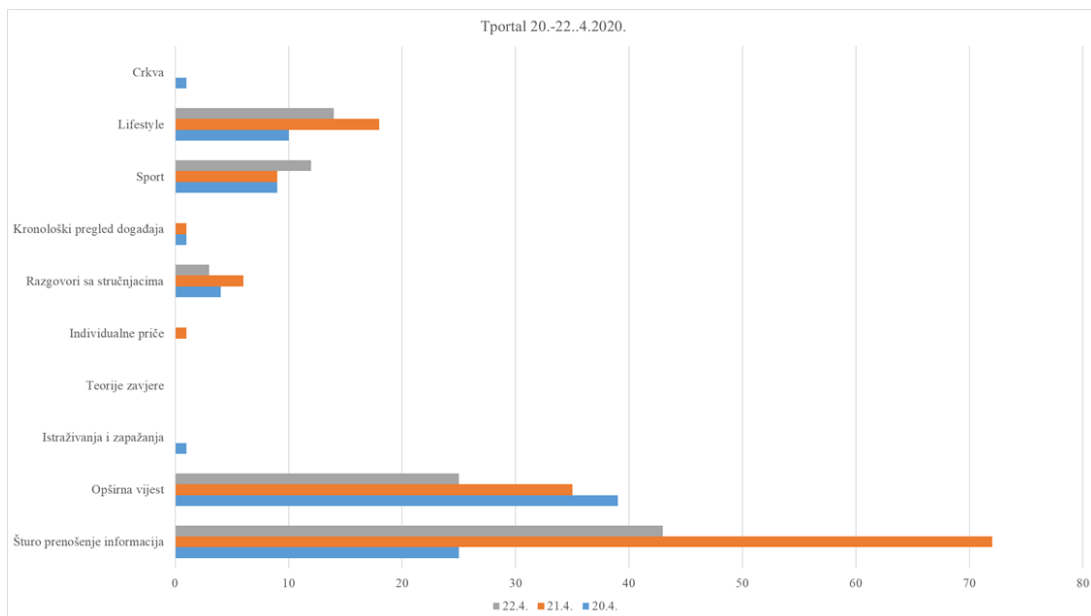


Grafikon 6.1.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Tportal.hr

Drugi tjedan sa sobom nosi dvostruko veći broj naslova, što ukupno iznosi 439 članaka. U obzir se svakako mora uzeti i potres koji se 22. 3. 2020. godine dogodio u Zagrebu pa se uz koronu još vežu i vijesti o potresu i njegovim posljedicama. Kao i u prvom tjednu, nema nekih većih promjena u sastavu vijesti. Prednjače kategorije šturo prenošenje informacija te opširne vijesti uz veći broj *lifestyle* te sporta, no uzmemo li u obzir dvostruko veći broj naslova, možemo zaključiti kako se tu bilježi proporcionalni rast koji donosi dvostruko veće brojke gotovo u svim poljima. U ovom se tjednu spominju i teorije zavjere, to jest vijesti koje donose priče o teorijama. One se ne zagovaraju, već se samo donose neke teorije koje su iznesene u javnost. Kreću vijesti s donošenjem istraživanja te vijesti iz crkve i kronološki pregled događaja.

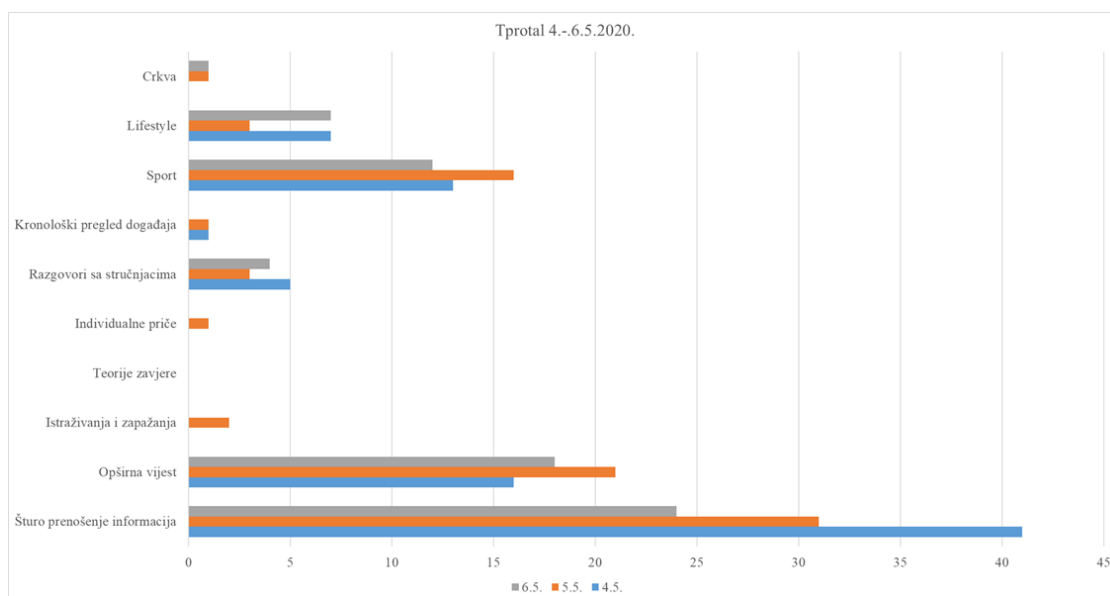


Grafikon 6.1.3. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Tportal.hr

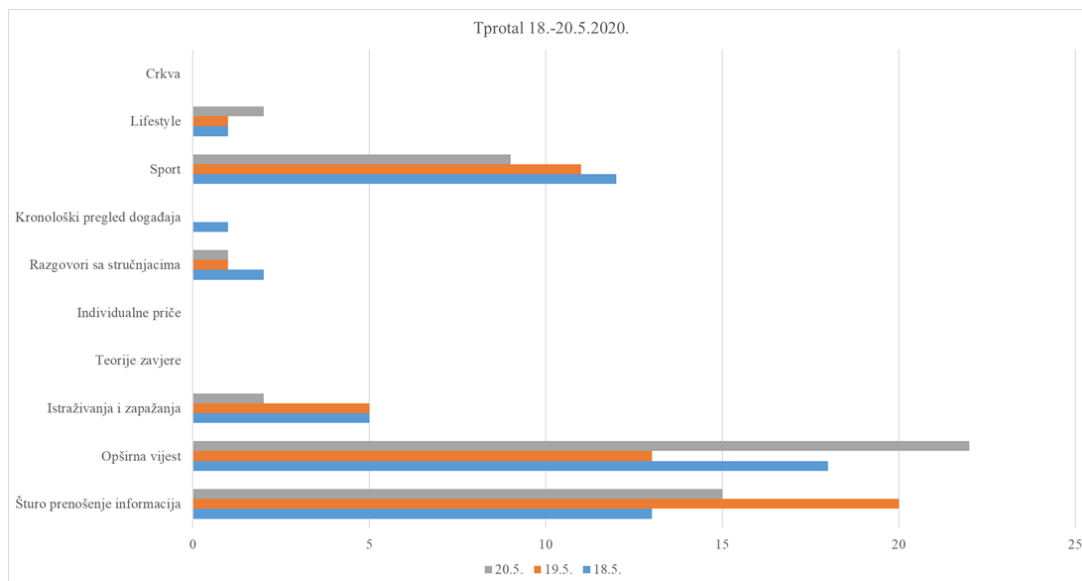


Grafikon 6.1.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Tportal.hr

Četvrti tjedan bilježi lagani pad u broju naslova jer se u drugom i trećem tjednu brojka zadržala na 400, a ovaj tjedan izašlo je 329 naslova. I dalje prednjače iste kategorije.

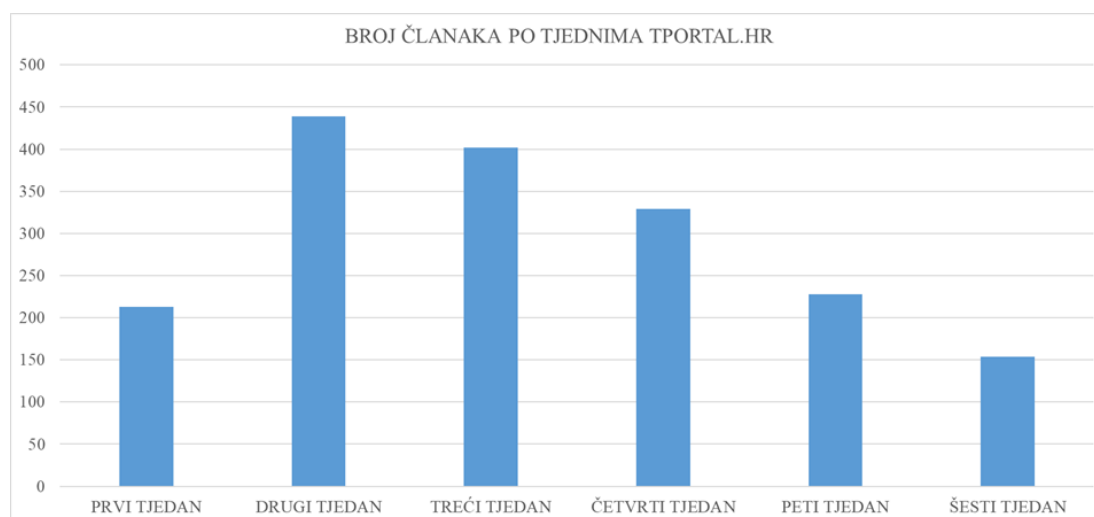


Grafikon 6.1.5., Broj članaka petom tjednu na portalu Tportal.hr



Grafikon 6.1.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Tportal.hr

Peti i šesti tjedan donose znatno manji broj vijesti u odnosu na drugi i treći tjedan te brojke u petom tjednu iznose 228, a u šestom 154. Kategorije koje prednjače su i dalje šturo prenošenje informacija te opširne vijesti, no zanimljivo je kako su se *lifestyle* te *sport* održali do samog kraja.



Grafikon 6.1.7. Broj članaka po tjednima na portalu Tportal.hr

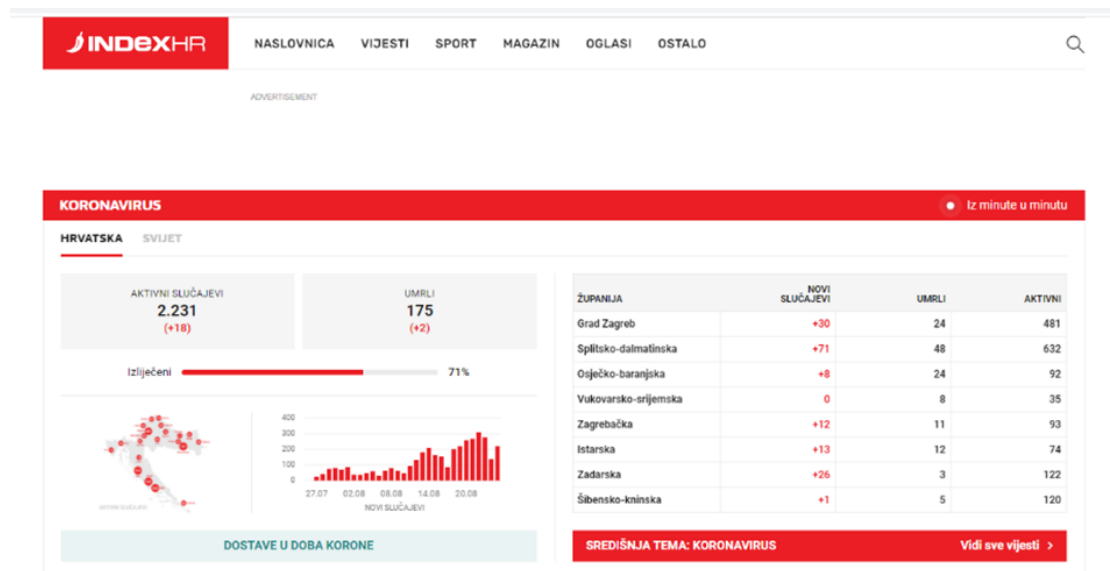
Ovaj grafikon prikazuje kako se broj naslova mijenjao kroz šest tjedana koji su analizirani, te možemo vidjeti da su drugi i treći tjedan bili udarni što donekle možemo

pripisati potresu koji se dogodio u Zagrebu te posljedicama s kojima se kasnije grad morao suočiti.

Tportal.hr je najviše svojih vijesti posvetio upravo štucrom prenošenju informacija te opširnim vijestima. Prenosili su odluke Stožera, ali su ih i preispitali, donosili su priče iz drugih zemalja svijeta kako bi publika dobila širu sliku. Sport i *lifestyle* su kategorije koje su također donosile značajan broj priča. Individualnih priča te razgovora sa stručnjacima nije bilo u prevelikom broju, no u svakom danu mogla se naći gotovo po jedna priča. Pisalo se o Crkvi u maloj mjeri isto kao i o teorijama zavjere.

6.2. Analiza izvještavanja o pandemiji na Indexu

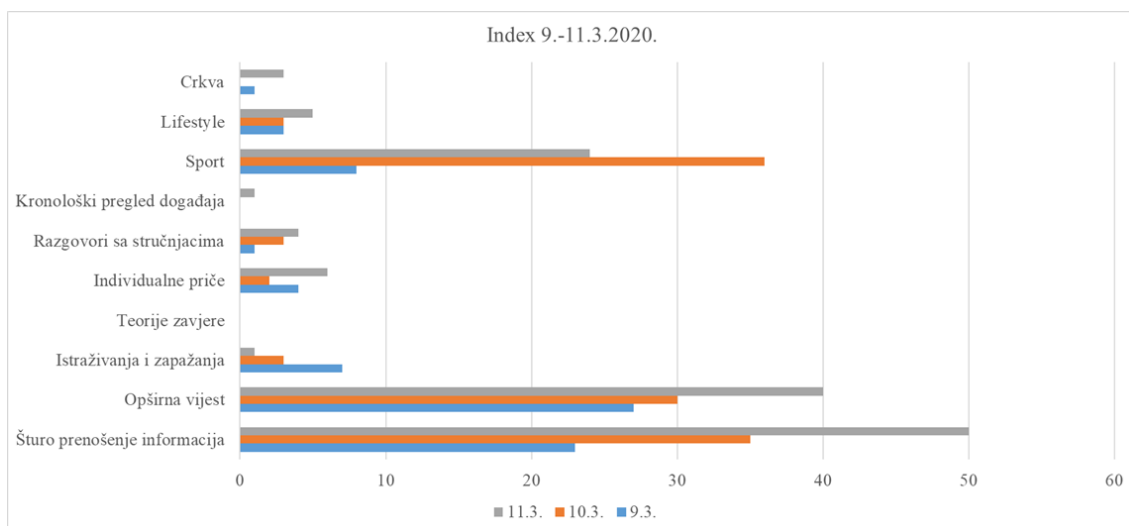
Index.hr kao portal nacionalnog dosegla prati Tportal.hr te ukupan broj članaka koji su objavili, a vezani su uz koronavirus, iznosi 1446. Portal ima svoj poseban odjeljak za pandemiju koronavirusa gdje se mogu naći sve vijesti vezane uz pandemiju. Vijesti su pregledne te pored svakog naslova piše datum kad je vijest objavljena.



Slika 6.2.1. Izgled stranice Indeks.hr, <https://www.index.hr/>, 25. 8. 2020

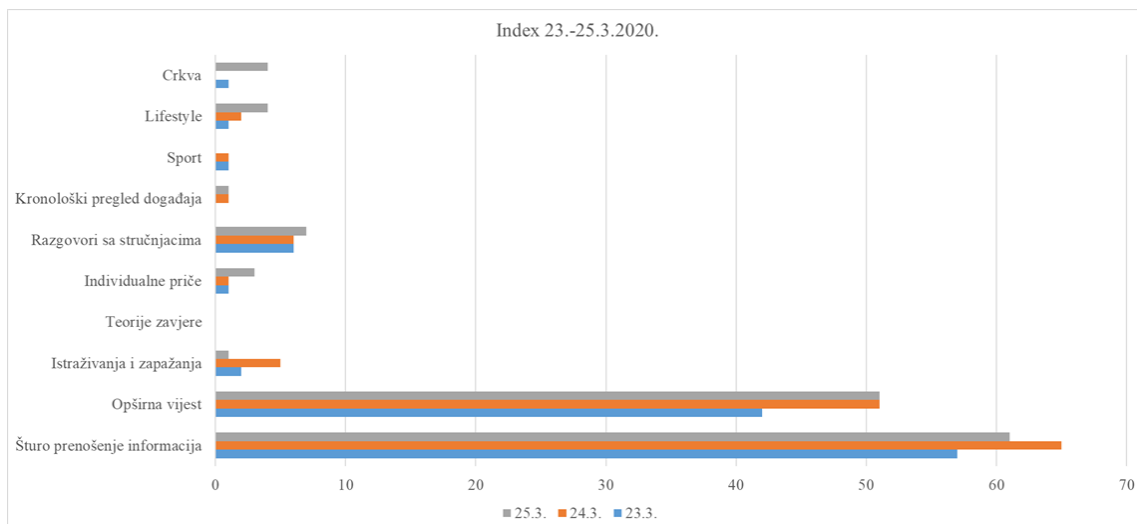


Slika 6.2.2.. Izgled stranice Indeks.hr, <https://www.index.hr/tag/291059/koronavirus.aspx>, 25. 8. 2020.



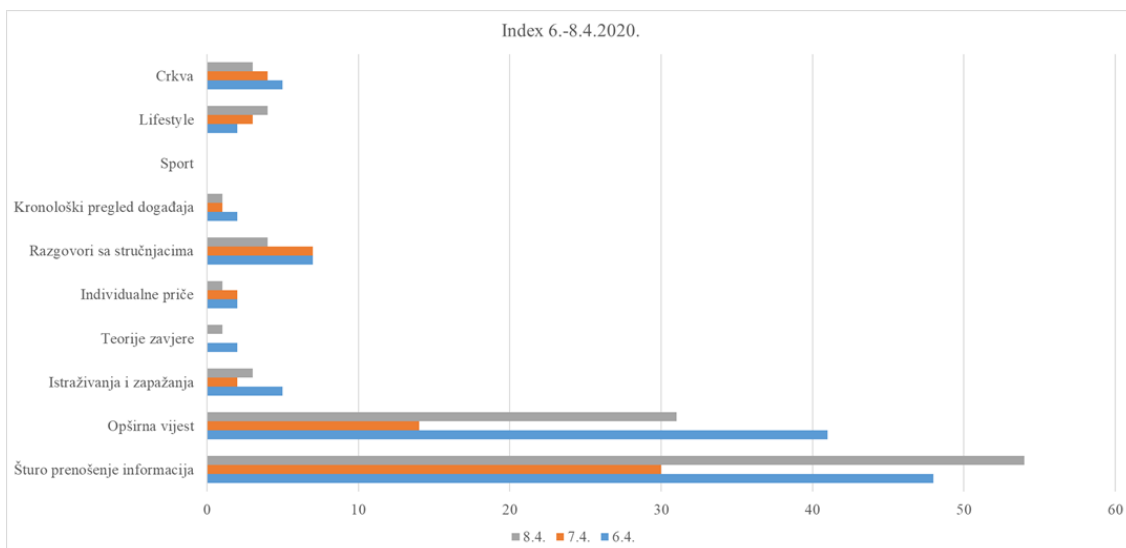
Grafikon 6.2.1., Broj članaka u prvom tjednu na portalu Index.hr

U prvom tjednu možemo vidjeti zastupljenost svih priča, no kao i kod Tportala, najviše se pišu kategorije šturo prenošenje informacija te opširne vijesti. Najviši skok u odnosu na prošli portal ima sport, puno sportskih vijesti pisalo se u prvom tjednu. Ostale kategorije zastupljene su u manjem broju. Broj naslova u ovom tjednu iznosi 320.



Grafikon 6.2.2.. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Index.hr

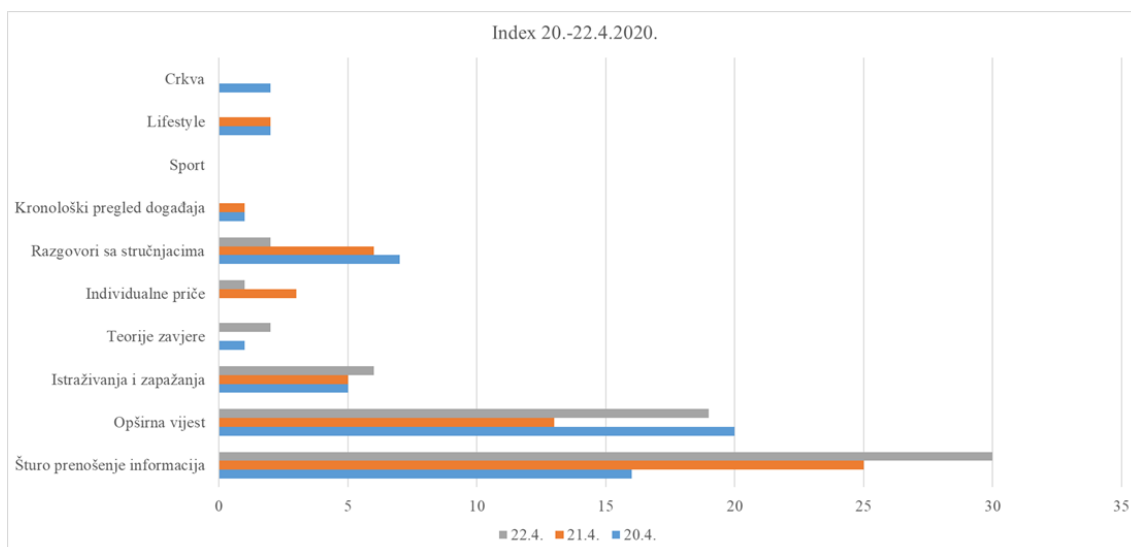
U drugom tjednu broj naslova doseže vrhunac te iznosi 375, no kao i kod Tportala to se može pripisati stanju u Zagrebu u danima nakon potresa. Broj sportskih vijesti rapidno se smanjio, povećao se broj razgovora sa stručnjacima, te istraživanja, no to i dalje nije velik broj.



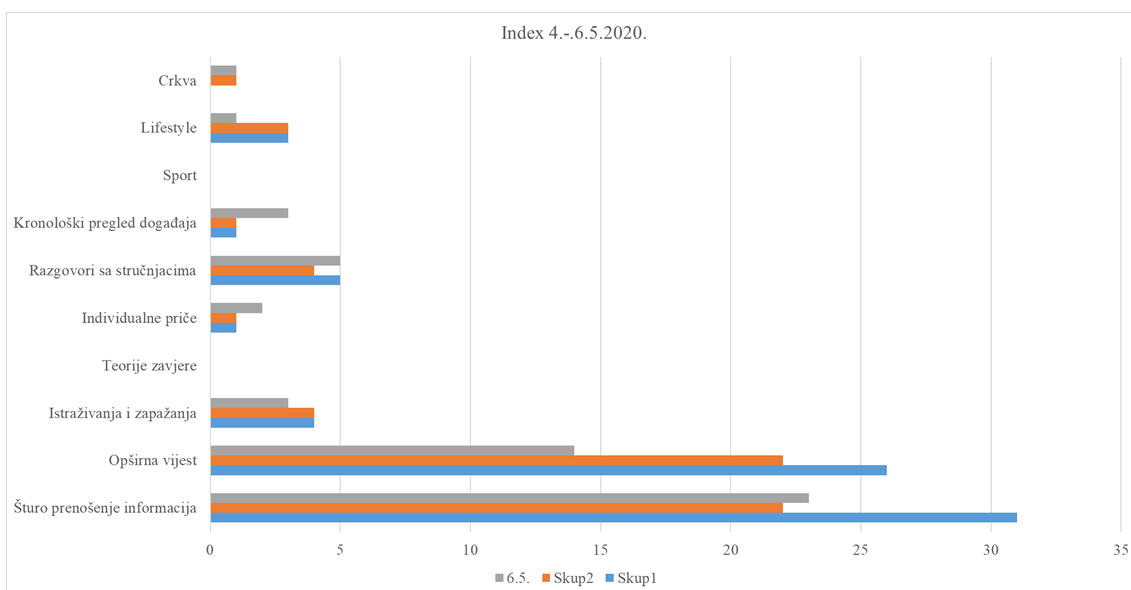
Grafikon 6.2.3.. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Index.hr

Treći tjedan ne donosi neke novosti u raspodjeli kategorija, no više se spominje Crkva nego što je to bio slučaj do trećeg tjedna. Veći broj naslova u kategoriji Crkva možemo

pripisati blizini Uskrsa koji se 2020. godine održao pod posebnim epidemiološkim mjerama. Broj naslova iznosi 270 te je on znatno manji od naslova u drugom tjednu.



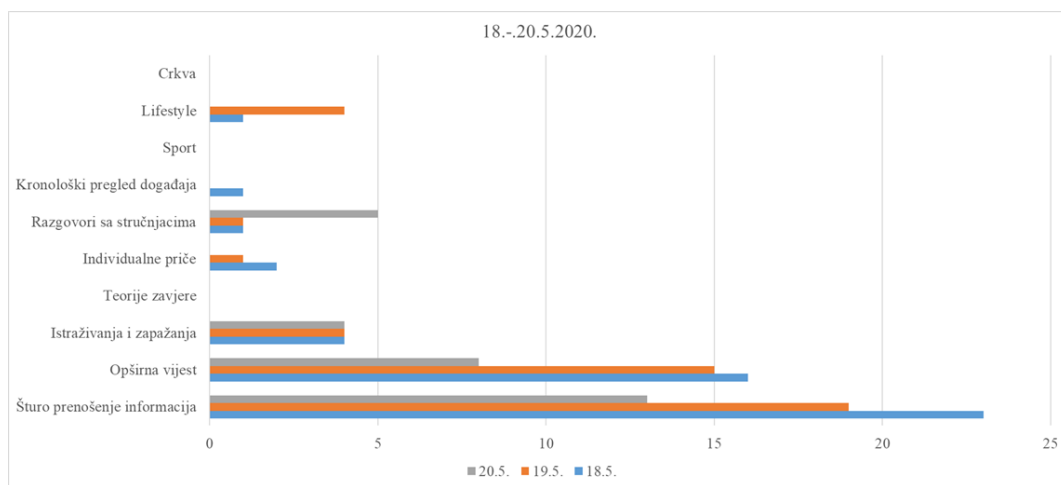
Grafikon 6.2.4.. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Index.hr



Grafikon 6.2.5.. Broj članaka u petom tjednu na portalu Index.hr

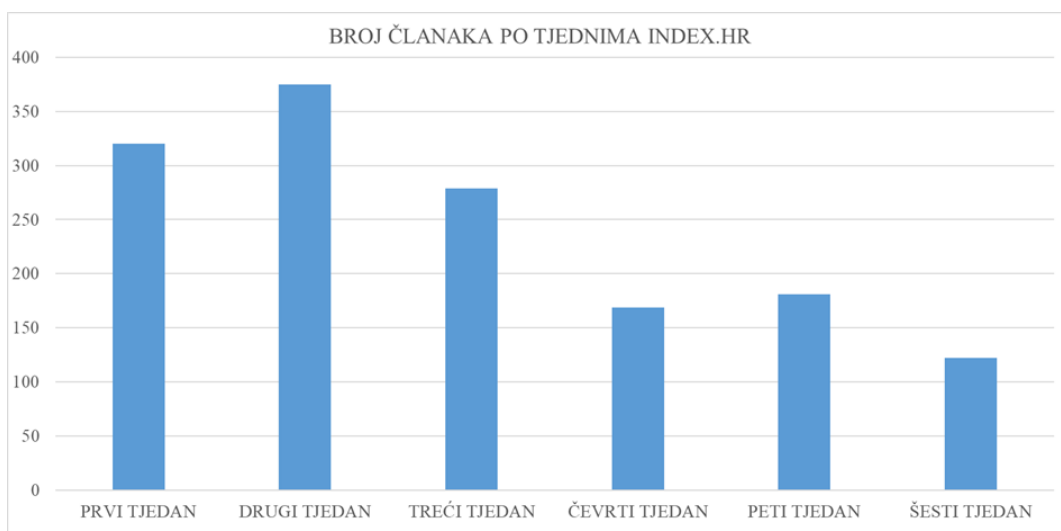
Četvrti i peti tjedan također ostaju jednaki što se tiče najzastupljenijih kategorija, no povećao se broj razgovora sa stručnjacima te istraživanja i zapažanja, te se u svakom danu

može naći i do pet vijesti u svakoj kategoriji. U četvrtom tjednu napisano je 169 naslova, dok je u petom taj broj nešto veći te iznosi 181.



Grafikon 6.2.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Index.hr

Šesti te ujedno i posljednji tjedan analize donosi najmanji broj naslova koji iznosi 122. Najzastupljenije kategorije ostale su iste, i dalje se razgovaralo sa stručnjacima te se povećao broj vijesti vezanih uz *lifestyle*.



Grafikon 6.2.7.. Broj članaka po tjednima na portalu Index.hr

Grafikon prikazuje broj naslova kroz šest tjedana analize. Najveći broj naslova objavljen je u drugom tjednu, njih čak 375 te se onda broj naslova smanjivao do petog tjedna gdje bilježi lagani porast u odnosu na četvrti tjedan da bi na kraju u šestom tjednu opet pao na 122 naslova.

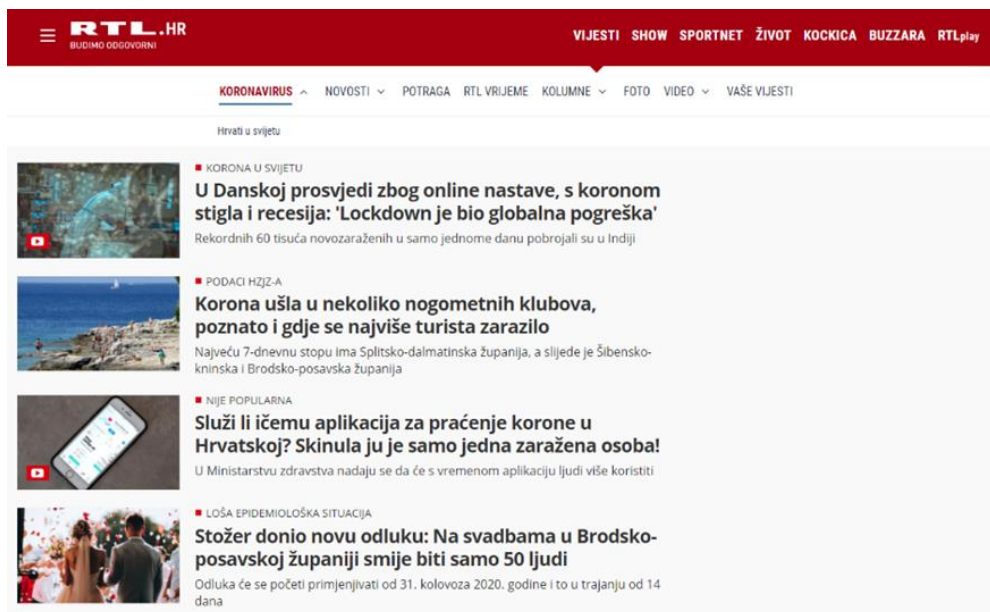
Najzastupljenije kategorije kod portala Indeks.hr su iste kao i kod portala Tportal.hr, a to su: šturo prenošenje informacija te opširna vijest, no Indeks.hr je u većoj mjeri popratio svijet sporta nego što je to napravio Tportal.hr. Individualne priče zastupljene su u manjem broju, ali opet, gotovo se u svakom danu mogu naći. Indeks.hr češće spominje teorije zavjere nego Tportal.hr, no ne u prevelikom broju. Na dnevnoj bazi razgovaralo se sa stručnjacima te su se donosila svjetska i hrvatska istraživanja koja su se odnosila na koronavirus.

6.3. Analiza izvještavanja o pandemiji na Vijestima

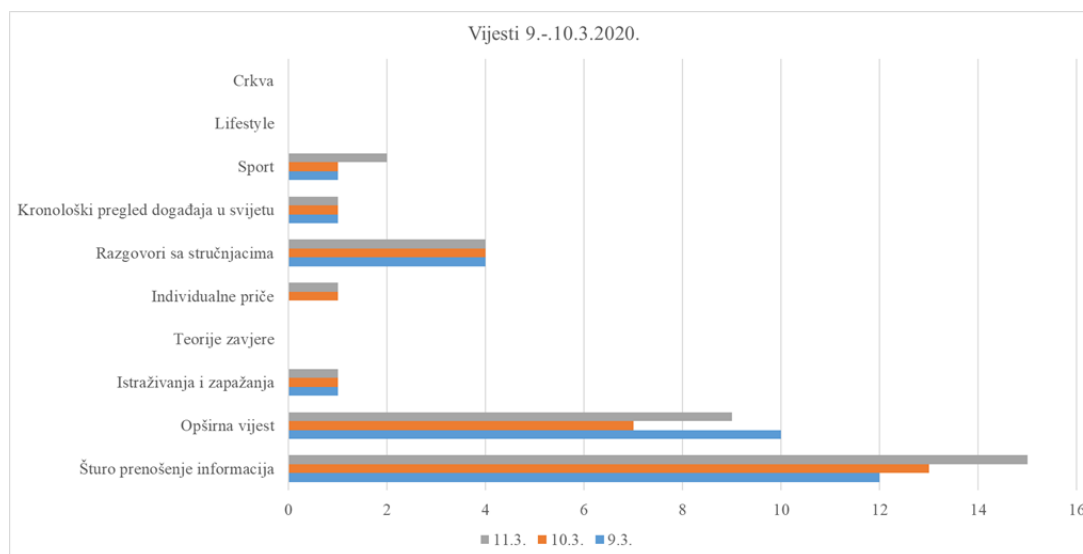
Vijesti.hr kao i ostali portali imaju poseban odjeljak gdje se mogu pratiti samo vijesti koje su vezane uz pandemiju pod odjeljkom koronavirus. Ukupan broj članaka na tom portalu iznosi 533 što je znatno manje u odnosu na Tportal.hr i Index.hr.



Slika 6.3.1. Izgled portala Vijesti.hr, <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/>, 25. 8. 2020., 23:46

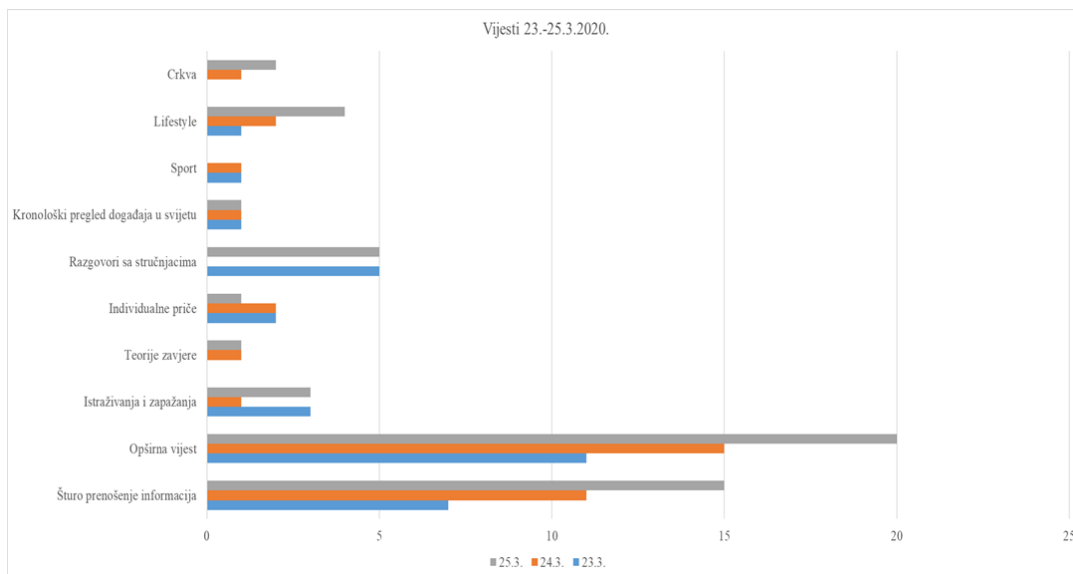


Slika 6.3.2. Izgled portala Vijesti.hr, <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/korona/>, 25. 8. 2020., 23:46

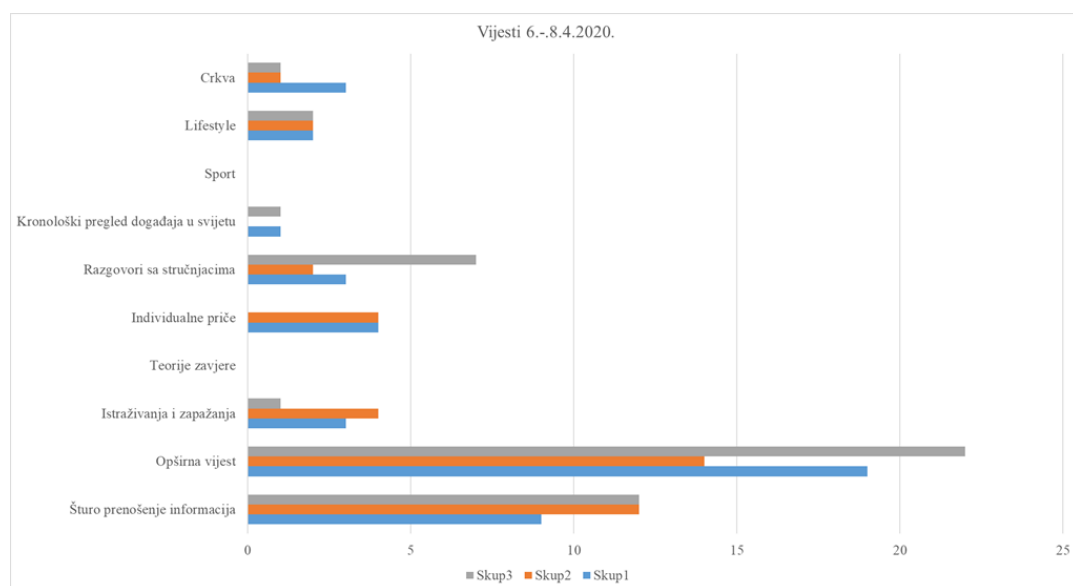


Grafikon 6.3.1.. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Vijesti.hr

U prvom se tjednu stanje oko vodećih kategorija ne mijenja kao i kod drugih portala. Najviše se pišu vijesti sa šturim informacijama te opširne vijesti. Sport i individualne priče nisu došle do nekog većeg broja kao ni Crkva, dok se razgovor sa stručnjacima vodio i po 4 puta dnevno. Ukupan broj naslova u ovom danu iznosi 90, što je znatno manje nego kod drugih analiziranih nacionalnih portala.

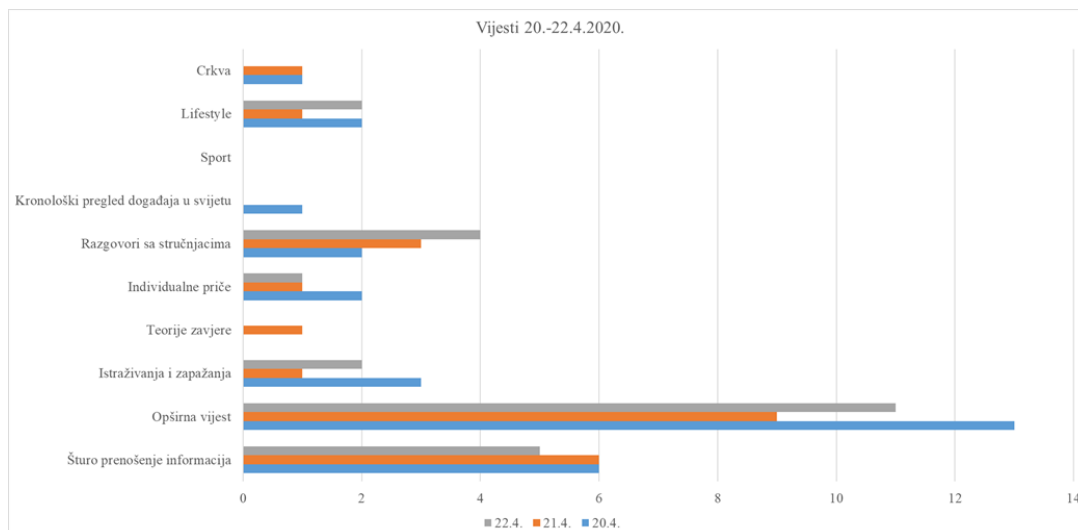


Grafikon 6.3.2.. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Vijesti.hr

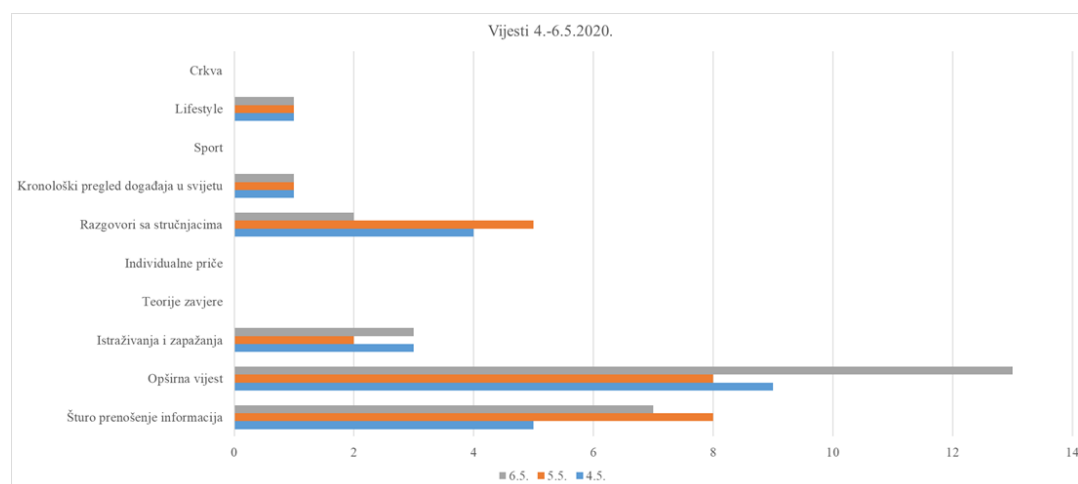


Grafikon 6.3.3.. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Vijesti.hr

Drugi i treći tjedan ne donose promjene na vodećim pozicijama, osim što se više pišu opširne vijesti, nego što se šturo prenose informacije. Spominje se i Crkva, *lifestyle* i sport u vrlo malim brojkama dok razgovor sa stručnjacima te istraživanja i zapažanja ostaju na nekom većem broju od 6 do maksimalno sedam vijesti po danu. Broj članaka u drugom tjednu bio je 118 te u trećem 129 što do sad nije bio slučaj kod prethodnih portala gdje je broj naslova dosegnuo vrhunac u drugom tjednu, to jest u danima neposredno nakon potresa u Hrvatskoj.

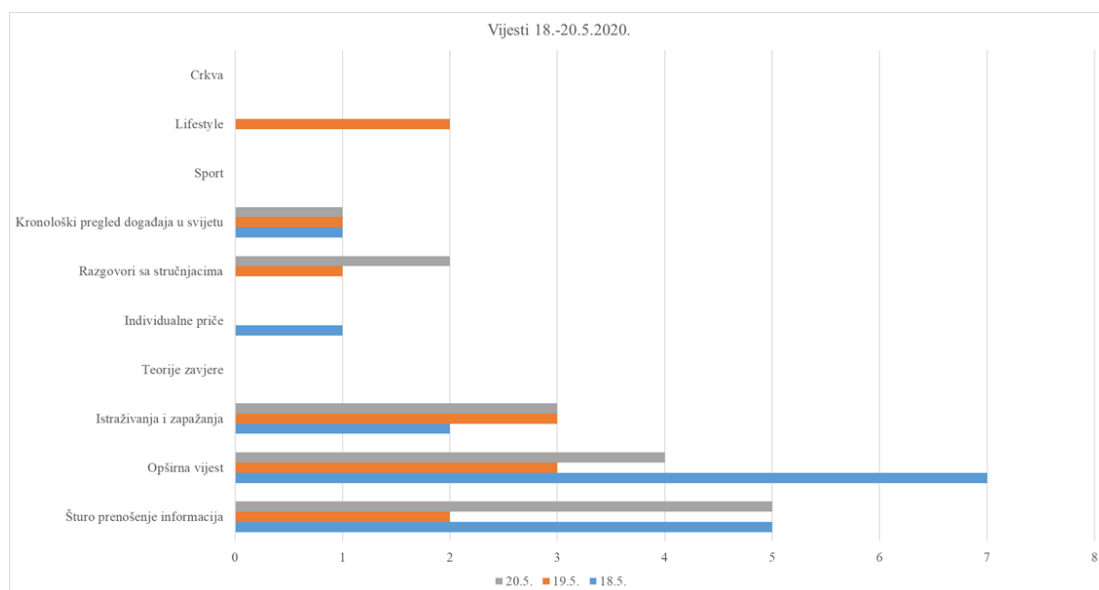


Grafikon 6.3.4.. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Vijesti.hr



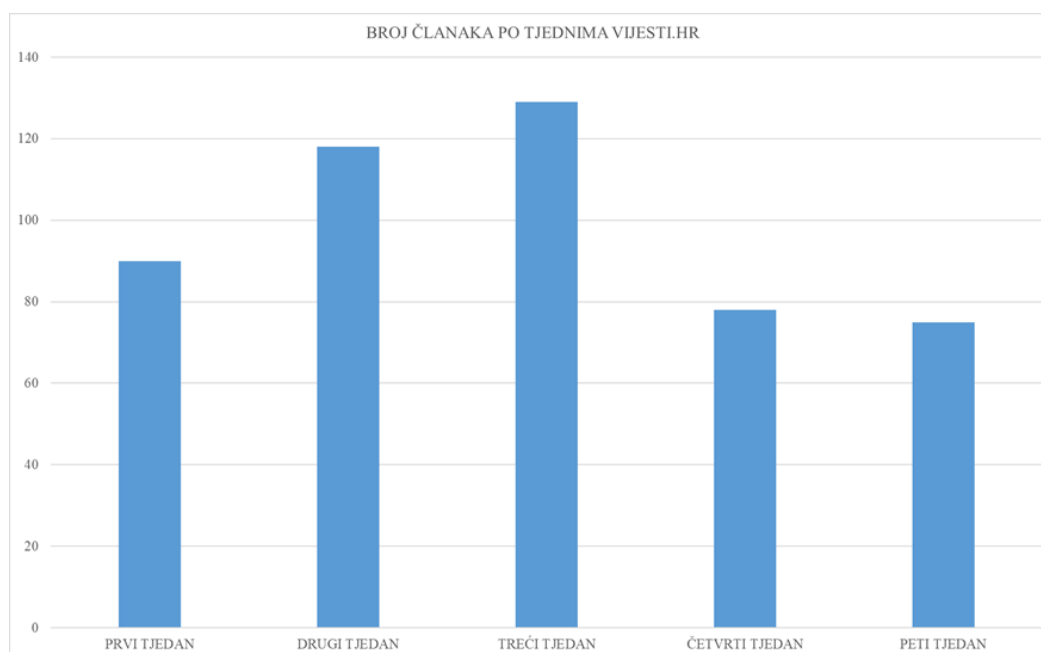
Grafikon 6.3.5.. Broj članaka u petom tjednu na portalu Vijesti.hr

Četvrti i peti tjedan ne donose promjene u najzastupljenijim kategorijama te razgovori sa stručnjacima ostaju na razini koja je bila i do sad, izgubile su se potpuno individualne priče, sport, Crkva te teorije zavjere. Broj članaka u četvrtom i petom tjednu lagano opada te iznosi 78 članaka u četvrtom tjednu i 75 u petom tjednu.



Grafikon 6.3.6.. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Vijesti.hr

Zadnji tjedan donio je znatno manji broj članaka u odnosu na prva tri i ta brojka iznosi 43 članka ukupno. I najviše su ostale zastupljene kategorije kao i do sad, slijede ih istraživanja i zapažanja te razgovor sa stručnjacima i *lifestyle*.

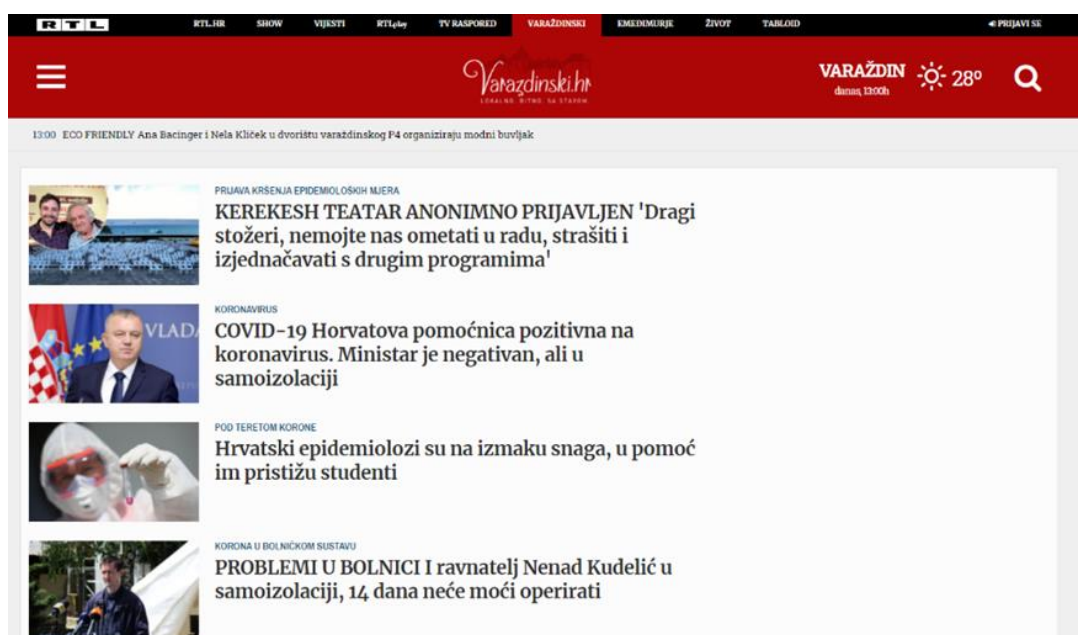


Grafikon 6.3.7.. Broj članaka po tjednima na portalu Vijesti.hr

Ukupni broj članaka na portalu Vijesti.hr iznosio je 533 što je manje nego kod ostalih analiziranih portala. U ovom slučaju se isto kao i kod Index.hr najveći broj članaka nalazi u trećem tjednu te se tada brojka penje na 129. Na portalu Vijesti.hr donosile su se vijesti u kojima se razgovaralo sa stručnjacima kroz svih šest tjedana, kao i istraživanja koja su vezana uz koronavirus, dok su ostale kategorije ostale pomalo zapostavljene.

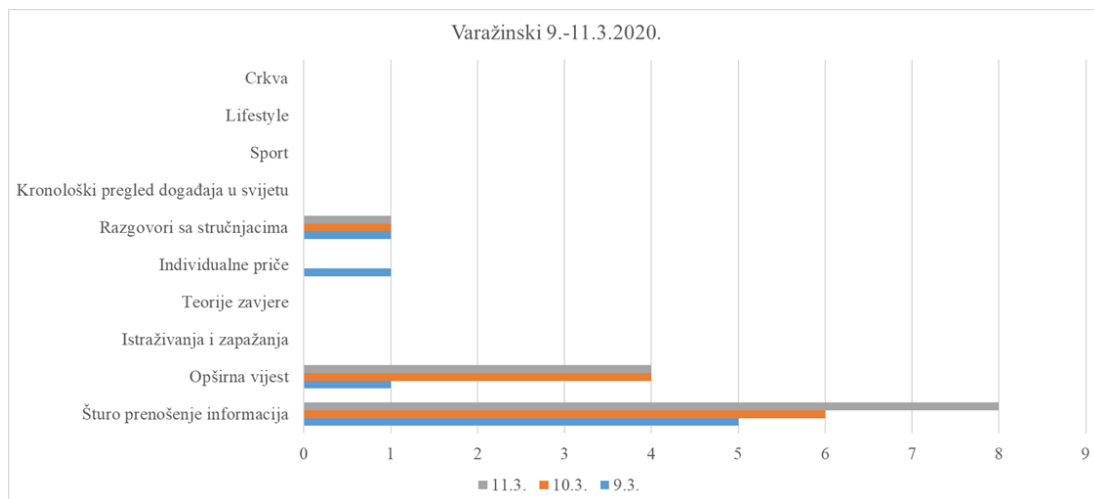
6.4. Analiza izvještavanja o pandemiji na Varaždinskom

Varaždinski.hr kao i ostali nacionalni portali ima posebnu rubriku odvojenu samo za koronavirus. Bitno je napomenuti kako lokalni portali imaju značajno manji broj vijesti u odnosu na nacionalne iz tog razloga što nemaju tako široku čitalačku publiku. Varaždinski.hr surađuje s RTL-om te su na dnevnoj bazi prenosili i neke vijesti koje su bile objavljene na Vijesti.hr. Šturo prenošenje informacija te kategorija opširne vijesti uvelike se razlikuju od onih na nacionalnim portalima. Na lokalnim portalima vijesti koje spadaju u šturo prenošenje informacija imaju svega nekoliko kratkih rečenica, gdje se objavljuju samo statistički podaci, dok opširne vijesti imaju nekoliko duljih rečenica, no te su vijesti znatno kraće od onih vijesti na nacionalnim portalima.



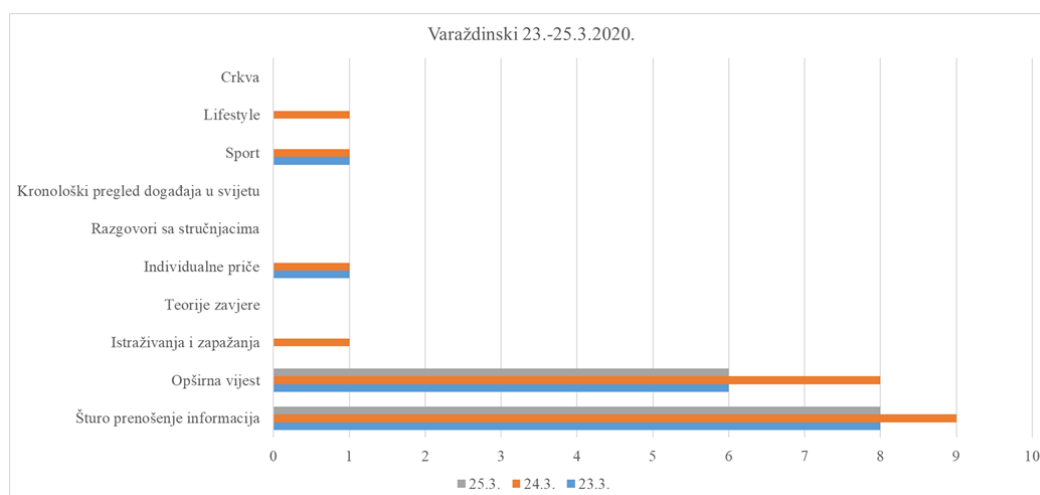
The screenshot shows the top navigation bar of the Varaždinski.hr website, including links for RTL, SHOW, VIJESTI, TV RASPORED, VARAŽDINSKI, EKONOMIJE, ŽIVOT, and TABLOID. The main header features the website logo, the current date and time (VARAŽDIN danas, 13:03h), and a search icon. Below the header, a news article titled "PRILAVA KRŠENJA EPIDEMIOLOŠKIH MJERA" is displayed, with a sub-headline "KEREKESH TEATAR ANONIMNO PRIJAVLJEN 'Dragi stožeri, nemojte nas ometati u radu, strašiti i izjednačavati s drugim programima'". Other articles visible include "COVID-19 Horvatova pomoćnica pozitivna na koronavirus. Ministar je negativan, ali u samoizolaciji" and "Hrvatski epidemiolozi su na izmaku snaga, u pomoć im pristižu studenti".

Slika 6.4.1. Izgled portala *Varaždinski.hr*, <https://varazdinski.net.hr/>, 26. 8. 2020., 13:36

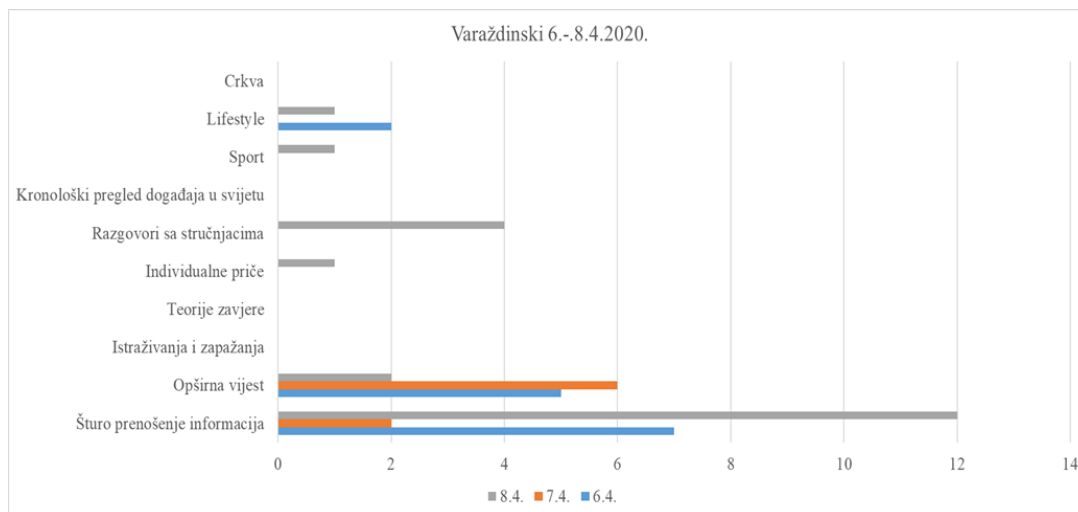


Grafikon 6.4.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu *Varaždinski.hr*

Već se u prvom tjednu vidi značajno manji broj vijesti u odnosu na nacionalne portale te ukupna brojka iznosi 32 naslova, no to nam ne može biti mjerilo jer je u pravilu broj naslova manji nego što je to na nacionalnim portalima. Na dnevnoj bazi donosili su vijesti koje su bile vezane uz stručnjake te su kategorije šturo prenošenje informacija i opširne vijesti ostale i dalje na vodećoj poziciji. Vijesti koje spadaju u kategoriju razgovor sa stručnjacima većinom su bile vijesti portala *Vijesti.hr* koje je *Varaždinski.hr* samo prenio.

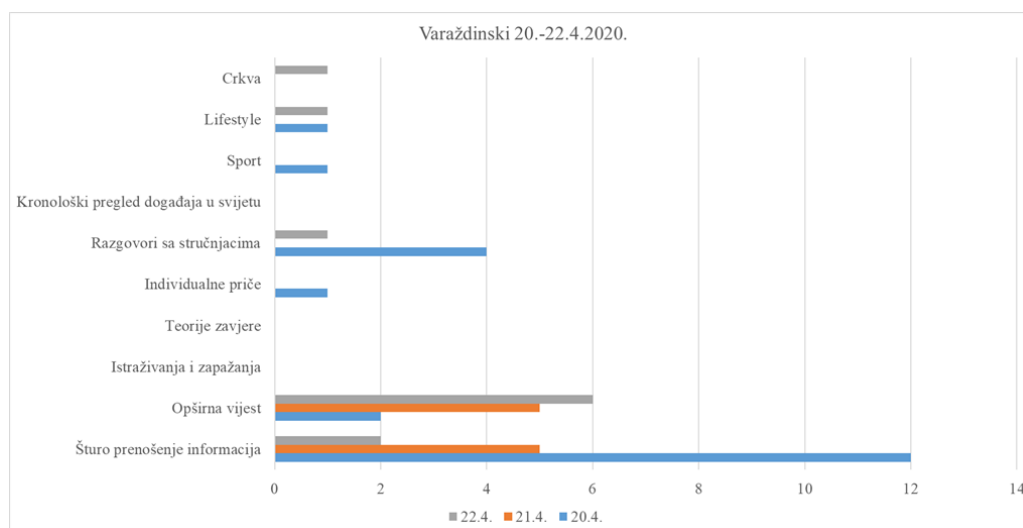


Grafikon 6.4.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu *Varaždinski.hr*

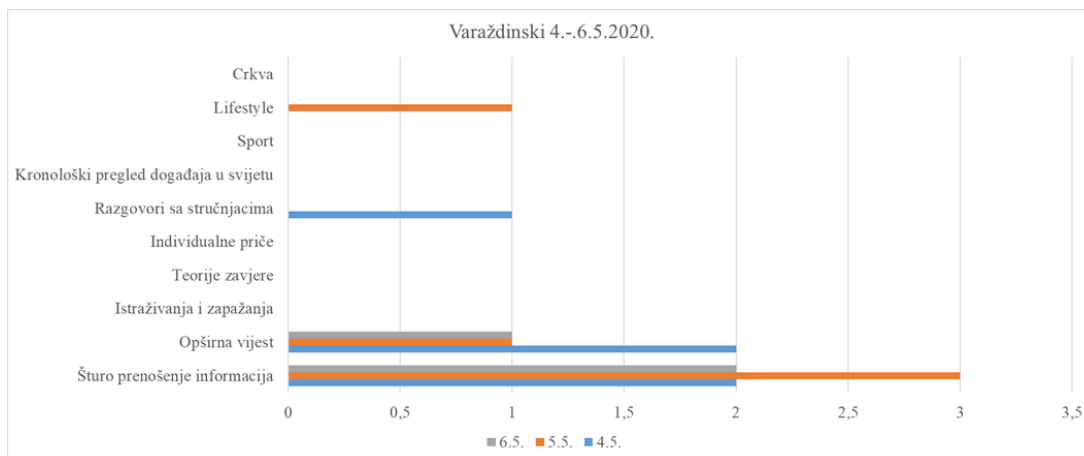


Grafikon 6.4.3. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu *Varaždinski.hr*

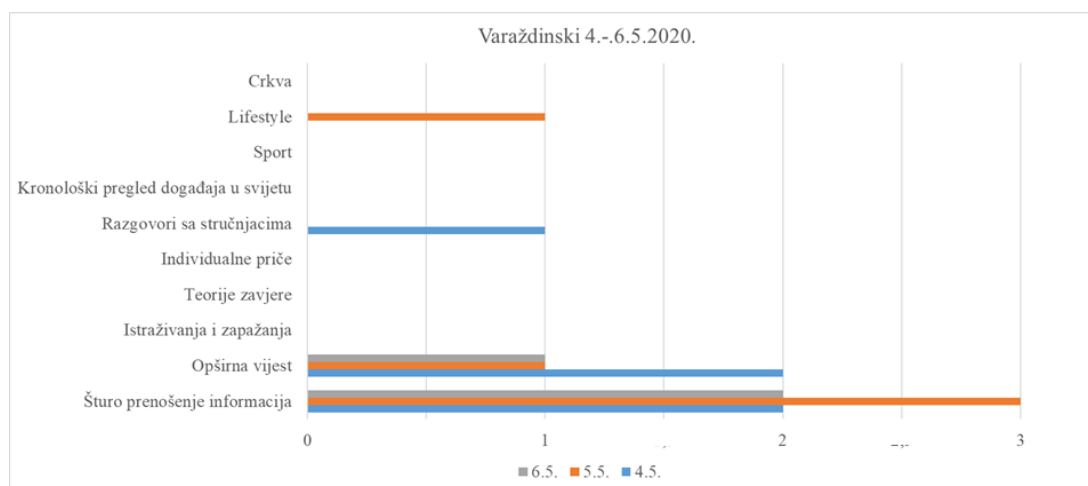
Drugi te treći tjedan portal donosi najveći broj vijesti, što se može pripisati stanju s potresom u Zagrebu te posljedicama koje on donosi. Vijesti u kategorijama šturo prenošenje informacija i opširne vijesti i dalje prednjače te se još u nekoj manjoj mjeri spominju *lifestyle*, Crkva, sport, individualne priče te razgovori sa stručnjacima. Broj naslova u ova dva tjedna iznosi 51 za drugi te 43 naslova za treći tjedan.



Grafikon 6.4.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu *Varaždinski.hr*

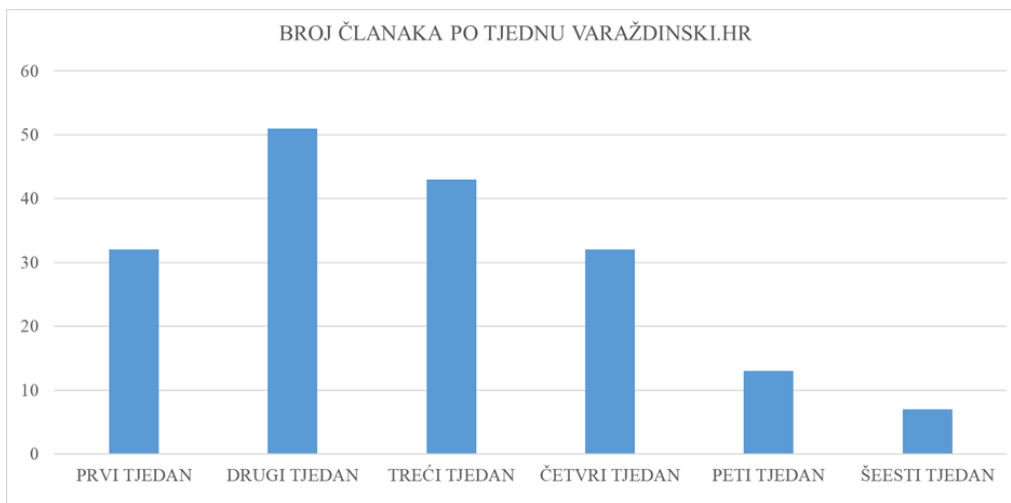


Grafikon 6.4.5. Broj članaka u petom tjednu na portalu *Varaždinski.hr*



Grafikon 6.4.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu *Varaždinski.hr*

U četvrtom, petom i šestom tjednu opada broj naslova te ih je u šestom objavljeno svega 7. Šturo prenošenje informacija i dalje prednjači, no kategorije sport, crkva, individualne priče, teorije zavjere te istraživanja gube se do šestog tjedna.



Grafikon 6.4.7. Broj članaka po tjednima na portalu Varaždinski.hr

6.5. Analiza izvještavanja o pandemiji na Emeđimurju

Emeđimurje ima svoju posebnu rubriku u kojoj se nalaze vijesti vezane uz pandemiju koronavirusa. Vijesti su se bavile lokalnom tematikom te se u tom području nalazi i najviše vijesti. Međimurje je samo po sebi dugo odolijevalo koronavirusu, stoga i ukupni broj naslova iznosi 187 što je malo više od portala Varaždinski.hr. Emeđimurje kao i portal Varaždinski.hr surađuje s RTL-om pa su se neke vijesti samo prenosile s portala Vijesti.hr.

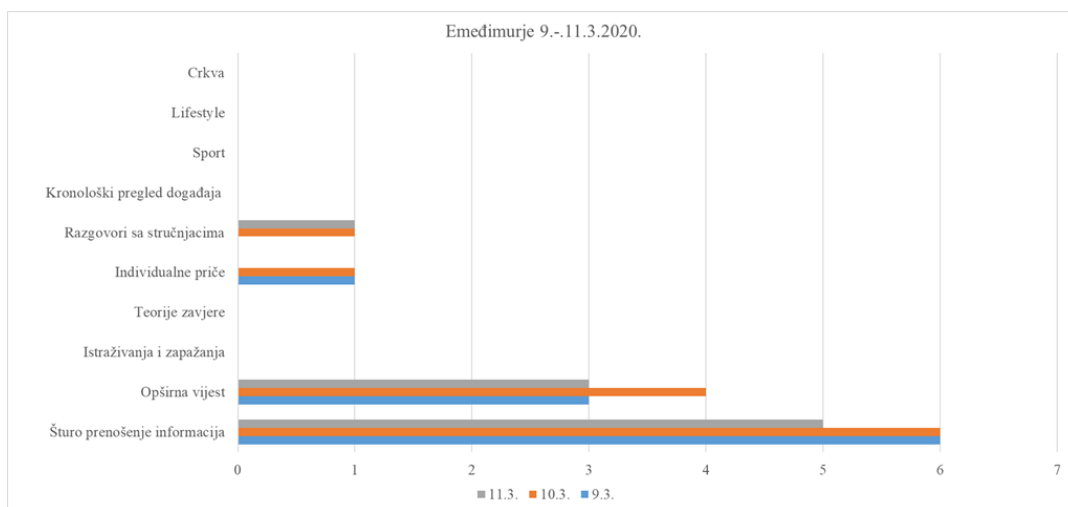
KORONAVIRUS
PAO NOVI REKORD U Hrvatskoj čak 358 novih slučajeva zaraze koronom

KORONAVIRUS U MEĐIMURJU
STIŽU NAM DOBRE VIJESTI Međimurje i dalje bez novopozitivnih na koronavirus

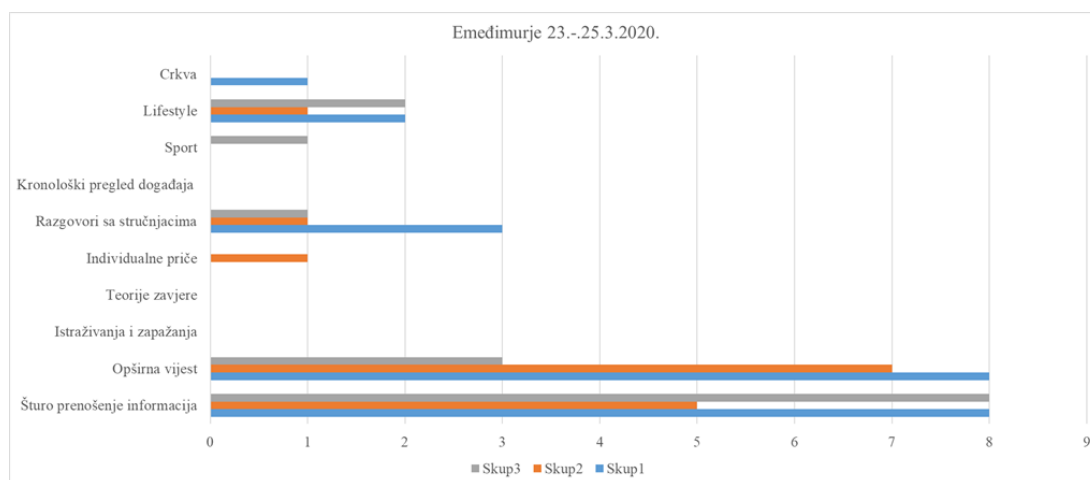
ŽUPANIJSKI STOŽER
JEDANAEST NOVIH SLUČAJEVA Još zaraženih s ivanečke svadbe, novi pristigli s Krka

KORONAVIRUS
COVID - 19 Horvatova pomoćnica pozitivna na koronavirus. Ministar je negativan ali u samoizolaciji

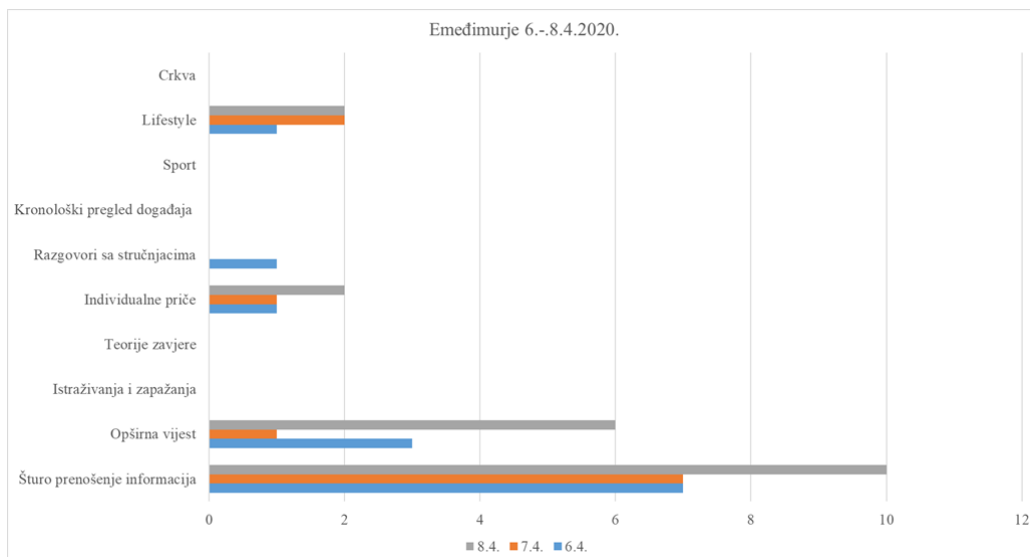
Slika 6.5.1. Izgled portala Emedimurje.hr



Grafikon 6.5.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Emedimurje.hr

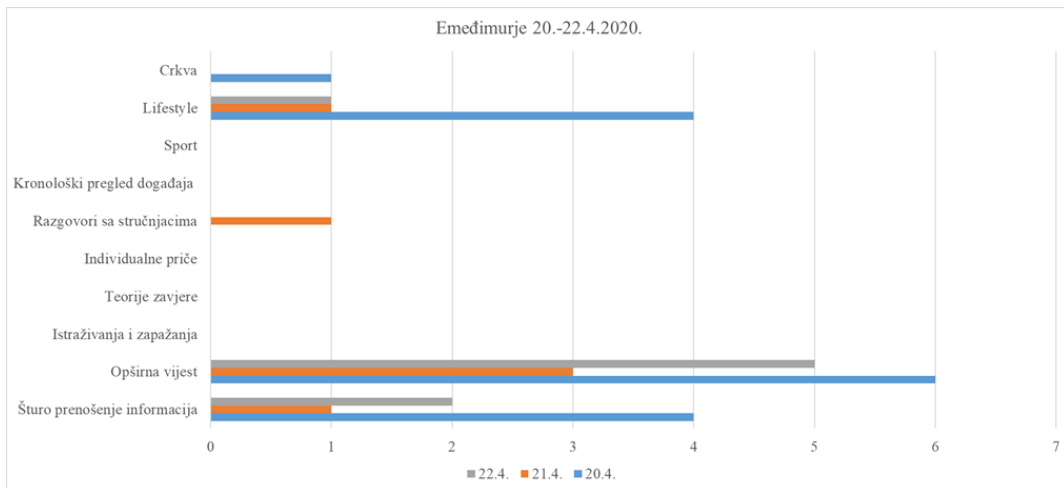


Grafikon 6.5.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Emedimurje.hr

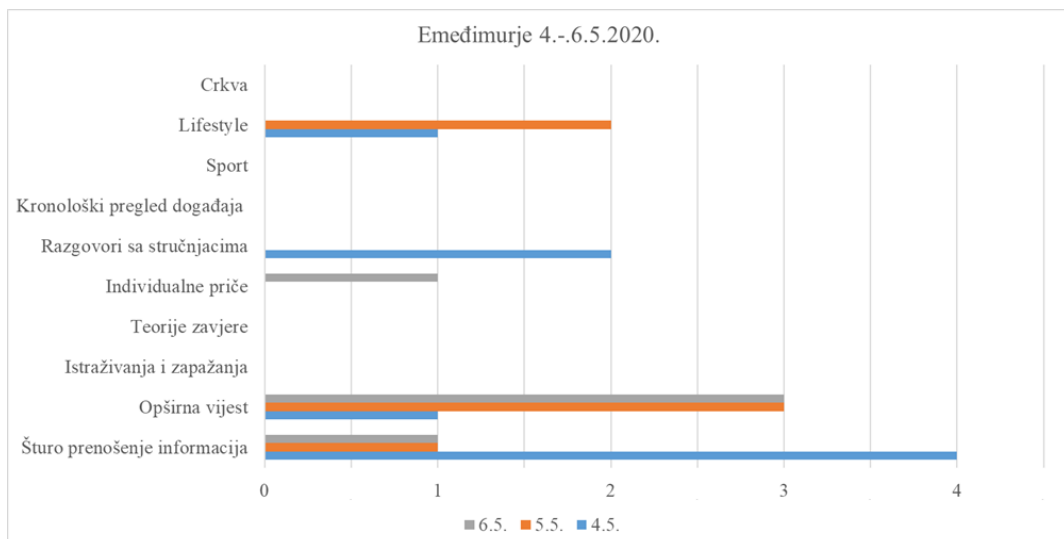


Grafikon 6.5.3. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Emedimurje.hr

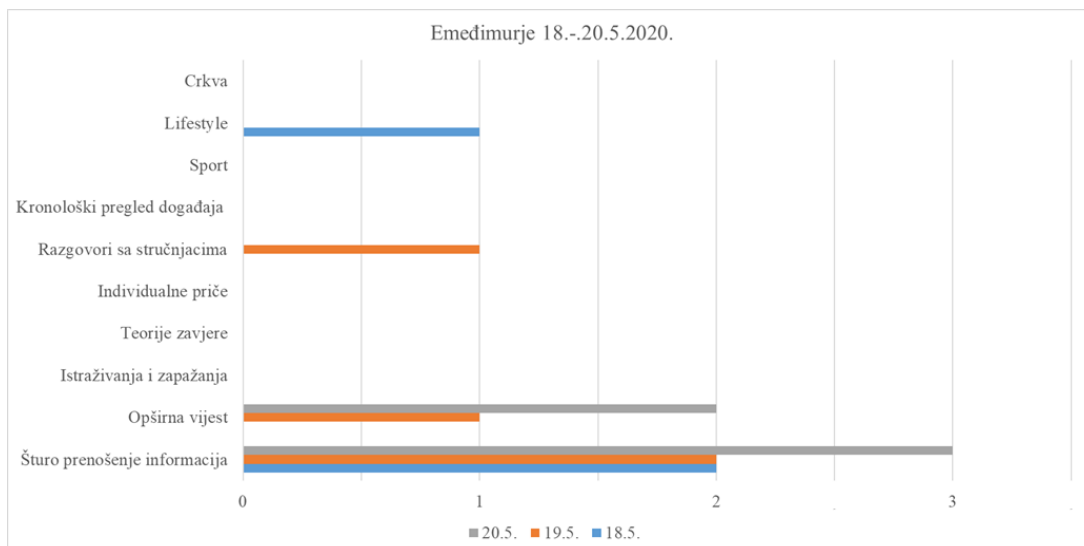
U prva tri tjedna kod svih portala dominiraju kategorije šturog prenošenja vijesti te opširnih vijesti koje su vezane uz koronu. Broj naslova doseže svoj vrhunac u drugom i trećem tjednu kada brojke iznose 52 za drugi te 44 naslova za treći tjedan. Naravno, te brojke možemo pripisati stanju nakon potresa koji se dogodio u Zagrebu. Razgovori sa stručnjacima vođeni su u ne prevelikom broju, ali ih ima s obzirom na to da je Emedimurje na tjednoj bazi razgovaralo s načelnikom Stožera civilne zaštite Međimurske županije koji im je donosio najnovije podatke preko *online* intervjuja zajedno s nekim od doktora iz Županijske bolnice Čakovec.



Grafikon 6.5.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Emedimurje.hr

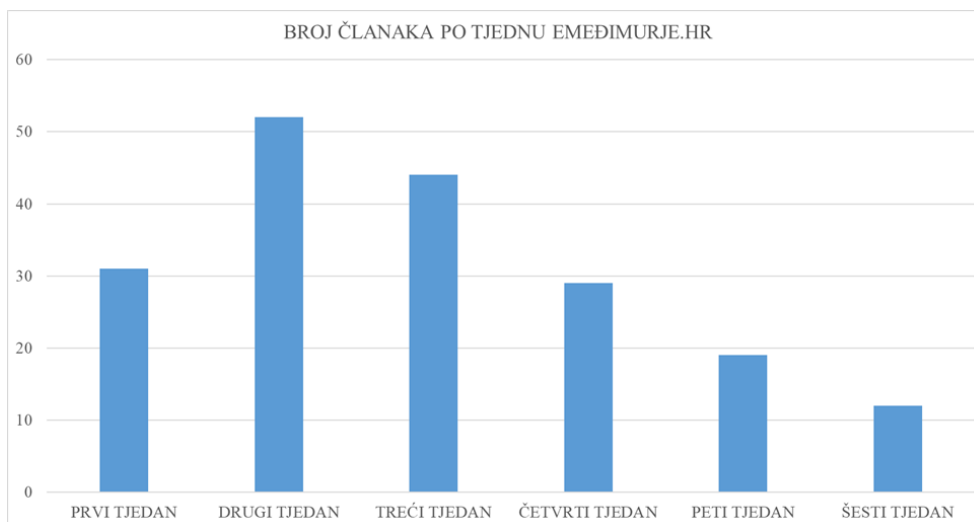


Grafikon 6.5.5. Broj članaka u petom tjednu na portalu Emedimurje.hr



Grafikon 6.5.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Emedimurje.hr

U posljednja tri analizirana tjedna broj vijesti se smanjio te u šestom tjednu pao na svega 12 naslova. Shodno tome broj kategorija je pao na svega četiri, gdje se po broju najviše objavljenih vijesti nalazi kategorija šturo prenošenje informacija.



Grafikon 6.5.7. Broj članaka po tjednima na portalu Emedimurje.hr

Na grafikonu 35 može se vidjeti kako se broj vijesti spuštao nakon drugog tjedna. Za veći broj vijesti u drugom i trećem tjednu zadužen je potres u Zagrebu. Ukupan broj

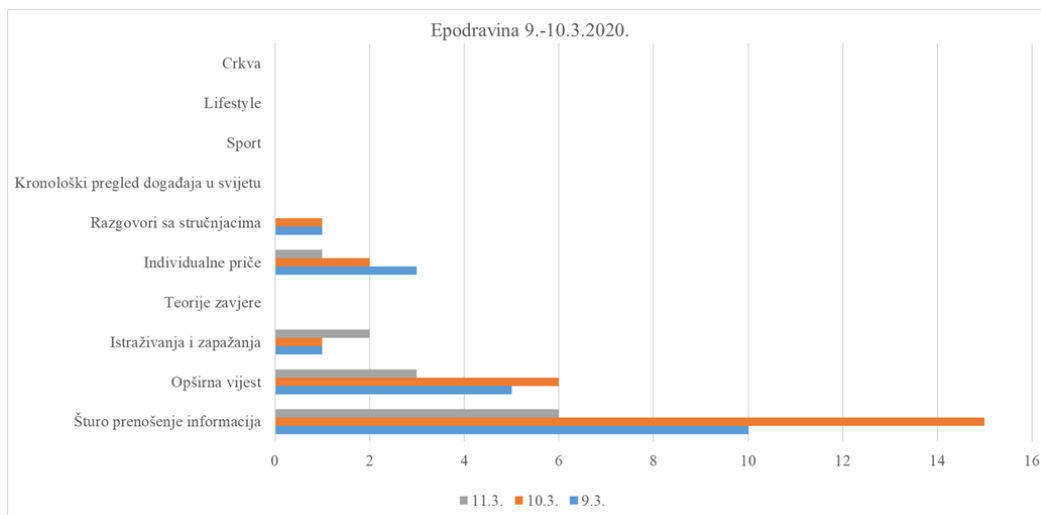
objavljenih vijesti iznosi 187 od čega 25 naslova dolazi s portala Vijesti.hr s kojima Emeđimurje usko surađuje.

6.6. Analiza izvještavanja o pandemiji na Epodravini

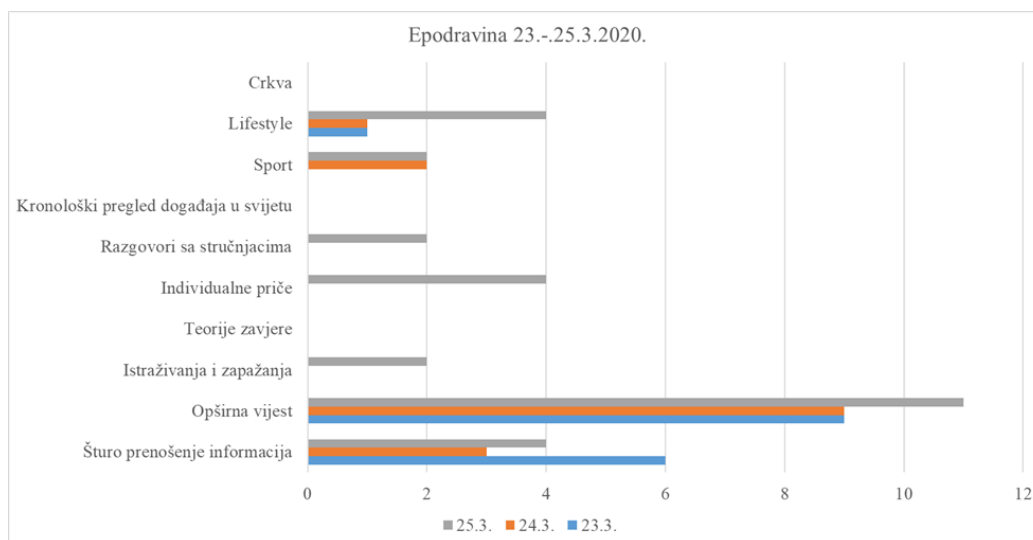
Epodravina.hr kao i ostali analizirani portali ima posebnu rubriku u kojoj se nalaze vijesti koje su vezane uz koronavirus. Objavljivane su bile vijesti koje se tiču lokalne zajednice te vijesti koje su bitne na nacionalnoj razini u nekoj manjoj mjeri kao i kod ostala dva lokalna portala.



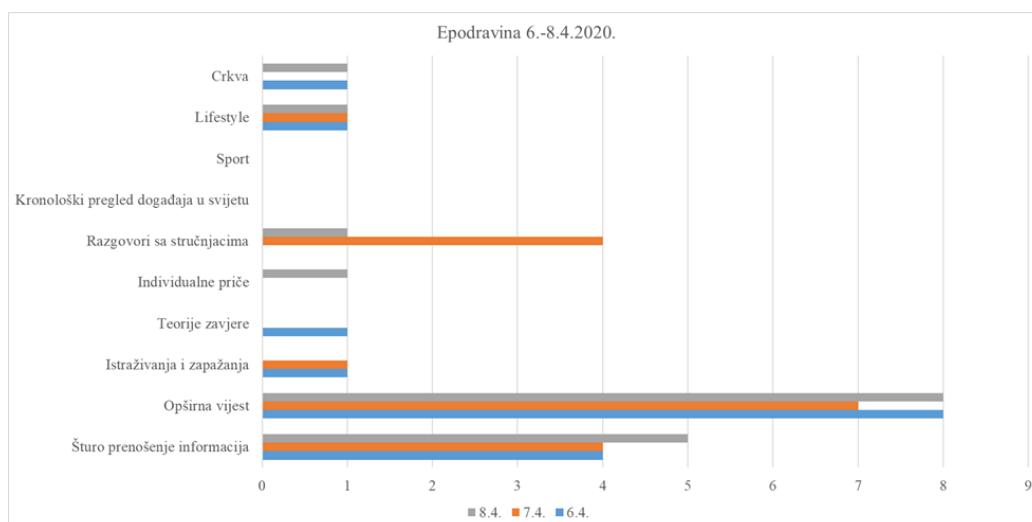
Slika 6.6.1. Izgled portala Epodravina.hr



Grafikon 6.6.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Epodravina.hr

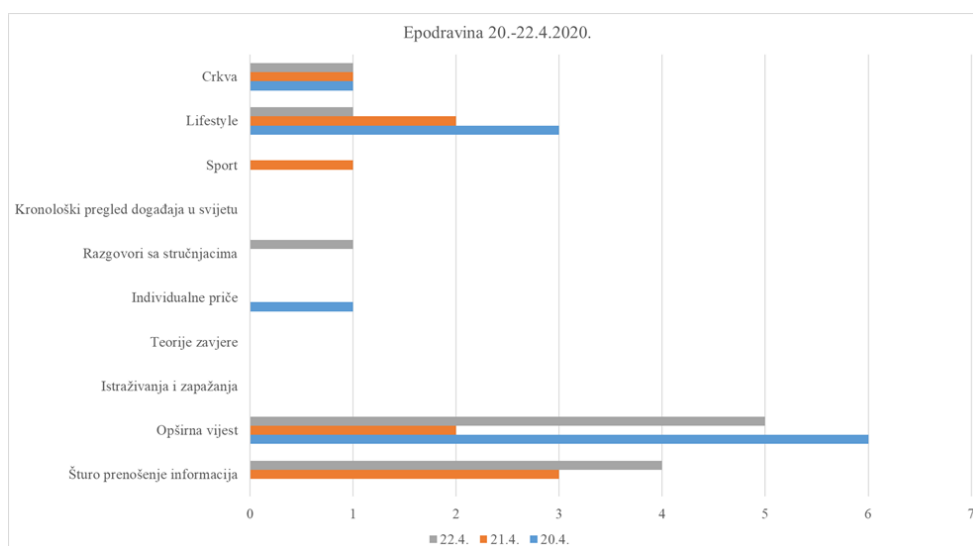


Grafikon 6.6.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Epodravina.hr

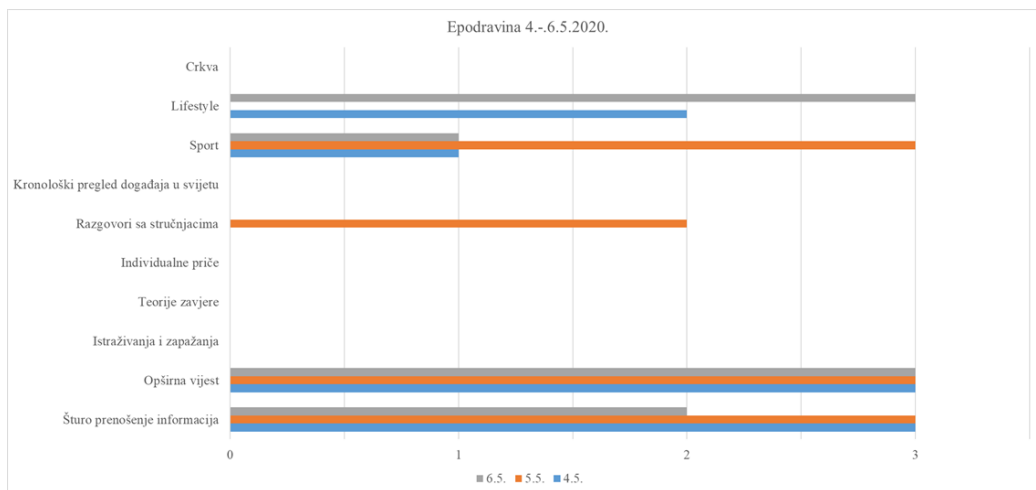


Grafikon 6.6.3. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Epodravina.hr

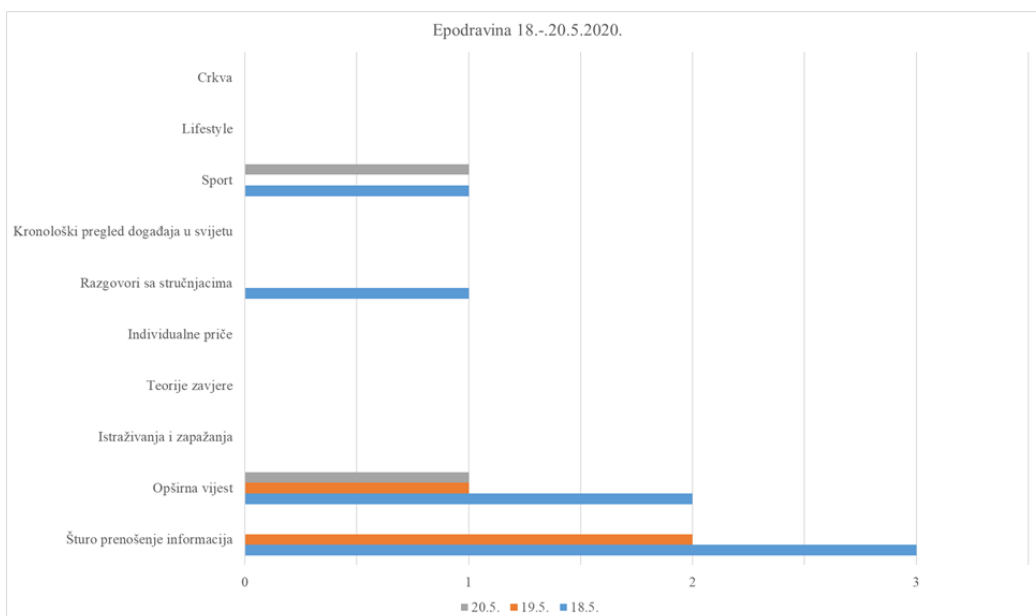
U prva tri analizirana tjedna vidljivo je da i dalje prednjače vijesti koje šturo prenose informacije te opširne vijesti koje nisu samo statistički podaci. Portal je u nekoj manjoj mjeri razgovarao sa stručnjacima, iznosile su se čak i „individualne priče“, te je obuhvaćen i *lifestyle*, dok su ostale kategorije obuhvaćene u minimalnoj mjeri. U prva tri tjedna objavljen je veći broj naslova te brojke za prvi tjedan iznose 57, za drugi 60 te za treći 50 naslova, što se također može pripisati potresu u Zagrebu.



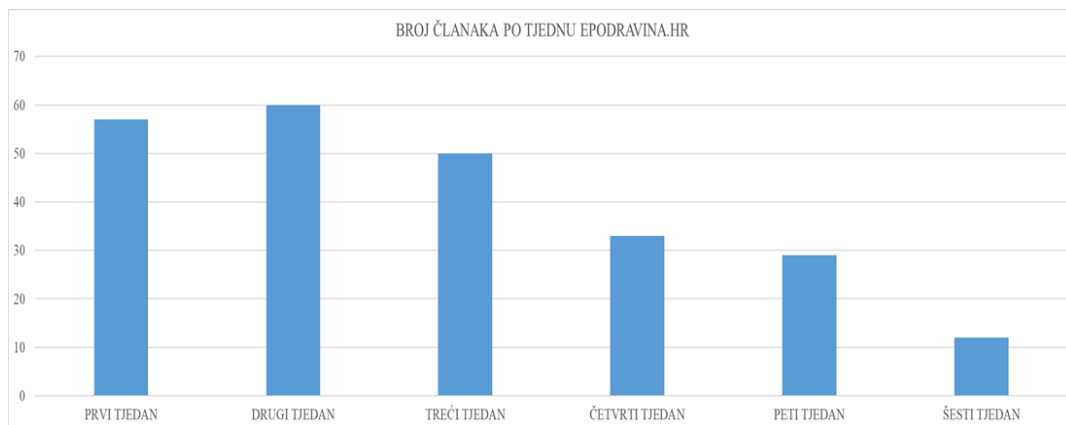
Grafikon 6.6.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Epodravina.hr



Grafikon 6.6.5. Broj članaka u petom tjednu na portalu Epodravina.hr



Grafikon 6.6.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Epodravina.hr



Grafikon 6.6.7. Broj članaka po tjednima na portalu Epodravina.hr

Grafikon 43 prikazuje pad broja naslova u posljednja tri tjedna. Ukupan broj napisanih članaka iznosi 240 što je više od ostalih analiziranih lokalnih portala. Vijesti koje su bile važne za čitavu Hrvatsku mogle su se također naći na portalu Epodravina.hr i to u broj od 46 naslova.

6.7. Usporedba

Tablica 6.7.1. Ukupan broj članaka na portalu Index.hr

	Ukupan broj članaka po kategoriji na portalu Index.hr
Šturo prenošenje informacija	625
Opširna vijest	480
Istraživanja i zapažanja	68
Teorije zavjere	6
Individualne priče	33
Razgovori sa stručnjacima	81
Kronološki pregled događaja	15
Sport	70
Lifestyle	43
Crkva	25

Tablica 6.7.2. Ukupan broj članaka na portalu Tportal.hr

	Ukupan broj članaka po kategoriji na portalu Tportal.hr
Šturo prenošenje informacija	685
Opširna vijest	548
Istraživanja i zapažanja	25
Teorije zavjere	1
Individualne priče	20
Razgovori sa stručnjacima	68
Kronološki pregled događaja	12
Sport	219
Lifestyle	177
Crkva	10

Tablica 6.7.3. Ukupan broj članaka na portalu Vijesti.hr

	Ukupan broj članaka po kategoriji na portalu Vijesti.hr
Šturo prenošenje informacija	155
Opširna vijest	204
Istraživanja i zapažanja	40
Teorije zavjere	3
Individualne priče	20
Razgovori sa stručnjacima	57
Kronološki pregled događaja	15
Sport	6
Lifestyle	23
Crkva	10

Kod nacionalnih portala vidljivo je da prednjače vijesti iz kategorije šturo prenošenje informacija, osim kod portala Vijesti.hr koji su donosili više opširnih vijesti, ukupno 204, dok im je brojka za šturo prenošenje informacija iznosila 155 naslova.

Kod portala Tportal.hr te Index.hr na trećoj se poziciji nalaze vijesti iz sporta koje kod Tportala iznose 219 naslova, a kod Indexa 70 naslova ukupno. Vijesti.hr kao treći analizirani nacionalni portal imaju najmanje vijesti iz sporta čiji broj iznosi 6.

Razgovori sa stručnjacima te istraživanja i zapažanja nalaze se odmah ispod sporta. Mnogo se razgovaralo sa stručnjacima te su se donosila brojna istraživanja na portalima. Najviše vijesti u tim kategorijama ima Index.hr, istraživanja 68 naslova te razgovor sa stručnjacima 81 naslov.

Lifestyle se najviše spominje na Tportalu sa 177 naslova dok je kod Indexa taj broj 43, a kod Vijesti 23. Takve se brojke mogu pripisati i najvećem broju vijesti koje je Tportal.hr objavio.

Brojke individualnih priča penju se najviše do 33 naslova kod Indexa, što ispada 1.8 priča po danu za vrijeme praćenja vijesti.

Kategorije Crkva te teorije zavjere nisu imale prevelike brojke, Crkva se najviše spominje na portalu Index.hr u 25 naslova kao i teorije zavjere sa 6 naslova.

Ukupan broj naslova na trima nacionalnim portalima iznosi 3744.

Kronološki pregled događaja u Hrvatskoj i svijetu dali su svi portali na svakodnevnoj bazi.

Tablica 6.7.4. Ukupan broj članaka na portalu Varaždinski.hr

	Ukupan broj članaka po kategoriji na portalu Varaždinski.hr
Šturo prenošenje informacija	84
Opširna vijest	65
Istraživanja i zapažanja	1
Teorije zavjere	0
Individualne priče	4
Razgovori sa stručnjacima	12
Kronološki pregled događaja	0
Sport	3
Lifestyle	7
Crkva	2

Tablica 6.7.5. Ukupan broj članaka na portalu Emeđimurje.hr

	Ukupan broj članaka po kategoriji na portalu Emeđimurje.hr
Šturo prenošenje informacija	82
Opširna vijest	62
Istraživanja i zapažanja	0
Teorije zavjere	0
Individualne priče	8
Razgovori sa stručnjacima	12
Kronološki pregled događaja	0
Sport	1
Lifestyle	20
Crkva	2

Tablica 6.7.6. Ukupan broj članaka na portalu Epodravina.hr

	Ukupan broj članaka po kategoriji na portalu Epodravina.hr
Šturo prenošenje informacija	77
Opširna vijest	92
Istraživanja i zapažanja	8
Teorije zavjere	1
Individualne priče	12
Razgovori sa stručnjacima	13
Kronološki pregled događaja	0
Sport	12
Lifestyle	21
Crkva	5

Kao i kod nacionalnih portala tako i kod lokalnih prednjače kategorije šturo prenošenje informacija te opširne vijesti. Na portalima Varaždinski.hr te Emeđimurje.hr prednjači šturo prenošenje informacija dok kod Epodravina.hr prednjači kategorija opširnih vijesti.

Vijesti vezane uz *lifestyle* možemo naći na portalima Epodravina.hr te Emeđimurje.hr po svakom portalu oko dvadesetak naslova dok na portalu Varaždinski.hr taj broj iznosi 7.

Razgovor sa stručnjacima na svim se portalima kreće oko 12 – 13. Individualnih priča nije bilo previše, najviše 12 na portalu Epodravina.hr. Istraživanja i zapažanja najviše je donosio portal Epodravina.hr dok kod Emeđimurja ta brojka iznosi 1, a kod Varaždinski.hr 0.

Sport se najviše spominje na portalu Epodravina.hr s 12 naslova. Crkva, kronološki pregled događaja u Hrvatskoj i svijetu te teorije zavjere najmanje se spominju ili se uopće ne spominju u kontekstu lokalnih medija.

Ukupan broj naslova na trima lokalnim portalima iznosi 606 što je šesterostruko manje od ukupnog broja vijesti na nacionalnim portalima.

Kategorije koje se najviše provlače kroz sve portale su šturo prenošenje informacija te opširne vijesti.

Tablica 6.7.7. Postotak članaka po kategorijama na portalima

Postotak vijesti po kategorijama na portalima						
	Tportal	Index	Vijesti	Varaždinski	Emeđimurje	Epodravina
Šturo prenošenje informacija	39%	43%	29%	47%	44%	32%
Opširna vijest	31%	33%	38%	37%	33%	38%
Istraživanja i zapažanja	1%	5%	8%	1%	0%	3%
Teorije zavjere	0%	0%	1%	0%	0%	0%
Individualne priče	1%	2%	4%	2%	4%	5%
Razgovori sa stručnjacima	4%	6%	11%	7%	6%	5%
Kronološki pregled događaja	1%	1%	3%	0%	0%	0%
Sport	12%	5%	1%	2%	1%	5%
Lifestyle	10%	3%	4%	4%	11%	9%
Crkva	1%	2%	2%	1%	1%	2%

Ukupan broj vijesti na nacionalnim te lokalnim portalima međusobno je neusporediv zbog većih resursa nacionalnih portala, kao i većeg broja ljudi i svih ostalih faktora koji su potrebni medijima kako bi zadovoljili što veći broj korisnika na većoj razini. No usporediti se mogu postoci članaka koji su bili podijeljeni u kategorije.

Kao što je vidljivo u tablici 7 najveći postotak vijesti na nacionalnim te lokalnim portalima zauzele su upravo kategorije šturo prenošenje informacija te opširna vijest, uglavnom s postocima preko 30 i 40 %. Šturo prenošenje informacija prednjači na portalima Tportal, Index, Varaždinski te Emeđimurje, dok kod Epodravine te Vijesti prednjači opširna vijest. Razlika između te dvije kategorije na svim portalima iznosi između 6 do 11 %, što nije značajno. Šturo prenošenje informacija najveći postotak ima na portalu Varaždinski, čak 47 %, a najmanji na portalu Vijesti, 29 %. Opširna vijest najzastupljenija je na portalu Vijesti, čak 38 %, a najmanje na Tportalu, 31 %.

Velika razlika vidljiva je u praćenju sporta. Na Tportalu postotak u kategoriji sport iznosi 12 %, dok je kod drugih portala taj broj značajno manji, 1 – 5 %.

Portal Vijesti najviše je preispitivao odluke Stožera te u svojim vijestima donosio brojne poglede pa tako i mišljenja znanstvenika, te im kategorija razgovori sa stručnjacima iznosi 11 %, što je više od svih, dok najmanje članaka donosi Tportal, samo 4 %.

Lifestyle je kategorija koja se najviše pojavljuje na portalu Emeđimurje, u čak 11 % članaka te se iza Emeđimurja nalaze Tportal s 10 % i Epodravina s 9 %.

Individualne priče donose se na portalima u maloj mjeri, 1 – 5 % te su postoci ujednačeni, dok najmanji postotak drži Tportal. Veća učestalost individualnih priča veže se uz prve tjedne što je povezano i s nepoznanicom koju je virus predstavljao čovječanstvu. Teorije

zavjere kategorija su koje gotovo nema na portalima, u Vijestima se pojavljuje u postotku od 1%. Crkva se također rijetko pojavljuje te postoci iznose 1 – 2 %.

Najviše istraživanja i zapažanja donosi portal Vijesti s 8 % dok su ostali portali to radili u manjem postotku između 0 i 5%.

Najkritičniji pristup prema postocima svakako ima portal Vijesti koji donosi najviše opširnih vijesti te najviše razgovora sa stručnjacima te istraživanja i zapažanja. Postotak vijesti vezanih uz razgovor sa stručnjacima možemo pripisati RTL direktno koji je gotovo svakodnevno razgovarao sa stručnjakom koji je znanstveno vezan uz pandemiju virusa.

Vijesti vezane uz Crkvu više su se pojavljivale u tjednima oko Uskrsa, dok se kod svih portala najveći broj članaka napisao u drugom i trećem tjednu, to jest tjednu iza potresa u Zagrebu. Općenito, kako se situacija smirivala tako su i nestajale kategorije sport, lifestyle, te Crkva i kod gotovo svih portala do kraja proučavanog razdoblja sveli su se na nulu.

Primjetna je razlika u duljini samih tekstova između lokalnih te nacionalnih portala. Lokalni portali šturo prenošenje informacije donose u samo nekoliko rečenica dok je ta kategorija na nacionalnim portalima napisana u desetak rečenica. Također, opširne vijesti dulje su na nacionalnim portalima nego na lokalnim. Lokalni portali Emeđimurje te Varaždinski surađuju s portalom Vijesti te su često samo prenosili njihove članke na svoje portale.

7. Zaključak

Istraživanjem sam došao do zaključka da mediji imaju veliku ulogu u obavješćivanju javnosti, ali i kreiranju javnog mnijenja. Svojim člancima mogu javnost dovesti u neizvjesno stanje, no isto tako to stanje dovesti u normalu. Kako su u početku donosili više šturih informacija vezanih uz odluke Stožera tako su se s odmakom potrudili preispitati te odluke i postali su objektivniji što se tiče teme koronavirusa. To je razumno s obzirom na činjenicu da je svijet pandemija zadesila u vrlo kratkom roku te je virus bio nepoznat, a količina panike u javnosti i ovako je bila velika.

Portali jesu mediji preko kojih svijet najčešće prima informacije te su stoga imali ključnu ulogu u informiranju u ovom razdoblju. Specifični su po tome što su vrlo brz medij na kojem se nalazi velika količina podataka i informacija. Kako bi ljudi lakše došli do informacija koje su vezane uz koronavirus, portali su otvorili posebnu rubriku koronavirus u koju su se svrstavale vijesti vezane uz pandemiju.

Razlika u izvještavanju između nacionalnih i lokalnih portala vidljiva je u broju članaka, u duljini članaka u pojedinim kategorijama, te u postotku članaka po pojedinim kategorijama. U kriznoj situaciji koja se dogodila uz virus, a to je potres u Zagrebu, vezan je veći broj članaka u tjednima nakon potresa što potvrđuje važnu ulogu koju mediji imaju u kriznim situacijama. Medijska popraćenost te informiranost javnosti vrlo je bitna u takvim situacijama.

Portali se nisu bavili teorijama zavjere, iako su se u kasnijim tjednim na internetu mogle pronaći mnoge teorije o nastanku virusa, širenju, 5 G mrežama i ostalome. Više su se okrenuli individualnim pričama te razgovorima sa stručnjacima o istraživanjima koja su se odnosila na cijeli svijet.

U početku su mediji više prenosili samo šture informacije vezane uz koronavirus te one obavijesti koje je donio Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske. U kasnijoj fazi te su vijesti postale objektivnije te su se preispitivale sve informacije i odluke koje su portali prenosili, više se razgovaralo sa stručnjacima te su se donosila razna istraživanja iz svijeta.

U svojoj su se ulozi mediji snašli vrlo dobro te su javnosti prenosili točne, objektivne, nepristrane, pravodobne te istinite vijesti. Iako su u početku mediji svoju ulogu sveli na

prenošenje informacija, što možemo pripisati novonastaloj situaciji, kasnije su poprimili svoju pravu ulogu te dobro izvještavali javnost.



IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

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

Ja, David Vadas (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Pogled na izvještavanje portala o pandemiji koronavirusa u razdoblju od 23.3.2020. do 20.5.2020. godine (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nezovoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

David Vadas
(vlastoručni potpis)

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

Ja, David Vadas (*ime i prezime*) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Pogled na izvještavanje portala o pandemiji koronavirusa u razdoblju od 23.3.2020. do 20.5.2020. godine (*upisati naslov*) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

David Vadas
(vlastoručni potpis)

8. Literatura

8.1 Knjige:

1. Brautović, Mato., 2011. *Online novinarstvo*, Školska knjiga, Zagreb
2. Malović, Stjepan 2005. *Osnove novinarstva*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb
3. Malović, Stjepan 2014. *Masovno komuniciranje*, Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb
4. Peruško-Čulek, Zrinjka, 2011. *Uvod u medije*, Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb
5. Tjurou, Dž, 2009. *Mediji danas*, Clio, Beograd
6. Vulliamy, Ed, 1993. *British Journalism Review 2*, This War has Changed My Life

8.1 Diplomski radovi:

1. Palibrk, Dušanka, 2017. *Značaj i dostupnost digitalnih arhiva dnevnih novina*. Diplomski rad, Filozofski fakultet Rijeka, str. 32

8.3 Znanstveni članci:

1. Barović, V. (2011). 'Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama', *Medijske studije*, 2(3-4), str. 118-126. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/87882> (Datum pristupa: 27. 8. 2020., 12:55)
2. Brautović, M. (2010). 'Razvoj hrvatskog *online* novinarstva 1993-2010.', *MediAnali*, 4(8), str. 23-42. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/65463> (Datum pristupa: 27. 8. 2020., 13:00)

3. Krušelj, Ž. (2015). 'Konceptijska ishodišta i kadrovska povezanost zagrebačkog Poleta i koprivničkog LOK-a', *Podravina*, 14(27), str. 5-35. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/148953> (Datum pristupa: 27. 8. 2020., 13:05)
4. Poler Kovačić, M. (2001.): „*Kriza novinarstva kao kriza etike: tko je novinarski subjekt?*“, *Medijska istraživanja*, sv. 7 (1-2): 25–44.
(<https://repositorij.hrstud.unizg.hr/islandora/object/hrstud%3A1252/datastream/PDF/view>) (Datum pristupa: 27. 8. 2020., 13:08)

8.4 Internetski izvori:

1. <https://emedjimurje.net.hr/info/3208511/impressum/>, (pristupljeno: 25. 6. 2020., 12:35)
2. <https://epodravina.hr/impressum/>, (pristupljeno: 25. 6. 2020., 12:42)
3. <https://tesla.carnet.hr/mod/book/view.php?id=5436&chapterid=907>, (pristupljeno: 27. 8. 2020., 10:20) 17
4. <https://varazdinski.net.hr/info/3208665/impressum/>, (pristupljeno: 25. 6. 2020., 12:51)
5. <https://www.index.hr/impressum>, (pristupljeno: 24. 8. 2020., 20:24)
6. <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/impressum/>, (pristupljeno: 24. 8. 2020., 20:24)
7. <https://www.tportal.hr/impressum>, (pristupljeno: 25. 6. 2020., 12:24)
8. O CARNET-u, <https://www.carnet.hr/o-carnet-u/>, (pristupljeno: 23. 6. 2020., 18:21) 13
9. <https://net.hr/danas/istrazivanje-reutersa-net-hr-je-4-najcitaniji-i-najbrze-rastuci-website-u-zemlji-kao-i-jedan-od-portala-kojem-hrvati-najvise-vjeruju/>, (pristupljeno: 13.9.2020., 12:58)

9. Popis korištenih slika, tablica i grafova

9.1 Popis korištenih slika

Slika 6.1.1. Izgled stranice Tportal.hr	14
Slika 6.2.1. Izgled stranice	19
Slika 6.2.2.. Izgled stranice Indeks.hr	20
Slika 6.3.1. Izgled portala Vijesti.hr.....	24
Slika 6.3.2. Izgled portala Vijesti.hr.....	25
Slika 6.4.1. Izgled portala Varaždinski.hr.....	30
Slika 6.5.1. Izgled portala Emeđimurje.hr	35
Slika 6.6.1. Izgled portala Epodravina.hr	39

9.2 Popis korištenih tablica

Tablica 6.7.1. Ukupan broj članaka na portalu Index.hr	43
Tablica 6.7.2. Ukupan broj članaka na portalu Tportal.hr.....	44
Tablica 6.7.3. Ukupan broj članaka na portalu Vijesti.hr.....	44
Tablica 6.7.4. Ukupan broj članaka na portalu Varaždinski.hr.....	45
Tablica 6.7.5. Ukupan broj članaka na portalu Emeđimurje.hr	45
Tablica 6.7.6. Ukupan broj članaka na portalu Epodravina.hr.....	46
Tablica 6.7.7. Postotak članaka po kategorijama na portalima.....	47

9.3 Popis korištenih grafova

Grafikon 6.1.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Tportal.hr.....	15
Grafikon 6.1.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Tportal.hr.....	15
Grafikon 6.1.3. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Tportal.hr	16

Grafikon 6.1.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Tportal.hr.....	17
Grafikon 6.1.5., Broj članaka petom tjednu na portalu Tportal.hr	17
Grafikon 6.1.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Tportal.hr	18
Grafikon 6.1.7. Broj članaka po tjednima na portalu Tportal.hr	18
Grafikon 6.2.1., Broj članaka u prvom tjednu na portalu Index.hr	20
Grafikon 6.2.2.. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Index.hr	21
Grafikon 6.2.3.. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Index.hr.....	21
Grafikon 6.2.4.. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Index.hr	22
Grafikon 6.2.5.. Broj članaka u petom tjednu na portalu Index.hr.....	22
Grafikon 6.2.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Index.hr.....	23
Grafikon 6.2.7.. Broj članaka po tjednima na portalu Index.hr.....	23
Grafikon 6.3.1.. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Vijesti.hr.....	25
Grafikon 6.3.2.. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Vijesti.hr.....	26
Grafikon 6.3.3.. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Vijesti.hr	26
Grafikon 6.3.4.. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Vijesti.hr.....	27
Grafikon 6.3.5.. Broj članaka u petom tjednu na portalu Vijesti.hr	27
Grafikon 6.3.6.. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Vijesti.hr	28
Grafikon 6.3.7.. Broj članaka po tjednima na portalu Vijesti.hr	28
Grafikon 6.4.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Varaždinski.hr	31
Grafikon 6.4.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Varaždinski.hr	31
Grafikon 6.4.3. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Varaždinski.hr	32
Grafikon 6.4.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Varaždinski.hr	32
Grafikon 6.4.5. Broj članaka u petom tjednu na portalu Varaždinski.hr	33
Grafikon 6.4.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Varaždinski.hr	33
Grafikon 6.4.7. Broj članaka po tjednima na portalu Varaždinski.hr	34
Grafikon 6.5.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Emeđimurje.hr.....	35

Grafikon 6.5.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Emeđimurje.hr.....	35
Grafikon 6.5.3. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Emeđimurje.hr	36
Grafikon 6.5.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Emeđimurje.hr.....	37
Grafikon 6.5.5. Broj članaka u petom tjednu na portalu Emeđimurje.hr	37
Grafikon 6.5.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Emeđimurje.hr	38
Grafikon 6.5.7. Broj članaka po tjednima na portalu Emeđimurje.hr	38
Grafikon 6.6.1. Broj članaka u prvom tjednu na portalu Epodravina.hr	40
Grafikon 6.6.2. Broj članaka u drugom tjednu na portalu Epodravina.hr	40
Grafikon 6.6.3. Broj članaka u trećem tjednu na portalu Epodravina.hr	41
Grafikon 6.6.4. Broj članaka u četvrtom tjednu na portalu Epodravina.hr	41
Grafikon 6.6.5. Broj članaka u petom tjednu na portalu Epodravina.hr	42
Grafikon 6.6.6. Broj članaka u šestom tjednu na portalu Epodravina.hr	42
Grafikon 6.6.7. Broj članaka po tjednima na portalu Epodravina.hr	43