

Novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarke-početnice Jutarnjeg lista

Hrastić, Dorotea

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:229034>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-26**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 252_NOV_2023

Novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*

Dorotea Hrastić, 033604/2475

Koprivnica, lipanj 2023. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 252_NOV_2023

Novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*

Studentica

Dorotea Hrastić, 033604/2475

Mentorica

izv. prof. dr. sc. Lidija Dujić

Koprivnica, lipanj 2023. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo		
PRISTUPNIK	Dorothea Hrastić	MATIČNI BROJ	033604/2475
DATUM	13. 6. 2023.	KOLEGIJE	Novinarska radionica 2
NASLOV RADA	Novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarka-početnice Jutamjeg lista		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Journalistic topic, editorial, editorial interventions from the perspective of a novice journalist of Jutamji list		
MENTOR	Lidija Dujčić	ZVANJE	izvanredna profesorica
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Krešimir Lacković, predsjednik 2. doc. dr. sc. Irena Radej Miličić, članica 3. izv. prof. dr. sc. Lidija Dujčić, mentorica 4. izv. prof. dr. sc. Željko Krušelj, zamjenski član 5.		

Zadatak završnog rada

BROJ 252_NOV_2023

OPIS
Tema ovoga završnog rada jesu novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarka-početnice Jutamjeg lista. Postavljenim istraživačkim hipotezama u radu se želi provjeriti koliko se veliki hrvatski medij u svojoj integriranoj redakciji drži standarda profesionalnoga etičkog novinarstva, a što se istražuje analizom autorskih tekstova na kojima su provedene uredničke intervencije: u naslovu, leadu ili tekstu.

U radu je potrebno:

1. Uvodno postaviti teorijski okvir istraživane teme.
2. Definirati metodologiju istraživanja.
3. Analizirati medijske sadržaje prema postavljenim kriterijima.
4. Osmisliti se na aspekt profesionalnoga novinarstva u integriranoj redakciji.
5. Izvesti zaključke na temelju provedenog istraživanja.

ZADATAK URUČEN

13. 6. 2023

POTPIS MENTORA



Predgovor

Na kolegiju Novinarska radionica II učili smo, između ostalog, o novinarskoj temi i kako je pronaći. Predavanje me jako zainteresiralo te sam često provjeravala potencijalne teme. Kada mi se pružila prilika raditi u *Jutarnjem listu* na kraju druge i dijelu treće godine preddiplomskog studija, shvatila sam koliko je teško doći do kvalitetne teme i zainteresirati druge za nju, pa sam svojim tekstovima nastojala na što originalniji način prenijeti temu čitateljima. Provodeći dane u redakciji *Jutarnjeg lista* shvatila sam također da urednici svakodnevno ispravljaju tekstove, odnosno provode uredničke intervencije, a kako sam uvijek pratila koliko će intervencija biti na mojim tekstovima, tako se rodila i ideja za temu završnog rada. Ipak, najviše zahvale za izbor ove teme moga završnog rada ide profesorici Lidiji Dujić kod koje sam slušala spomenuti kolegij na kojemu nam je, na različitim primjerima, pokazala kako novinarska tema i uredničke intervencije funkcioniraju u redakcijama.

Zahvaljujem dakle najprije mentorici izv. prof. dr. sc. Lidiji Dujić koja mi je svojim kolegijima, trudom i znanjem pružila potrebno znanje i vještine u prve tri godine studija; posebno zahvaljujem na mentorstvu, svim savjetima i pomoći koju mi je pružila u pisanju ovoga završnog rada. Zahvaljujem i redakciji *Jutarnjeg lista*, urednicima Nini Đuli i Tomislavu Novaku, što su odabrali upravo mene i pružili mi mogućnost da budem dio profesionalne redakcije; bez njih ovaj završni rad ne bi bio kompletan. Posebnu zahvalu upućujem svojoj obitelji i prijateljima koji su mi bili podrška i oslonac te me ohrabivali u učenju, kao i radu u *Jutarnjem listu*.

Sažetak

Tema ovoga završnog rada jesu novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*. Rad se sastoji od dva dijela. U teorijskom dijelu objašnjava se što je novinarska tema, kako je prepoznati i kako doći do nje, uz pregled novinarskih tema do kojih je došla novinarke-početnica. Slijedi uredništvo *Jutarnjeg lista* gdje se objašnjava njegova struktura i pozicija mladog novinara u redakciji iz perspektive novinarke-početnice, tako da rad prati proces rada u redakciji od prve objavljene teme do ozbiljnijih objavljenih tema.

U istraživačkom dijelu rada analizirano je 18 objavljenih autorskih tekstova na portalu i tiskovini *Jutarnjeg lista*, a potom su pronađene uredničke intervencije – u naslovu, *leadu* ili tekstu kako bi se utvrdilo koje se najčešće pojavljuju. Zaključno su navedeni rezultati istraživanja i potvrđene istraživačke hipoteze.

Ključne riječi: novinarska tema, uredništvo, *Jutarnji list*, mladi novinari, uredničke intervencije

Summary

The topic of this final paper is the journalistic theme, editorial and editorial interventions from the perspective of a novice journalist at *Jutarnji list*. The paper consists of two parts. In the theoretical part, it is explained what a journalistic topic is, how to recognize it and how to get to it, along with an overview of journalistic topics that a novice journalist came up with. The editorship of *Jutarnji list* follows, where its structure and the position of a young journalist in the newsroom are explained from the perspective of a novice journalist, so that the paper follows the process of working in the newsroom from the first published topic to more serious published topics.

In the research part of the work, 18 published author's texts on the portal and in the press of *Jutarnji list* were analyzed, and then editorial interventions were found – in the title, lead or text in order to determine which ones appear most often. In conclusion, the research results and confirmed research hypotheses are stated.

Key words: journalistic topic, editorial, *Jutarnji list*, young journalists, editorial interventions

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Novinarska tema	2
2.1.	Odlazak na teren	3
2.2.	Internetom i društvenim mrežama do novinarske teme	5
2.3.	Podaci koji stižu u redakciju	6
2.4.	Od osobnih i privatnih saznanja mladog novinara do novinarske teme.....	7
3.	Uredništvo.....	8
3.1.	Struktura redakcije <i>Jutarnjeg lista</i>	9
3.2.	Pozicija mladog novinara u redakciji <i>Jutarnjeg lista</i>	10
3.2.1.	Prijava za posao novinara i tri mjeseca probnog roka	11
3.2.2.	Redakcija <i>Jutarnjeg lista</i> iz perspektive mlade novinarke	13
4.	Uredničke intervencije	15
4.1.	Uredničke intervencije prikazane u opremi	16
4.1.1.	Uredničke intervencije u naslovima.....	16
4.1.2.	Uredničke intervencije u međunaslovima i podnaslovima	18
4.1.3.	Od uredničke intervencije do širenja fake newsa	18
4.2.	Uredničke intervencije u <i>leadu</i>	20
4.3.	Uredničke intervencije u tekstu.....	24
4.4.	Rezultati istraživanja	28
5.	Zaključak.....	29
6.	Literatura.....	30
7.	Popis slika	32
8.	Prilozi.....	33
8.1.	Tekst o stroju za izumljivanje – Berky.....	33
8.2.	Tekst o studentskoj menzi u Koprivnici.....	34
8.3.	Tekst o nestašici lijekova	35
8.4.	Tekst o zelenoj poduzetnici i poduzeću Be Green	36
8.5.	Tekst o povratu troškova preko HZZO-a	37
8.6.	Tekst o inicijativi za povećanje dječjeg doplatka.....	38
8.7.	Tekst o smeću u Parku Ribnjak u Zagrebu	39
8.8.	Tekst o sezonskim sniženjima.....	40

1. Uvod

Tema ovoga završnog rada jesu novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*. Cilj je rada prikazati koliko je novinarskih terena i uredničkih prijedloga potrebno svladati kako bi se prepoznala novinarska tema. Jedan je od ciljeva je pokazati kako funkcionira uredništvo *Jutarnjeg lista* te kako u praksi izgledaju uredničke intervencije nadležnog urednika. Svrha je ovoga završnog rada ukazati koliko je izazovno raditi kao mlada novinarka u ovakvom mediju i koliko je vremena potrebno da se svladaju osnove koje zahtijevaju urednici *Jutarnjeg lista*. Na konkretnim primjerima u radu će biti prikazano kako funkcionira jedna od većih redakcija na nacionalnoj razini i koje je kompetencije potrebno steći kako bi uredničkih intervencija bilo minimalno.

Završni rad sastoji se od dva dijela – teorijskog i istraživačkog. U uvodnom poglavlju definira se novinarska tema, kako je prepoznati i kako novinari dolaze do nje. U idućem poglavlju pojašnjava se uredništvo cijelog lista, kako funkcionira i za koje poslove su novinari zaduženi. Također, spominje se uloga mlade novinarke ili novinarke-početnice i zadataka koje treba svladati kako bi se zadržala u redakciji te pisala o temama koje ju zanimaju. Kako rad prati iskustvo novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*, istraživanje se temelji na autorskim novinarskim tekstovima koji su nastali u vrijeme obavljanja novinarskih poslova u redakciji *Jutarnjeg lista*, u razdoblju od 15. srpnja 2022. godine do 13. veljače 2023. godine, na uzorku od 72 objavljena teksta. Izdvojeno je 18 autorskih tekstova na kojima se potom prikazuju i objašnjavaju uredničke intervencije – u naslovu, *leadu* ili samom tekstu. Ovom metodom nastojalo se utvrditi koliko često dolazi do uredničkih intervencija, kada su one zaista potrebe u novinarskom tekstu i pojavljuju li se češće u tekstovima kojima se želi izazvati velika čitanost, iako to znači kršenje standarda profesionalnog novinarstva.

Postavljene su dvije istraživačke hipoteze:

H1: Teorijska znanja usvojena na studiju, drugačije se primjenjuju u praksi.

H2: Uredničke intervencije usmjerene su više prema *klikabilnosti* nego prema poštivanju standarda profesionalnog novinarstva.

2. Novinarska tema

Definirati novinarsku temu puno je teže od objašnjenja što bi ona mogla biti. Maroje Mihovilović navodi kako je za svaku novinsku¹ temu ključno da se radi o novoj informaciji koja ima širu važnost: „Novinskom temom postat će neka nova informacija, u kojoj novinar identificira nešto što je politički, kulturno, društveno ili bilo kako drukčije važno i od interesa za čitatelje pojedinih novina“ (Mihovilović 2007: 3). Novinarske priče, odnosno teme pronalaze sami novinari, i to na različite načine, a kako Stjepan Malović objašnjava, nije to samo sjedenje u redakciji, već se to najčešće svodi na „kopanje“ po podacima, dojave građana, potom nesreće, požari i katastrofe, razne sjednice, dokumenti, konferencije za novinare te zločini i sudstvo (Malović 2005: 115). Međutim, nisu svi oblici oduvijek bili tako definirani, nego je u prošlosti suština novinarstva bila osluškivanje ljudi i njihovih priča, ili pak odlazak na zanimljiva mjesta te stapanje s masom kako bi novinari nešto novo doznali.

Za prepoznavanje novinarske teme moguće je slijediti Mihovilovićevih pet kriterija: ekskluzivnost, važnost, svjetonazor, vjerodostojnost i atraktivnost (Mihovilović 2007: 38). Ekskluzivnost, kao što i sama riječ govori, vijesti su koje drugi nemaju, a u to se mogu ubrojiti i dostupne relevantne osobe i suradnici; važnost podrazumijeva ono što je vremenski i prostorno bliže; svjetonazor može biti kombinacija političkih i društvenih stavova koji se promoviraju, najčešće u formi komentara; vjerodostojnost je posebno bitna u svim oblicima novinarstva jer promovira borbu za točnost, odnosno razlikuje istinu od „istine“; atraktivnost donosi nešto zanimljivo, bizarno i šokantno, a velika pomoć je i oprema teksta (Mihovilović 2007: 38-39). Kada novinari prepoznaju takvu temu, signaliziraju je nadležnoj osobi, točnije uredniku. Ako se takva tema odobri, prikupljaju se podatci preko javno dostupnih sredstava – interneta i arhiva, ili odlaska na teren kako bi se svi navedeni podaci provjerili. Na kraju novinaru² preostaje oblikovati prilog, bilo da se radi o radijskom, televizijskom ili novinskom prilogu te ga je potrebno adekvatno opremiti (Mihovilović 2007: 42).

Praksa je urednika *Jutarnjeg lista* slanje mladih novinara-početnika na teren s ciljem pronalaženja teme. Prema riječima zamjenika glavnog urednika *Jutarnjeg lista*, Nine Đule, poanta je da mladi novinari nauče prepoznati temu kada nešto vide na ulici, primjerice početak radova na zgradi stradaloj od potresa, ili pak čuju nešto zanimljivo od ljudi koje sreću na ulici. Cilj im je,

¹ Podjednako se odnosi i na ostale medije, a ne samo na tiskane novine.

² Imenica „novinar“ odnosi se na oba spola.

naime, da mladi novinari shvate kako je većina onoga što ih danas okružuje novinarska tema, ali da treba pronaći način kako doći do informacija, sugovornika koji će to potvrditi i „filtera“ koji će svatko od novinara steći. Također, prema njegovim riječima, jedna od odlika novinara jest da pažljivo slušaju, gdje god se nalaze, u autu, gradu, javnom prijevozu ili tijekom razgovara s drugom osobom, jer sve to može dovesti to pronalaska novinarske teme. Odnosno, kako je spomenuto i u brošuri *Uvod u novinarstvo*, novinari vremenom razvijaju osjećaj za prepoznavanje novinarske priče pa slijedi selekcija informacija i odabir najzanimljivije teme.³ U *Jutarnjem listu* mladi novinari se opredjeljuju za određenu rubriku, primjerice u „Gradskoj rubrici“ prate vijesti i teme isključivo na području Grada Zagreba zbog čega stupaju u kontakt s osobama koje su važne za to područje pa tako lakše dolaze do novih novinarskih tema. Ono što je posebno zanimljivo mladim novinarima *Jutarnjeg lista* jest rubrika „Sara sa Save“ koja se sastoji od komentara, vijesti i kolumni vezanih uz studentski život. Kako su i sami studenti, lakše stupaju u kontakt s drugim studentima koji imaju raznolike hobije, žive drugačije od ostalih studenata, posjetili su različite destinacije ili se na bilo koji drugi način ističu. Toj rubrici također pripadaju i studentske anegdote, iskustva studenata, ali i ozbiljnije teme kao što su studentske menze i neslavni crvi, nemogućnost zaposlenja liječnika za sve studente koji su udaljeni od kuće ili psihičko stanje studenata. Kod takvih novinarskih tema, važno je biti upućen u sve izvore, napraviti provjeru te poznavati stručnjake; iako to nije nužno, ali se lakše dolazi do potvrde novinarske teme.

2.1. Odlazak na teren

Kao novinarka-početnica *Jutarnjeg lista* u razdoblju od 15. srpnja 2022. godine do 30. rujna 2022. godine odradila sam terene probnog roka, s ostalim novinarima-studentima, primjerice s novinarom Brunom Drempećem⁴, novinarkama-početnicama Doroteom Kos⁵ i Ivom Pahlić⁶ te novinarom početnikom Brunom Gazibarom.⁷ Ostatak terena u razdoblju od 1. listopada 2022. do 13. veljače 2023. godine odradila sam samostalno. Primjeri izlazaka na teren i građe od koje se

³ <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf>

⁴ Bivši student Sveučilišta Sjever, studij Novinarstvo, i sadašnji student Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu, studij novinarstva.

⁵ Studentica Sveučilišta Sjever, studij Komunikologija, mediji i novinarstvo.

⁶ Studentica Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu, studij novinarstva.

⁷ Student Filozofskog fakulteta u Zagrebu, studij povijesti.

rađaju potencijalne teme, prikazani su dakle na temelju vlastitog iskustva novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*.

Novinar bi, u načelu, trebao biti dobar promatrač, a ako nije, treba to što prije naučiti. Jedan od savjeta urednika *Jutarnjeg lista*, kao i novinara Waltera Robinsona jest: „Slušaj što ti ljudi govore i saznaj kako žive i vrati se s pet priča.“⁸ Kada novinar hoda ulicom, treba uvijek promatrati što se događa oko njega, odnosno događa li se kakva promjena, skuplja li se po gradu hrpa smeća, tko s kime sjedi u kafiću ili kakav je promet (Malović 2005: 118). Zbog toga se u većini hrvatskih redakcija najbolje priče, odnosno teme, objavljuju odlaskom na teren novinara, a Malovićevu praksu primjenjuje i *Jutarnji list*. Ukoliko novinar vidi neku zanimljivu temu, primjerice prosvjed kod središnjice vladajuće stranke, javlja to uredniku koji odlučuje koliko je takva tema bitna. Nakon toga je zadaća novinara da razgovora s ljudima, pronade najnovije informacije, provjeri sve izvore te svoju prvu verziju teksta šalje u redakciju na provjeru. Osim takvih situacija kada se novinar nađe usred nečega, najbolji su tereni i za vrijeme ljetnih mjeseci jer su najčitanije novinarske priče upravo turisti koji posjećuju grad pa novinar može naići na anegdote i priče s kojima se ne susreće svakodnevno. Primjeri iz *Jutarnjeg lista* pokazuju i da su najveći novinarski tereni bili onda kada su svi novinari bili raspodijeljeni po gradu Zagrebu zbog najave Tomaševićevog modela razdvajanja otpada. Tada se svakog dana pratilo stanje (tjedan dana prije uvođenja modela do nekoliko dana od uvođenja modela), a novinari su obilazili Zagreb zajedno s gradonačelnikom i radnicima Čistoće. Kod takvih događaja svaka fotografija ili poveći nered bio je novinarska tema, posebice zbog nečistoće grada. Kada i ne bi sami novinari pronašli nešto vezano uz smeće, redakcija je dobivala dojave građana pa su novinari više puta dnevno izlazili na terene, zajedno s fotografima kako bi pokrili što veće područje. Bilo je tu različitih vijesti zbog čega su urednici birali one najbolje koje su na kraju objavljivali na portalu ili tiskali u novinama. Izlazak na teren stoga se i dalje smatra najboljom opcijom jer se novinar može uvjeriti u određene informacije i događaje i zamijetiti nešto novo što u redakciji ne bi mogao (Malović 2005: 118).

Kod većine mladih novinara ne postoji definirana rubrika, već odlaze na svaki teren, uz prethodnu pripremu, a teme su različite: od crne kronike, *lifestylea*, komunalne ili potrošačke teme, do odlaska na konferencije za novinare. Nema posebnog pravila tko odlazi na teren i kako će to izgledati. Zbog toga novinari moraju poznavati sve grane novinarstva, pravila ponašanja kod izlaska na teren ili pristupa ljudima te naposljetku kako izvještavati o određenoj temi. Primjerice,

⁸ <https://www.medijiskapismenost.hr/kako-pronaci-novinarsku-pricu/>

svaki novinar mora poznavati postupak prikupljanja podataka o nesrećama, ali je mjesto događaja složenije i teže dostupno i opasnije za izvještavanje (Malović 2005: 98). Jedan od terena s kojim se susreću novinari jesu i konferencije za novinstvo koje „sazivaju pojedinci ili institucije kada žele nešto važno i brzo priopćiti javnosti“ (Malović 2005: 131). U praksi urednici biraju tko će od novinara otići na teren prolazeći pritom s novinarom sve bitna pitanja koja bi trebalo postaviti, ukoliko za to postoji potreba. Postoje pritom i konferencije kod kojih se pojavljuju svi bitni mediji pa se novinarov odlazak na teren računa isključivo kao prisutnost određene medijske kuće; u takvim slučajevima bitno je da novinar sve dobro promatra i označava najbitnije izjave, primjerice na konferenciji za spalionicu kod KBC Rebra.

2.2. Internetom i društvenim mrežama do novinarske teme

Kako je internet postao glavni izvor informiranja, novinari tako nalaze zanimljive teme koje onda dublje istražuju, a upravo takve priče najbolje prolaze kod čitatelja. Uredništvo svakako daje prednost vlastitim informacijama, koje prikupljaju i pišu novinari tog medija (Malović 2005: 95). No, kada novinari ne nailaze na teme, odlučuju pretražiti društvene mreže i ostale medije. Stoga su savjeti urednika *Jutarnjeg lista* da se novinari učlane u zagrebačke Facebook grupe, bilo da se radi općenito o gradu ili kvartovima. Također, jedan od savjeta novinarima jest da slušaju Radio Sljeme jer upravo oni imaju jako dobre vijesti, ali ih je količinski puno pa nisu do kraja obrađene, odnosno ne postoji više strana jer su vijesti samo spomenute. Osim svakodnevnog slušanja radiostanice, riznica s temama nalazi se u Facebook grupi *Ženski RecenziRAJ*⁹ koja novinare najčešće dovodi do loših recenzija i nelogičnosti pojedinih proizvoda i usluga koje se potom dublje istražuju. Iz ove Facebook grupe proizlazi jako puno vijesti na portalu *Jutarnjeg lista*, ali i istraživačkih tema. Primjer jedne takve teme je razotkriveni kriminal *online* kupnje preko Facebook stranice Max Dom Centra¹⁰ ili ispovijesti putnika FlixBusa. Većina takvih tema temelji se na prikupljanju i provjeri podataka, stupanju u kontakt s osobama koje su napisale određenu objavu te traženju objašnjenja druge odgovorne strane. Osim prikupljanja podataka, novinari izlaze i na teren ukoliko

⁹ Ženski RecenziRAJ je Facebook stranica namijenjena isključivo djevojkama i ženama, a od 2020. godine imaju i vlastiti portal. U grupi su dopuštene sve recenzije koje zanimaju prosječnu ženu.

¹⁰ Max Dom Centar je Facebook stranica koja od 2022. godine prodaje zavjese, tepihe i navlake za fotelje i stolice. Korisnicima je poznatija kao stranica koja vara ljude, prijeti im smrću, a državnim vlastima su poznati i po povredama ljudskog dostojanstva te kao prodavatelj iz „treće zemlje“.

je to potrebno. Bitno je spomenuti da kod takvih objava novinari traže dopuštenje za objavu fotografija, a većina korisnika traži i autorizaciju teksta. Također, u ovakvim slučajevima glavna zadaća novinara je „kopanje“ za činjenicama, dvostruko provjeravanje informacija i bilježenje opažanja (Malović 2005: 116). Osim društvenih mreža Facebooka i Twittera, novinari dolaze do tema putem blogova naizgled nepopularnih osoba i preko aplikacije Reddit. Ipak, kod navedene aplikacije postoji više mana za novinarska istraživanja jer sve potencijalne teme pripadaju anonimnim autorima, tako da je istinitost informacije ponekad teško provjeriti. Isto tako, često dolazi do izostanka povratne informacije ili nemogućnosti uključivanja druge strane zbog čega ove novinarske teme postaju pukom nagađanje.

2.3. Podaci koji stižu u redakciju

Novinarska tema može se „izvući“ i iz podataka koji pristižu na službeni e-mail redakcije. Najčešće su to dojave građana, priopćenja i povratne informacije u komentarima. Što se tiče tema koje dolaze od dojava građana, najčešće se radi o jako puno novih informacija zbog čega je potrebno razdvojiti bitno od nebitnog. Prije objave takvih tipova tema potrebno je provjeriti sve informacije jer se radi o podacima iz samo jednog izvora (Malović 2005: 116). Zato, kada je moguće, novinari izlaze na teren kako bi provjerili informaciju te napravili dobre fotografije za što bolju opremu teksta. U redakciju svakodnevno dolaze i priopćenja koja najčešće provjeravaju dežurni novinari na *webu* ili sami urednici koji potom e-mailove prosljeđuju novinarima s kojima dalje dogovaraju što će od novinarske teme iskoristiti. Najčešće se radi o PR priopćenjima u kojima novinari pronalaze jednu od tema te traže odgovarajuće sugovornike i izvore kojima će potkrijepiti informacije. U slučaju kada u redakciju pristigne određeno priopćenje od kojega se može napraviti potencijalna tema, primjerice legalizacija porođaja kod kuće, a niti jedan drugi medij nije nešto slično objavio, radi se po principu prepoznavanja teme te se novinar priprema za novinarski teren. U takvim tabu-temama pokušava se izvući nešto novo, a i sam teren može dovesti do novih saznanja koja mogu biti zasebna tema. Valja spomenuti i reakcije čitatelja na društvenim mrežama koji najčešće otkrivaju nešto novo za temu koju je novinar pisao, a zbog čega dolazi do tzv. *follow up* teme, odnosno proširuje se prethodna novinarska tema ili se stvara zasebna priča. Upravo čitatelji dovode novinare do šokantnih činjenica, a kako *Jutarnji list* čitaju gotovi svi, pojedini čitatelji mogu novinare povezati s ljudima koji su upoznati sa slučajem, ali do tada nisu izašli s određenim informacijama u javnost. Takve teme izazivaju velike reakcije čitatelja, a dobro su skrivene pa upravo takvi tekstovi razotkrivaju nečije „prljavo rublje“ ili nelogičnosti državnih službenika, što rezultira kvalitetnim sadržajem; u *Jutarnjem listu* označenim kao „Premium sadržaj“ koji je najčešće zaključan, a pojavljuje se i u tiskanom izdanju.

2.4. Od osobnih i privatnih saznanja mladog novinara do novinarske teme

Praksa pokazuje kako se do jako puno novinarskih tema dolazi zbog ljudskog neznanja. Naime, u *Jutarnjem listu* svakoga dana održavaju se dva zasebna kolegija na kojima novinari predlažu teme, najčešće su to tri teme dnevno. Pri tome se prvi sastanak vodi između urednika svih rubrika koji predlažu kojim redom će izaći već napisane teme. Nakon toga urednici održavaju kolegij sa zaposlenicima, odnosno novinarima. Često se zna dogoditi da tijekom razgovora novinar spomene neku situaciju u kojoj se našao i ne znajući da se radi o dobroj novinarskoj temi. Krajnji je rezultat istraživanja, pisanja i opremanja takvih tekstova velika čitanost. Jedan takav tekst nastao je u razgovoru mlade novinarke i urednice *Nedjeljnog Jutarnjeg* – riječ je o velikom testu ženskih intimnih (menstrualnih) proizvoda, na dvije stranice tiskanih novina koji je dosegao veliku čitanost i izazvao reakcije. Također, neke teme pokazale su se iznimnim, a bile su posljedice problema pojedinih novinara, primjerice vraćanje poreza za studente koji su prekoračili limit, a koji su prijavljeni na poreznoj olakšici roditelja. Upravo takve teme imale su puno dokaza, izvora, ispovijesti novinara, sugovornika sa sličnim iskustvima, a do materijala se moglo brzo doći te se u temu uključilo i nekoliko stručnjaka. Bitno je napomenuti da ovakve teme nisu ulazile u „Off the record“ tako da se poštovala tajnost podataka, a kod nekih tema koristila su se pseudoimena za pojedine novinare, što je u skladu s novinarskim standardima medijske kuće.

HITNI PREGLED

Pregled je hitan, a naručeni ste tek za 2026.? Ako odete privatniku HZZO pokriva troškove, evo kako do novca

Točni podatak o tome koliko je novca isplaćeno korisnicima koji su bili primorani otići kod privatnika, u HZZO tvrde da- nemaju

Piše: Doretea Hraščić Objavljeno: 16. rujna 2022. 23:35

Facebook Twitter Email



© Shutterstock



Hernija diska L5-S1. To je dijagnoza koja je **Andreju** otežavala kretanje, a počeo je gubiti i osjet u nozi. Uzrok tome bilo je ispućenje od 14 mm i direktni pritisak na živac noge, a liste čekanja u bolnicama su mu bile preduge. Magnetsku rezonancu odradio je stoga u privatnoj poliklinici. Nalaz je pokazao da njegovo stanje zahtijeva operaciju, a pritom je saznao da ima pravo na povrat troškova u narednih desetak dana.

Slika 2.4.1. Primjer teme nastale iz osobnih saznanja

3. Uredništvo

Kako navodi Mihovilović, „redakcije su vrlo živi proizvodni organizmi, i ne postoje dvije redakcije koje bi bile identične po organizaciji“ (Mihovilović 2007: 141). Jedan od temeljnih zadataka urednika jest organizirati rad u redakciji te poštujući rokove proizvoditi novine u cjelini (Mihovilović 2007: 141). Zbog toga je potrebno da svaki urednik uspostavi autoritet i odlučuje na koji način će redakcija funkcionirati, od novinara do fotografa, ili grafičkih dizajnera tiskanih novina. Ono što je bitno u organizaciji jest da se polazi od produkta, odnosno vijesti koje pišu novinari pa se i prema tome strukturira uredništvo (Malović 2005: 377). Naime, sve u redakciji svodi se na krajnji cilj, a to je objavljivanje određenoga medijskog sadržaja pri čemu je primarno postići što brži proizvodni ciklus, koji varira od onoga najdužeg što podrazumijeva tiskane medije, i onoga najbržeg kod elektroničkih medija (Malović 2005: 382). Na primjeru *Jutarnjeg lista* vidljivo je kako djeluje integrirana redakcija koju čine tiskani dio i elektronički dio. Ono što pritom valja spomenuti jest da svi novinski tekstovi izlaze na *webu Jutarnjeg lista*, a samo pojedini se biraju za tiskano izdanje, što ovisi o slobodnom prostoru u tiskanom mediju, odnosno broju oglašivača zabilježenih za određeno izdanje jer medijske tvrtke danas nemaju samo ulogu proizvodnje vijesti, već im je zadaća prikupiti i objaviti oglase, komunicirati s čitateljima te se brinuti o prijenosu informacija (Malović 2005: 378).

Urednici *Jutarnjeg lista* svakog dana na kolegiju, s početkom u 9.00 sati, biraju koje su im novinarske teme najaktualnije, najrelevantnije i najnovije za objavu u novinama, pa prema tome i oslobađaju ili zauzimaju prostor u novinama. Novinski članci koji se objavljuju u novinama uglavnom su zaključani na internetskoj stranici jer pripadaju kategoriji „Premium sadržaja“. Ipak, i dalje prevladavaju članci koji se objavljuju isključivo na portalu *Jutarnjeg lista*. Razlog tome je što se na *webu*, svakih dvadeset minuta, izbacuju nove vijesti ili novinarske teme koje nisu toliko opsežne i „ozbiljne“. Iako je uredništvo integrirano, novinarima i dalje u opisu posla stoji obavljanje novinarskog posla za *web* jer trideset dvoje novinara koji su zaposleni u redakciji stvaraju sadržaj i opremu namijenjenu za takvu vrstu objave. Tiskano izdanje ima tri urednika – Nino Đula, Gordana Galović Dupan i Tomislav Mamić – koji uz pomoću grafičkih dizajnera prilagođavaju tekst i opremu, odnosno nadnaslove, naslove, podnaslove i fotografije za što brže tiskanje. Redakcija *Jutarnjeg lista*, baš kao i sve ostale redakcije funkcionira na temelju nekog događaja ili novinarske teme onako kako je u prethodnom poglavlju objašnjeno. Jedina bitna razlika jest da se tiskanom izdanju posvećuje više vremena pa urednici upućuju novinare na što dublje istraživanje određene teme, a veliku ulogu u ovom slučaju preuzimaju i lektori jer se rukopisi tada šalju dvojici različitih lektora te na kraju zamjeniku glavnog urednika, Nini Đuli, koji još jednom čita tekst i daje odobrenje za pripremu teksta tiskanog izdanja. Moglo bi se reći da

je tada provjera teksta slična onome što teorija nalaže, a to je obrađivanje rukopisa u nekoliko faza; lekturi, redakturi i korekturi (Malović 2005: 382). Što se tiče *web* izdanja, poznato je da se ponajprije gleda brzina, kako se ističe i u diplomskom radu Dalile Žukulić koja pojašnjava kako se rokovi moraju poštovati te se teme moraju obraditi kako bi što prije došle do određene publike, a to je posebno vidljivo unazad deset godina kada se kod pet najčitanijih hrvatskih medija, među kojima je i *Jutarnji list*, naglo povećao broj čitatelja zbog *online* izdanja radi čega počinje natjecanje među medijima (Žukulić 2016: 21). Zbog toga se traži prvi slobodan lektor premda u ovom slučaju nije nužno svaki novinarski članak slati zamjeniku glavnog urednika na provjeru, nego prvi slobodni urednik određuje treba li što u tekstu ili opremi mijenjati. U *web* izdanjima novinski rukopis pregledava pak prva slobodna nadležna osoba – urednik rubrika.

3.1. Struktura redakcije *Jutarnjeg lista*

Svaka novinska redakcija u Hrvatskoj ima gotovo istu hijerarhiju – na vrhu je glavni urednik, slijede zamjenik i pomoćnici glavnog urednika, potom urednici rubrika, a još se navode redaktori i lektori prije samih izvjestitelja, odnosno novinara (Malović 2005: 382). Glavni urednik je najviše rangirani novinar u redakciji te kako navodi Malović, „prema zakonskim odredbama, on odgovara za sadržaj medija koji uređuje“ (Malović 2005: 384). Međutim, situacija je takva da se u ovakvoj redakcijskoj hijerarhiji može improvizirati, stoga novinari i urednici rubrika najčešće odgovaraju zamjenicima glavnog urednika, ili u slučaju *Jutarnjeg lista* najčešće Nini Đuli. Prema definiciji, zamjenik glavnog urednika je osoba koja zamjenjuje glavnog urednika u slučaju njegove odsutnosti i operativno vodi redakciju (Malović 2005: 384). Valja spomenuti kako je način rada prikazan kroz Desk metodu, ili kao što i Mihovilović navodi, u redakciji *Jutarnjeg lista* organizirano je središnje mjesto gdje sjede svi urednici, redaktori i grafički urednici te se tamo skupljaju sve vijesti (Mihovilović 2007: 61). Ipak, glavni je urednik odvojen od ostalih urednika, a prema saznanjima iz redakcije, tako je već godinama jer je glavni urednik Goran Ogurlić najčešće odsutan zbog različitih sastanaka na kojima mora biti prisutan ili sudskih tužbi koje se vode protiv *Jutarnjeg lista*. Dakle, ako se netko zaputi u *Jutarnji list*, rijetko kada će moći pronaći glavnog urednika u svom uredu, pa je tako prvi slobodan upravo Đula. Iako je glavni urednik često odsutan, njegova je ključna zadaća odrediti što će biti objavljeno na naslovnoj stranici, kakvom ilustracijom i na što će se obratiti posebna pozornost (Mihovilović 2007: 149).

Kada se odabere tema koja će dominirati naslovnicom, potrebno je odrediti i naslovnu fotografiju te apel koji će izazvati najviše reakcija (Mihovilović 2007: 149). Ono što se može zamijetiti jest da upravo *Jutarnji list* bira naslovnice s egidama „šokantno“, „bizarno“ ili uopće nešto čime će izazvati reakcije čitatelja, što se u redakciji smatra efektinima apelom. S obzirom na

to da su zamjenici glavnog urednika najčešće autoritet ove redakcije, urednici rubrika također preuzimaju odgovornost za novinare koji su specijalizirani za određena područja. Tako je primjerice Tomislav Novak odgovoran za sve teme *Jutarnjeg 2* – kulture, života, *lifestylea*, ponekad i „žutih tema“ – zbog čega ga novinari često nazivaju desnom rukom Đule jer preuzima odgovornost za sve tekstove koje odobri, ukoliko Đule nema u redakciji ili radi na velikoj temi. Bitno je svakako spomenuti i lektore. Kao što je već navedeno, oni najveću ulogu imaju u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista*. Njihov je savjet da svaki novinarski tekst, prije nego li do njih stigne, prethodno bude provučen kroz Hašek.¹¹ Podrazumijeva se da svaki novinar pročita svoj vlastiti tekst prije slanja tekstova ili puštanja u sustav *Jutarnjeg lista*. Na dnu hijerarhije nalaze se novinari-izvjestitelji koji svakodnevno donose nekoliko novinarskih tema u redakciju ili prema riječima Tomislava Novaka, novinari su ljudi bez kojih ne bi bilo redakcije *Jutarnjeg lista*. Oni se vode standardima koje je definirala Hanza Media d.o.o., izdavač *Jutarnjeg lista*, pod nadzorom Ane i Dore Hanžeković. Novinari dakle pišu tekst o određenoj temi prema dogovorenoj dužini i predaju ga uredniku (Malović 2005: 382). Njihova je osnovna zadaća prikupljanje podataka, istraživanje i izvještavanje, a dijeli ih se na više kategorija, od kojih je najviše rangirani komentator (Malović 2005: 388).

Zaključno možemo reći kako su ovakvu piramidalnu hijerarhiju redakcije izuzetno olakšala računala jer postoji sustav zaporki (lozinka) i proizvodnih procesa koji su podijeljeni na više razina (Malović 2005: 383). Naime, novinari početnici imaju pravo jedino pisati vijesti u sustavu StoryEditora te mogu čitati ostale tekstove, ali u njima ne smiju ništa mijenjati. Slijede novinari koji su već nekoliko godina u radnom odnosu u *Jutarnjem listu* i koji imaju pravo mijenjati tuđi rukopis kao lektori i urednici. Najviše ovlasti ima glavni urednik koji može u posljednjim fazama teksta, odnosno u pripremama za objavu, mijenjati tekst ili opremu teksta (Malović 2005: 383).

3.2. Pozicija mladog novinara u redakciji *Jutarnjeg lista*

Prema Mihoviloviću, novinske redakcije ponekad nisu pretjerano ugodna sredina za početak nečijeg rada i karijere. Početak se nerijetko svodi i na manjak komunikacije jer u praksi mladi novinar komunicira samo sa svojim nadređenim urednikom koji ga upućuje na prve zadatke i provjerava kako ih je odradio, i eventualno upućuje na pogreške koje je napravio (Mihovilović 2007: 150). Prema riječima urednika Tomislava Novaka, to nikako ne smije biti obeshrabrenje za

¹¹ Hašek je besplatna usluga pravopisne provjere teksta pisanog hrvatskim jezikom.

novinare jer se znalo događati da urednici vraćaju tekst na doradu više puta. Ono što je problem za svakoga mladog novinara jest da za njega malo tko ima vremena, urednici ga dovode do gotovog čina, odnosno mora se snalaziti prema naučenoj teoriji, a to snalaženje urednici najčešće provjeravaju različitim terenima. Iako Mihovilović navodi da postoje različite vrste mladih novinara, ovaj završni rad temelji se na iskustvu studentice preddiplomskog studija Komunikologije, medija i novinarstva na Sveučilištu Sjever koja je do mjesta novinara-početnika redakcije *Jutarnjeg lista* došla javljanjem e-mailom u redakciju.

3.2.1. Prijava za posao novinara i tri mjeseca probnog roka

Jutarnji list raspisao je 3. svibnja 2022. natječaj za posao na kojemu su tražili novinara-studenta u redakciji *Jutarnjeg lista*.¹² Bilo je potrebno poslati životopis i molbu za posao do 20. svibnja 2022. godine na njihovu e-mail adresu. Prema riječima urednika *Jutarnjeg 2*, Tomislava Novaka, prijavljena su 132 studenta završnih godina dok je na razgovor i testiranje pozvano 30 studenata, u razdoblju od 13. do 14. lipnja 2022. godine. Razgovoru su prisustvovali zamjenik glavnog urednika Nino Đula, urednik „Premium sadržaja“ Tomislav Mamić i urednik *Jutarnjeg 2/J2* Tomislav Novak. Tijekom razgovora ispitivalo se potencijalne novinare o potencijalnim problemima i terenima, primjerice što bi učinili ako se dogodi požar u centru grada Zagreba. Također, kandidati su bili ispitani koje medije prate te koje područje ih najviše zanima: politika, crna kronika, scena, gradska rubrika ili ostale rubrike i teme. Kandidati su na razgovoru morali pokazati neke svoje novinarske radove ili tekstove različite tematike. Tri-četiri tjedana nakon što su obavljeni svi razgovori, tajnica *Jutarnjeg lista* javlja svim primljenim studentima (desetak potencijalnih novinara *Jutarnjeg lista*), odluku glavnog urednika Gorana Ogurlića i urednika ostalih rubrika da će upravo oni biti pozvani u „školicu“.

Naime, *Jutarnji list* već nekoliko godina provodi praksu učenja i pripremanja mladih novinara za daljnji rad. Tako je i u prošlogodišnjoj „školici“ studentima bilo omogućeno da uče od najvećih i najpopularnijih urednika te redakcije – u tri mjeseca obavljali su različite terene i učilo ih se pisanju, uz novčanu naknadu u iznosu od 1500 do 2000 kuna. Treba još napomenuti kako svi potencijalni novinari nisu bili studenti novinarstva, već ih je troje studiralo književnost i jedan

¹² <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/natjecaj-za-novinare-u-redakciji-jutarnjeg-lista-ovdje-doznajte-sve-detalje-i-prijavite-se-15192518>

povijest na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Od preostalih šestoro studenata, četvero ih je bilo s Fakulteta političkih znanosti u Zagrebu, smjer novinarstvo, dok su dvije studentice bile sa Sveučilišta Sjever, sa smjera Komunikologija, mediji i novinarstvo. Svatko od potencijalnih novinara trebao je dnevno pripremiti tri do pet tema, odnosno – prva tri tjedna tri teme, a preostalih tjedana pet novih tema. Iako je u početku bilo 10 prijavljenih pripravnika, nakon svega tri tjedana troje studenata nije zadovoljilo zadane kriterije zbog čega su napustili „školicu“. Na kraju „školice“, krajem rujna, još dvije osobe nisu zadovoljile kriterije probnog roka. Tako ostaje svega pet studenata koji dobivaju status mladih novinara redakcije *Jutarnjeg lista* – među njima, obje studentice Komunikologije, medija i novinarstva Sveučilišta Sjever.

S obzirom na to da se ovaj završni rad temelji na vlastitim iskustvima, naglasila bih svoj prvi dojam da je jako teško doći do kvalitetne novinarske teme, sve dok se ne „pohvata“ praksa odabira i načina pronalazjenja. Dodatan izazov bio je i dolazak iz male sredine u veliki grad, što otežava snalaženje u kvartovima u kojima se događa nešto što bi potencijalno mogla biti tema. Urednici *Jutarnjeg lista* bili su jako susretljivi, kao i ostali studenti koji su rado pomogli u usmjeravanju na dijelove grada u kojima se može pronaći „riznica“ tema. Prvi moj objavljeni tekst bio je vezan uz problem lopoča i neugodnog mirisa jezera Jarun, od čega su se rodile još dvije potencijalne teme – o problemu izmuljivanja jezera koja se nalazi u kategoriji „Premium sadržaja“ te prvi objavljeni tekst u tiskanom izdanju.

NEMOĆNI PRED SUŠOM

Pogledajte prizore jezera punog mulja i lopoča: ‘Svaki dan se borimo‘

Stručna analiza kaže da je voda izvrsne kakvoće, plivači nam se žale da jezero smrdi te je puno bilja i smeća

Piše: Dorotea Hrstić Objavljeno: 28. srpanj 2022. 17:50

[Skrs](#) [Twitter](#) [Email](#)

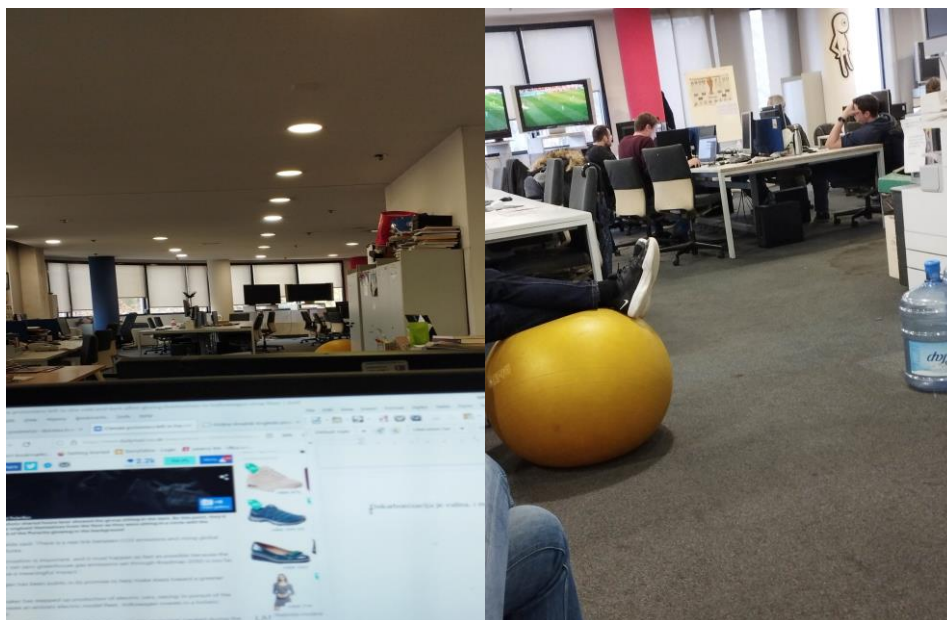


3.2.1.1. Prva objavljena novinarska tema

Osim tih dviju tema, postojala je i druga potencijalna, ali nikad objavljena tema koja se odnosila na vozni park autobusa do Jaruna koji i dalje stoje na okretištu ZET-a na Črnomercu, iako je za njega izdvojeno jako puno novaca. Tekstova koji nikada nisu objavljeni bilo je više, a svatko od studenata našao se u situaciji da je tek učio pisati onako kako je poželjno u *Jutarnjem listu* ili je pak došlo do situacije prepoznavanja teme u temi pa jedna od njih nikada nije objavljena. Ono što je svakako obeshrabrujuće, bili su tekstovi koji nikada nisu objavljeni radi cenzure – iz vlastitog slučaju izdvojila bih primjer nemogućnosti autorizacije teksta o HEP-u i revitalizaciji vrelovodne mreže, zbog njihovog sponzorstva u *Jutarnjem listu*. Još jedan razlog za neobjavljivanje tekstova bilo je previše napisanih tema ili previše kartica teksta u odnosu na slobodan prostor u tisku ili na portalu.

3.2.2. Redakcija *Jutarnjeg lista* iz perspektive mlade novinarke

Krajem rujna prošle godine, svi studenti-pripravnici dobivaju status mladog novinara *Jutarnjeg lista*, odnosno – nakon tri mjeseca „školice“, napokon ulaz u redakciju i rad od osam sati dnevno. Kao novinarka *Jutarnjeg lista* dolazim i do vlastitog mjesta u redakciji „Gradske rubrike“, koja je smještena nedaleko Deska. Mladim je novinarima omogućeno pritom da biraju teme kojima se žele baviti te sam izabrala – ženske teme i životne priče.



Slika 3.2.2.1. Izgled radnog mjesta prvog dana u redakciji *Jutarnjeg lista*

I dalje se radilo prema uputama iz „školice“ – potrebno je bilo donijeti dnevno tri teme i stalno pratiti što se događa u Facebook grupama ili u stranim medijima. Osim vlastitih tema, počinju

dakle i „nemoralne lekcije“ o prevođenju vijesti iz stranih medija te eventualnoj izmjeni rečenica kako ne bi bilo vidljivo da je gotovo cijeli tekst preveden, već se pokušava i parafrazirati rečenice.

Iako to nije pravo profesionalno novinarstvo, kako ga definiraju poznati novinari i urednici, praksa je to cijele redakcije, posebice u danima dežurstva ili kada je potrebna pomoć na *webu Jutarnjeg lista*. Osim toga, premda se prva tri mjeseca uči isključivo izlasku na teren, urednici odlučuju kako su mladi novinari spremni za terene koji su vezani uz crnu kroniku. Ono što je „urođeno“ svakom mladom novinaru u tom periodu jest ideja kako je sve što se događa oko nas novinarska tema, što dakako ima i negativne strane. Takav je primjer bila novinarka koja se našla usred prometne nesreće ili usred prometnog kolapsa zbog smrti čovjeka na Kvaternikovom trgu, a sve o čemu je razmišljala bilo je – kako je baš to novinarska tema i kako se mora što prije prenijeti u redakciju. Kako tumači Tomislav Novak, s takvim stvarima mladi se novinari trebaju naučiti nositi jer su upravo takve loše teme ili vijesti – dobre, odnosno najčitanije. Nakon pet mjeseci rada na poziciji mlade novinarke *Jutarnjeg lista*, urednici povećavaju iznos koji će mi mjesečno biti isplaćen te određuju novinarski kredibilitet i mogućnost da odrađujem teme kojima se želim baviti: menstrualno siromaštvo, seksizam, potrošačke teme i slično. To mi kao mladoj novinarki „otvara vrata“ prema *Nedjeljnom Jutarnjem*, tjednom izdanju *Jutarnjeg lista* koje izlazi nedjeljom, a bavi se upravo takvim temama. Ono što je zanimljivo spomenuti jest da su urednici i novinari nedjeljnog izdanja odvojeni od ostatka novinara u redakciji *Jutarnjeg lista* što novinari *Jutarnjeg lista* nazivaju prestižnim mjestom. Unatoč takvom statusu, honorari koji se isplaćuju studentima variraju od mjeseca do mjeseca pa je tako najmanji isplaćeni iznos bio 1200 kuna, a najveći 5200 kuna.

Ono što potvrđuju urednici *Jutarnjeg lista* jest da svatko od mladih novinara dobiva honorar proporcionalan vremenu provedenom u redakciji, broju odlazaka na teren, broju prijavljenih tema i zalaganju na kolegiju, a zatim i broju kartica napisanih tekstova; od kojih se računa i koliko je tekstova objavljeno, i koliko nije. S obzirom na to da se ovo poglavlje završnog rada bavi uredništvom, vidljivo je da mladi novinari imaju manja prava u redakciji i teže dolaze do novoga specijaliziranog područja za određenu temu. Također, zbog velikog broja mladih novinara – šestero pa kasnije četvero jer je još dvoje napustilo redakciju, ne računajući prethodnu generaciju – nadležni urednici često su zaboravljali na organizaciju te nisu uspijevali popratiti sve tekstove koje su mladi novinari morali isporučiti na dnevnoj ili tjednoj bazi. Prema riječima Nine Đule, za iskusnijim novinarima moraju raditi ispravke i usmjeravati ih u određenim temama, pa tako i za mladim novinarima koji su još uvijek novi u poslu zbog čega sve to potraje, a neke stvari se i zaborave. Tako je i obuka u StoryEditoru za svakoga mladog novinara počela tek minimalnim ispravicima na tekstovima, onda kada je Ivan Zrinjski, urednik *weba* zadužen za obuku – imao vremena.

4. Uredničke intervencije

Intervencije u rukopisu dio su profesionalne obrade novinarskih tekstova, što zna biti osjetljiv posao jer se mora, u najvećoj mogućoj mjeri, poštivati autorstvo novinara (Malović 2005: 383). Urednik ima pravo, kada dobije tekst od novinara, raditi s tekстом što želi, ili kako Mihovilović navodi, kratiti ga tako da mu promijeni smisao te ne smije u njega ništa dopisivati, osim ako se s novinarom drugačije ne dogovori (Mihovilović 2007: 128). Novinari mogu pratiti što se događa s njihovim tekстом kada on uđe u redakciju, a ako duže vrijeme radi na nekom tekstu, primjerice reportaži, novinar može odabrati snimljene fotografije, bilo da se radi o autorskim fotografijama ili fotografijama koji dolaze u redakciju, ili fotografijama koje je snimio fotograf (Mihovilović 2007: 128). Naime, jedna od glavnih zadaća urednika na nižim redakcijskim razinama – redaktora – jest čitanje tekstova novinara te, ako je potrebno, ispraviti ih stilski, jezično, skratiti na potrebnu dužinu teksta, učiniti logičnijim i razumljivijim (Mihovilović 2007: 145). Slijedi izbor opreme, fotografije ili ilustracije, koje danas imaju značajnu ulogu u uređivanju novina (Mihovilović 2007: 145).

Bitno je također spomenuti da svaka promjena koja mijenja bit rukopisa mora biti unesena uz autorovo slaganje, a svaki novinar ima pravo odbiti promjene. U tom slučaju urednik izostavlja novinarov potpis te preuzima odgovornost nad tekстом jer tada tekst postaje redakcijski (Malović 2005: 383). Iako teorija podrazumijeva da novinari mogu također opremiti svoj tekst, jer mogu biti jako vješti u tome, u praksi ipak urednici određuju opremu za koju misle da će najbolje doprijeti do čitatelja. U standardima informiranja Hanza Medie stoji primjerice kako „ni sadržaji ni citati ne smiju biti iskrivljeni ili izopačeni uredničkim intervencijama ni opremom“.¹³ Stoga će u ovom poglavlju biti prikazane uredničke intervencije na primjeru autorskih tekstova novinarke-početnice *Jutarnjeg lista* – od kojih su objavljena ukupno 72 teksta, od toga je 30 tekstova bila praksa prijevoda novinarske teme s poznatih stranih portala *The Guardian*, *The Economist*, *New York Time* i drugih većih portala, kod kojih uredničkih intervencija gotovo i nije bilo. Od preostala 42 autorska teksta izabrano je 18 objavljenih tekstova u kojima su nakon provedenog uspoređivanja objavljenog teksta s tekстом prije „ulaska u redakciju“ vidljive tri skupine različitih uredničkih intervencija.

¹³ <https://apps.jutarnji.hr/Standardi-informiranja.pdf>

4.1. Uredničke intervencije prikazane u opremi

Naslovi su, prema Brautoviću, važni u *online* medijima jer su većinom jedino što korisnik vidi prije nego što otvori cijeli sadržaj te ne smiju sadržavati igru riječi, već smislene informacije (Brautović 2011: 70). Poznato je da u gotovo svim novinskim redakcijama postoje tekstovi koji imaju veliku čitanost upravo zbog naslova koji u sebi sadrži *klikabilnost* ili tzv. „napuhivanje“ koje kod čitatelja može promijeniti pogled na tekst. Takve intervencije uglavnom su najčešće te kod većine čitatelja dobro prolaze, odnosno čitatelji ne propitkuju zašto je došlo do određenog naslova, barem što se tiče *Jutarnjeg lista*. Kao primjer, odabrano je šest autorskih tekstova koji prikazuju upravo takve naslove, a proizlaze iz uredničke intervencije. Ono što je svakako mana takvih intervencija jest što je, za čitatelja ili osobu koja je spomenuta u tekstu, glavna odgovorna osoba upravo novinar koji je potpisan u tekstu.

4.1.1. Uredničke intervencije u naslovima

Jedan od primjera jest tekst o platnenim ulošcima koje proizvodi obrtnica iz Varaždina, a svoj posao je osim u Hrvatskoj, proširila i u Sloveniji. Premda je prvi predloženi naslov glasio „Jasna sa svojim platnenim ulošcima osvaja Hrvatsku“, na portalu *Jutarnjeg lista* objavljen je tekst pod naslovom „Jasnini platneni ulošci osvajaju Europu: Počela sam na sajmovima, a sad izvozim u Njemačku...“¹⁴, što je izazvalo velike reakcije čitatelja. Međutim, bilo je jasno da se radi o senzacionalističkom naslovu, što je primijetila i nezadovoljna Jasna. Intervencija je bilo i u fotografijama jer je pronađena fotografija još iz 2016. godine. Iako je u ranijem poglavlju spomenuto kako *Jutarnji list* uglavnom bira naslove s naglaskom na senzacionalizam, bizarnost i ekskluzivnost, u ovakvim tekstovima vidljivo je kako teme gube elemente vjerodostojnosti koje Malović navodi kao profesionalne standarde izvještavanja.

¹⁴ <https://www.jutarnji.hr/life/zivotne-price/jasnini-platneni-ulosci-osvajaju-europu-pocela-sam-na-sajmovima-a-sad-izvozim-u-njemacku-15259499>

ZELENA PODUZETNICA

Jasnini platneni ulošci osvajaju Europu: 'Počela sam na sajmovima, a sad izvozim u Njemačku...'

Pisac: Sara Starašević | Objavljeno: 16. listopada 2022. 16:43



Jasna je bitnica započela obilaziti sajmove diljem zemlje
© Be kreasi/facbook

Slika 6.1.1.1. Primjer uredničke intervencije u naslovu i ilustraciji

Nadalje, primjer uredničke intervencije u naslovu vidljiv je u tekstu o refundaciji troškova HZZO-a. Iako *Jutarnji list* nema praksu da novinari-početnici opremaju tekst, jer će urednici ionako izmijeniti opremu, u početku se predlagao naslov. Tako je za ovaj primjer prvi naslov bio „HZZO nudi povrat troškova: 'Od plaćenih 1400 kuna za magnetsku rezonancu, vraćeno mi je 700 kuna““, no kada je jedan od urednika pripremao opremu teksta, naslov je „otišao“ u smjeru promoviranja HZZO-a, odnosno poprimio elemente PR naslova: „Pregled je hitan, a naručeni ste tek za 2026.? Ako odete privatniku HZZO pokriva troškove, evo kako do novaca“. ¹⁵ Prema mišljenju Tomislava Novaka, ovaj naslov napravljen je za *klikabilnost*, što je potvrđeno i brojkama: u jednom danu tekst je pregledan više od 160.000 puta.

Primjer uredničke intervencije vidljiv je i u autorskoj reportaži o procjeni vrijednosti hrvatskih kuna za 2023. godinu. Naime, nagađanja numizmatičara da bi upravo nova novčanica od 1000 kuna mogla ove godine doseći deseterostruku vrijednost, urednici *Jutarnjeg lista* shvatili su tako kao da će se to doslovno i dogoditi pa su uz naslov „zapakirali“ i neizbježnu *klikabilnost*: „Svi su ljudi za izrezanim 'Jelačićem', 'Starčević' bi mogao vrijediti do 10 tisuća kuna, a evo što će biti poseban hit“. ¹⁶ Međutim, za ovaj tekst nije bio predložen autorski naslov jer su urednici što prije

¹⁵ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/pregled-je-hitan-a-naruceni-ste-tek-za-2026-ako-odete-privatniku-hzzo-pokriva-troskove-evo-kako-do-novca-15248801>

¹⁶ <https://www.jutarnji.hr/life/zivotne-price/svi-su-ludi-za-izrezanim-jelacicem-starcevic-bi-mogao-vrijediti-i-do-10-tisuca-kuna-a-evo-sto-ce-bit-poseban-hit-15252556>

htjeli pripremiti tekst za objavu i tisak, tako da su oni odmah predložili naslov koji će privući čitatelje.

4.1.2. Uredničke intervencije u međunaslovima i podnaslovima

Kao što je već navedeno, osim uredničkih intervencija u naslovima, one su vidljive i u međunaslovima, podnaslovima i ilustracijama, pa se tako dosta često mogu pronaći „novinari Jutarnjeg lista“ u međunaslovima. Primjer za ovu vrstu intervencije jest autorski tekst o brutalnoj Facebook stranici Max Dom Centra koja prijeti kupcima i vrijeđa ih, a međunaslov u ovom slučaju glasi: „Državni inspektorat provjerava online trgovinu zbog nepravilnosti, a novinarki Jutarnjeg su poručili da se bavi pametnijim temama“.¹⁷ Jedna od većih intervencija dogodila se na tekstu o Lei Bijač i njezinom ocu koji su proputovali gotovo cijeli svijet. Povod za ovu temu bilo je Svjetsko nogometno prvenstvo 2022. godine, a tekst je izašao na portalu i u novinama *Jutarnjeg lista* gdje se nije mogao mijenjati. Upravo to je bio najveći problem jer je tekst u novinama bio opremljen podnaslovima, među kojima se našao i podnaslov „PROSCI PO SVIJETU“¹⁸, što nije bilo dogovoreno s Leom Bijač kod autorizacije teksta, a izazvalo je ozbiljne neugodnosti; ponajviše za mene kao autoricu teksta. Kako se tekst na portalu objavljavao tek navečer, a već ujutro je bio u novinama, urednik koji je opremao tekst bio je opomenut te se taj podnaslov brisao na portalu.

4.1.3. Od uredničke intervencije do širenja *fake newsa*

Ono što izaziva najviše rasprava u redakciji, ali i kod čitatelja, jesu naslovi koji nisu vezani uz tekst, odnosno – neistiniti su u odnosu na napisani tekst. Zbog toga se dobiva dojam kako je riječ o *fake newsu*, a ovakav primjer uredničke intervencije pokazuje koliko urednici znaju otići daleko s „pojačavanjem“ naslova. Naime, u ovom slučaju radilo se o prvoj autorskoj recenziji velikog testa menstrualnih proizvoda, njih osam. Tekst je izašao na portalu *Jutarnjeg lista* i u novinama *Nedjeljnog Jutarnjeg*, točnije dodatku *Nedjeljnog – N2*. Kao što je već objašnjeno, tiskano izdanje

¹⁷ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/kupci-se-zale-na-losu-robu-trgovac-ih-brutalno-vrijeđa-seljanko-ruzna-zgazit-cu-tebe-i-tvoje-dijete-15269094>

¹⁸ *Jutarnji list*, 2022., br. 8718, str. 15.

ne može se mijenjati, za razliku od mrežnog izdanja, a naslovi, međunaslovi i podnaslovi u ovom su primjeri najbolje pokazali takvu praksu. U novinama primjerice stoji naslov „ŽENSKI KUTAK: Veliki test proizvoda za intimnu higijenu“¹⁹, koji je osmislila, u dogovoru s Ninom Đulom, urednica Marijana Sever Tot. Na portalu *Jutarnjeg lista* izašao je isti tekst s potpuno drugim naslovom, za koji je bio zadužen urednik *weba*, a što potvrđuje gubljenje vjerodostojnosti i istinitosti novinarskog teksta. Tako naslov glasi: „Isprobali smo osam novih proizvoda za intimnu higijenu: 'Evo čime sam pobijedila migrenu, a što me spasilo od grčeva‘“²⁰, što u tekstu nigdje nije navedeno, niti sam ja, kao autorica teksta, to potvrdila. S obzirom na to da je tekst stavljen u „Premium sadržaj“, sve je otišlo toliko daleko da su se čitatelji javljali u komentarima s pitanjima kako se točno riješiti migrene ili glavobolja. Mnogi su zaključili kako je riječ o PR tekstu u korist tvrtke Bellabeat.



Slika 4.1.3.1. Primjer naslova u tiskanom izdanju N2

¹⁹ *Nedjeljni Jutarnji – Nedjeljni 2*, 2023., br. 1, str. 30.

²⁰ <https://www.jutarnji.hr/life/zdravlje/isprobali-smo-osam-novih-proizvoda-za-intimnu-higijenu-evo-cime-sam-pobijedila-migrenu-a-sto-me-spasilo-od-grceva-15296145>

VELIKI TEST Isprobali smo osam novih proizvoda za intimnu higijenu: 'Evo čime sam pobijedila migrenu, a što me spasilo od grčeva'



Slika 4.1.3.2. Primjer naslova na portalu Jutarnjeg lista

4.2. Uredničke intervencije u leadu

Uglavnom se tekstovi pišu u strukturi obrnute piramide, a ono što će najviše potaknuti čitatelja da otvori određeni tekst jest *lead*, odnosno uvod teksta koji odgovara na osnovna novinarska pitanja (Brautović 2011: 62). Praksa u *Jutarnjem listu* takva je da se početak svakog teksta može pisati u nekoliko verzija, od kojih urednik bira onu najbolju. I ovdje je u nekim slučajevima dolazilo do uredničkih intervencija, jer su prema Đulinim riječima, u *leadu* uglavnom tražili određene „pojačivače“ koji će što lakše privući čitatelja, ali i što duže ga zadržati na tekstu. Jedna od takvih intervencija vidljiva je na tekstu o FlixBusu²¹ i zagubljenoj prtljazi. Umjesto objašnjenja jedne putnice što se dogodilo i kako ne postoji ured za izgubljene stvari – kao što je to bilo dogovoreno na kolegiju – u *lead* je ipak stavljena rečenica koju je izrekla jedna od putnica kao svoju „ispovijest“. Ovakve intervencije zapravo su najčešće u *Jutarnjem listu* jer rijetko tko želi započeti tekst izjavom sugovornika. Nadalje, primjer u kojemu je također provedena urednička intervencija u *leadu* jest tekst o zatvorenoj studentskoj menzi u Koprivnici.²² Iako *Jutarnji list*

²¹ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/izgubila-sam-prtljagu-u-flixbusu-agonija-traje-vec-tri-mjeseca-a-znate-li-sto-su-mi-odgovorili-15249663>

²² <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/studenti-u-koprivnici-izgubili-strpljenje-ukinuli-su-nam-menzu-gladujemo-po-osam-sati-zivimo-na-pecivima-15263279>

pokriva područje cijele Hrvatske, čitanost je najveća kada se bavi problemima u gradu Zagrebu. Zbog toga je urednik Tomislav Novak pokušao pojačati *lead* tvrdnjama studenata kako gladuju i preživljavaju na grickalicama.

Studenti Sveučilišta Sjever Koprivnica dočekali su novu akademsku godinu bez studentske menze. Kako su izdvojeni iz središta grada ovisе isključivo o jednoj pekari i automatima s grickalicama u zgradi Sveučilišta.

U čemu je problem? Dosadašnji pružatelj usluge dovoza toplih obroka KTC, raskinuo je ugovor, iako je sa sveučilišnim centrom Koprivnica ugovor imao na još godinu dana. Točan razlog o zatvaranju menze zna Sveučilište Sjever, točnije rektor sveučilišta, **Marin Milković**.

-Dosadašnji pružatelj usluga KTC je, nažalost, bio primoran raskinuti ugovor zbog toga što su cijene namirnica, energenata i radne snage otišle gore, a Pravilnik o studentskoj prehrani je isti već godinama. No, Sveučilište Sjever i Ministarstvo znanosti i obrazovanja u suradnji sa Studentskim zborom intenzivno traže rješenje ovog gorućeg problema. Postoji nekoliko opcija i sigurni smo da ćemo uskoro pronaći najbolje rješenje u korist naših studenata i svih djelatnika Sveučilišta Sjever.- u službenom mailu javlja PR-ovka Sveučilišta Sjever, dr.sc. Ivona Čulo.

Potvrđeno je da je početkom lipnja KTC najavio raskid ugovora, a već krajem kolovoza raspisan je natječaj za novog pružatelja usluge dovoza toplih obroka, međutim na natječaj se nitko nije javio. Problematika je kažu u inflaciji, jer su cijene značajno otišle gore, a potpore ministarstva su preniske.

Slika 4.2.1. Primjer leada prije ulaska u redakciju



Studenti Sveučilišta Sjever Koprivnica dočekali su novu akademsku godinu bez studentske menze. Kako su izdvojeni iz središta grada ovisе isključivo o jednoj pekari i automatima s grickalicama u zgradi, i doslovno, tvrde, gladuju pa su pokrenuli peticiju za povratak menze.

U čemu je problem? Dosadašnji pružatelj usluge dovoza toplih obroka KTC, raskinuo je ugovor, iako je sa sveučilišnim centrom Koprivnica ugovor imao na još godinu dana. Točan razlog o zatvaranju menze zna Sveučilište Sjever, točnije rektor sveučilišta, **Marin Milković**.

VEZANE VIJESTI



DODATNI PROTEINI
Neugodno iznenađenje za studenta Nemanju u zagrebačkoj menzi: 'Dobio sam pohano s crvima'

- Dosadašnji pružatelj usluga KTC je, nažalost, bio primoran raskinuti ugovor zbog toga što su cijene namirnica, energenata i radne snage otišle gore, a Pravilnik o studentskoj prehrani je isti već godinama. No, Sveučilište Sjever i Ministarstvo znanosti i obrazovanja u suradnji sa Studentskim zborom intenzivno traže rješenje ovog gorućeg problema. Postoji nekoliko opcija i sigurni smo da ćemo uskoro pronaći najbolje rješenje u korist naših studenata i svih djelatnika Sveučilišta Sjever, odgovoreno nam je u službenom mailu.

Slika 4.2.2. Primjer leada nakon ulaska u redakciju

Kako svaki od nadređenih urednika ima vlastiti stil, tako i novinari imaju svoj stil pisanja, međutim nikada nije dobro kada na jednom tekstu rade dva urednika, pregledavaju ga i puštaju u objavu, jer dolazi do nekoliko uredničkih intervencija u *leadu* zbog međusobnog neslaganja. Tako je primjer već naveden kod uredničke intervencije u naslovima, s refundacijom troškova HZZO-

a²³, ujedno i primjer intervencije u *leadu*. Radi se o dodatnom naglašavanju dijagnoze sugovornika Andreja pri čemu se isključivo dijagnoza stavlja u zasebnu rečenicu, a nakon toga se iz *leada* izbacuju bitne informacije kako ne bi premašio dozvoljenu dužinu.

Glava teksta također se skraćuje u situacijama kada u redakciji pokušavaju odlučiti u kojoj će rubrici objaviti pojedini tekst. Tako je vijest o hrani od insekata za pse, prerasla u životnu priču Ivana Zovka²⁴ koji je za *Jutarnji list* otkrio zbog čega se počeo baviti kuhanjem i pripremom zdrave hrane za pse. U glavi teksta zadržane su samo dvije kraće rečenice za koje je Novak odlučio da će privući čitatelje. Jedna od intervencija prikazana je i u tekstu koji se bavi inicijativom za povećanje dječjeg doplatka.²⁵ Naime, u ovom *leadu* bile su dosta snažne rečenice jer se uredništvo *Jutarnjeg lista* bilo zainteresirano za njega već nakon prve rečenice zbog čega je ostatak izbrisan, a kasnije preoblikovan u tekstu.

Dječji doplatak u Hrvatskoj iznosi od 199 do 299 kuna mjesečno, odnosno od 25,87 do 38,90 eura, to nije dovoljno ni za osnove, kaže Franjičić. To djeci ne može pokriti niti osnovne potreštine, a u sedam dana peticija za Izmijene Zakona o doplatku za djecu prikupila je više od 50 tisuća potpisa, dok Tea Franjičić, jedna od pokretačica peticije kaže kako im je cilj podignuti iznos dječjeg doplatka koji je trenutno sramotan.

-Dječji doplatak nije se povećao gotovo trideset godina, već je godinama 200 kuna, dok su se uvjeti života povećali što dokazuju i sadašnje cijene. Što mogu kupiti djetetu za 200 kuna? Ovom peticijom dajemo mogućnost vladajućima da nešto promjene., pojašnjava Tea Franjičić.

Slika 4.2.3. Autorski tekst prije uredničke intervencije

²³ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/pregled-je-hitan-a-naruceni-ste-tek-za-2026-ako-odete-privatniku-hzzo-pokriva-troskove-evo-kako-do-novca-15248801>

²⁴ <https://www.jutarnji.hr/life/zivotne-price/ivanova-hrana-od-insekata-za-pse-postala-hit-izgleda-kao-bolonjez-a-unutra-je-crna-vojnicka-muha-15275450>

²⁵ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-sedam-dana-50-tisuca-gradana-potpisalo-za-veci-djecji-doplatak-ovih-300-kuna-je-sramotno-15294394>

INICIJATIVA 'ZA DJECU'

U sedam dana 50 tisuća građana potpisalo za veći dječji doplatok: 'Ovih 300 kuna je sramotno...'

Dječji doplatok u Hrvatskoj iznosi od 199 do 299 kuna mjesečno, odnosno od 25,87 do 38,90 eura, to nije dovoljno ni za osnove, kaže Franjčić

Pisac: Dorotea Hrašćić Objavljeno: 11. siječanj 2022. 12:16



Ilustracija

© Neja Markicevic/Oropix



U samo sedam dana otkako je pokrenuta, peticija za Izmjene Zakona o doplatku za djecu prikupila je više od 50 tisuća glasova, a Tea Franjčić, jedna od pokretačica peticije kaže kako im je cilj podignuti iznos dječjeg doplatka koji je trenutno sramotan.

- Dječji doplatok u Hrvatskoj iznosi od 199 do 299 kuna mjesečno,

Slika 4.2.4. Autorski tekst nakon uredničke intervencije

U ovom potpoglavlju izdvaja se posljednja intervencija u *leadu* gdje urednici najčešće mijenjaju jednu riječ u rečenici, skraćuju rečenice ili ih proširuju jednom do dvije riječi. Odabrani primjer autorskog teksta jest novinarski tekst o stroju za čišćenje mulja i lopoča – Berky²⁶, kod kojega je intervencija vidljiva samo u poretku riječi. Dakle, ovdje su intervencije bile minimalne, a zbog ozbiljnosti teksta i informacija koje do tada nisu bile dostupne javnosti, željelo se naglasiti problem s kojim se Zagreb bori već 18 godina.

Zove se Berky, proizveden je u Njemačkoj i Grad Zagreb stajao je točno 5,5 milijuna kuna. No, stroj za izmuljivanje, koji je jednom zauvijek trebao riješiti problem mulja i lopoča na zagrebačkom Jarunskom jezeru, od te je 2005. godine, kad je kupljen, dosad upotrijebljen samo nekoliko puta, a veći dio vremena stoji neiskorišten.

Slika 4.2.5. Primjer teksta prije uredničke intervencije u leadu

²⁶ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/stroj-za-ciscenje-mulja-i-lopoca-na-jarunu-platili-smo-5-5-milijuna-kuna-tijekom-17-godina-uglavnom-stoji-15241266>

Stroj za izumljivanje, Berky kupljen je 2005. godine u Njemačkoj, u svrhu rješavanja problema mulja i iskorjenjivanja lopoča na Jarunu. Međutim, nakon potrošenih 5,5 milijuna kuna, stroj koji je jednom zauvijek trebao riješiti problem mulja od te godine upotrijebljen je nekoliko puta.

Slika 4.2.6. Primjer teksta nakon uredničke intervencije u leadu

4.3. Uredničke intervencije u tekstu

Posljednja vrsta intervencija u *Jutarnjem listu* jest upravo ona u tekstu. Prema riječima urednika, takve intervencije su neizbježan dio posla, a najčešće su kod lektoriranja i redakture. Vidljive su u promjeni redoslijeda izjava, pronalaženju sinonima za određenu riječ koja će izazvati ponovno onaj „efekt“ kod čitatelja, koji je najvažniji kod prodaje ovakve vrste dnevnih novina. Prvi je primjer takve intervencije u tekstu o zatvorenom psu u prostorijama NK Zagreb čiji vlasnik je Dražen Medić.²⁷ Ovdje su urednici intervenirali tako što su informaciju o vlasniku psa stavili na sam početak teksta kako bi zainteresirali čitatelje zbog njegove pozicije, posebice jer je tekst stavljen i u rubrike „Zagreb“ i pod „Aktualno“.

Jedan od primjera intervencije u tekstu jest i stavljanje dodatne rečenice u tekstu o trgovačkim sniženjima.²⁸ Prema riječima Tomislava Novaka, ubacio je problem s opskrbom, ali i rat u Ukrajini te uvođenje eura kako bi naglasio problematiku rasprodaje, s obzirom na to da se većina Hrvata izjasnila kako sitno broje do plaće nakon kupovine božićnih poklona. Ipak, zbog teme rasprodaje jesensko-zimske kolekcije vodile su se rasprave koliko je bitno staviti takvo nešto jer rečenica nema nikakve veze s temom kojom se tekst bavio. Dakle, čak i kod dobrih tekstova uredničke intervencije su vidljive, makar se one sastojale od jedne rečenice.

²⁷ <https://www.jutarnji.hr/vaumijau/aktualno/inspektori-pokrenuli-postupak-protiv-drazena-medica-nije-na-vrijeme-cijepio-psa-iz-zagrebella-15294893>

²⁸ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/snizenja-napunila-ducane-u-zari-ludnica-u-h-m-u-odjeca-za-20-kuna-ali-pazite-na-dvije-stvari-15290510>

Negdje 30 ili 40, negdje 50, a negdje čak i 70 posto. Izlozi dućana u Zagrebu oblijepljeni su plakatima koji oglašavaju sezonska sniženja koja su započela jučer, a trajat će tijekom cijelog siječnja, najdulje 60 dana.

Ono na što kupci ove godine moraju paziti dva su vrlo važna pravila. Prvo, moraju biti svjesni da bi zbog uvođenja eura moglo biti problema u plaćanju gotovinom, a kako je već najavio predsjednik Udruge trgovine i logistike **Denis Čupić**, trgovci ne mogu "glumiti" mjenjačnice.

- Nadam da situacija u kojoj će netko doći s većim apoenom kuna i očekivati da mu netko za neku robu sitnije vrijednosti uzvraća eure nećemo imati, izjavljivao je već u medijima.

Druga ključna stvar je da ove zime vrijedi novo pravilo: trgovci će uz aktualnu sniženu cijenu proizvoda morati prikazati i najnižu cijenu po kojoj se taj isti proizvod prodavao u posljednjih 30 dana.

-Pronašla sam nekoliko stvari za sebe, i uštedjela točno polovicu iznosa kojeg sam platila, otprilike nekih petstotinjak kuna., u prolazu nam pojašnjava jedna djevojka.

Slika 4.3.1 Primjer teksta prije uredničke intervencije u tekstu



© Danjan Tadić/Cropix



Negdje 30 ili 40, negdje 50, a negdje čak i 70 posto. Izlozi dućana u Zagrebu oblijepljeni su plakatima koji oglašavaju sezonska sniženja koja su započela jučer, a trajat će tijekom cijelog siječnja, najdulje 60 dana.

Ni problemi s opskrbom koji se vuku još od pandemije ni rat u Ukrajini, a ni uvođenje eura za četiri dana nisu zaustavile trgovce da ove godine popune police s jeftinijom robom.

VEZANE VIJESTI



Ono na što kupci ove godine moraju paziti dva su vrlo važna pravila. Prvo, moraju biti svjesni da bi zbog uvođenja eura moglo biti problema u plaćanju gotovinom, a kako je već najavio predsjednik Udruge trgovine i logistike **Denis Čupić**, trgovci ne mogu "glumiti" mjenjačnice.

Slika 4.3.2. Primjer teksta nakon uredničke intervencije u tekstu

Također, jedna od minimalnih intervencija prikazana je na tekstu o incidentu u centru Zagreba gdje je vozačica ZET-a vratima pritisnula čovjeka.²⁹ Tekst je ovaj put bio kratak, a radilo se o izvještavanju s mjesta događaja. Dežurno uredništvo tada je odlučilo da će jedina izmjena u tekstu biti „pomagala za hodanje“, umjesto štaka. Ono što svakako treba spomenuti jest da u ovom tekstu nisu dobro opisane slike, a unatoč tome što Mihovilović navodi da novinar može prisustvovati odabiru fotografija i stavljanju opisa, izmjene nisu bile ažurirane.

²⁹ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/incident-u-centru-zagreba-vozacica-zet-a-vratima-pritisnula-covjeka-on-na-nju-bacio-stake-za-hodanje-15242649>

Promet se zaustavlja, a nakon nekoliko minuta dernjave i psovanja putnik baca **svoje štake na vozačicu ZET-a**. Stiže i hitna pomoć i policija, a putnik je nakon toga pregledan i otpremljen u bolnicu.

Slika 4.3.3. Tekst prije uredničke intervencije

Promet se zaustavlja, a nakon nekoliko minuta deranjave i psovanja putnik baca svoja pomagala za hodanje na vozačicu ZET-a. Stiže i hitna pomoć i policija, a putnik je nakon toga pregledan i otpremljen u bolnicu.



Slika 4.3.4. Tekst nakon uredničke intervencije

Četvrti primjer za ovu vrstu intervenciju je *follow up* teme Max Dom Centar prevare³⁰ gdje je urednička intervencija bila uključena zbog neslužbenih saznanja novinarka Hajdi Karakaš Jakubin iz rubrike „Crna kronika“ koja je već „sklopila prijateljstvo“ s Ministarstvom unutarnjih poslova te od njih doznala da su uključeni u slučaj, što meni kao autorici teksta nije bilo naznačeno u prvoj verziji teksta.

Pretposljednji izdvojeni primjer ove vrste uredničke intervencije dogodio se u tekstu o nestašici lijekova.³¹ Naime, kako je bilo prošlo deset dana od pisanja do objave teksta, nestašica lijekova je nastavljena zbog čega je urednik prije objave intervenirao i morao nadodati lijekove koje tada nije bilo moguće pronaći u ljekarnama. Ono što se dogodilo u ovom tekstu jest da je uredništvo ipak mijenjalo citate iz autorskog teksta, iako se prema pravilniku Hanza Medie to ne smije činiti. Tako

³⁰ <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/zloglasna-facebook-trgovina-pod-istragom-kupci-prijavljuju-uzasna-iskustva-ukljucila-se-i-policija-15296968>

³¹ [jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ispovijesti-ogorcenih-bolesnika-prosao-sam-cijeli-grad-ne-mogu-do-lijeka-a-trebam-ga-odmah-15300977](https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ispovijesti-ogorcenih-bolesnika-prosao-sam-cijeli-grad-ne-mogu-do-lijeka-a-trebam-ga-odmah-15300977)

je čitatelj Franjo iz Varaždina postao čitatelj Franjo iz Zagreba te je njegova izjava na jednom mjestu mijenjana i kraćena, što je, prema riječima urednika, bila manja pogreška koja nije ispravljena, a kako tvrde, to nije čest slučaj. Također, kada se u početku pratila tema odvajanja otpada u Zagrebu, kao što je već spomenuto, dosta su često novinari izlazili na terene kako bi „ulovili“ neku priču. Tako je nastao tekst o smeću ispred Parka Ribnjak u Zagrebu³² u kojemu je na početku vidljiva urednička intervencija. S obzirom na to da je cijeli tekst pomalo ironično i sarkastično intoniran, urednička intervencija vidljiva je u rečenici: „Operacija se odvila u večernjim satima, kada je već pao mrak.“

Mjesto radnje park Ribnjak, zločin: hrpa nerazvrstanog smeća bačenog blizu ulaza- na nogostup.

-Da nije tužno bilo bi komično., komentiraju stanari iz stambenih zgrada preko puta.

Netko je na Facebooku fotografije podijelio dan kasnije, a ubrzo se pojavila Čistoća i nogostup očistila.

Slika 4.3.5. Tekst u ironičnom tonu prije uredničke intervencije

Operacija se odvila u večernjim satima, kad je već pao mrak. Mjesto radnje park Ribnjak, zločin: hrpa nerazvrstanog smeća bačenog blizu ulaza- na nogostup.

Da nije tužno bilo bi komično, komentiraju stanari iz stambenih zgrada preko puta novo mini divlje odlagalište. Netko je na Facebooku fotografije podijelio dan kasnije, a ubrzo se pojavila Čistoća i nogostup očistila.

Slika 4.3.6. Tekst u ironičnom tonu nakon uredničke intervencije

³² <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/pogledajte-ribnjak-netko-pod-okriljem-noci-stalno-zatrpava-ulicu-smecem-zakazali-smo-kao-drustvo-15260828>

4.4. Rezultati istraživanja

Za analizu 18 odabranih autorskih tekstova, definirane su tri kategorije uredničkih intervencija – u naslovu, *leadu* i tekstu. U svaku od tih kategorija razvrstano je šest tekstova te se analiziralo koje su intervencije najčešće i koje najviše krše profesionalne standarde novinarstva.

Prva navedena intervencija u naslovu, s potkategorijama u podnaslovima i međunaslovima, pokazala je kako ovakve uredničke intervencije dovode (i) do širenja *fake newsa* – izvlačenjem udarnih rečenica, dodavanjem senzacionalističkih „pojačivača“ pa i PR naslova. Za razliku od naslova, intervencije u *leadu*, kojima su se također izvlačile najjače rečenice, ipak nisu bile najviše prisutne uredničke intervencije u *Jutarnjem listu*. Uredničke intervencije u tekstu pojavljivale su se uglavnom onda kada se radilo s više različitih urednika na jednom tekstu, a svaki je imao ne samo različit stil pisanja, nego i različito mišljenje o tome što bi trebalo pisati u tekstu. Ova vrsta intervencija primjenjivala se i na tekstovima koji su po nekoliko dana stajali u sustavu StoryEditora, a kako su teme bile aktualne, moralo se intervenirati dodavanjem novih rečenica.

Zaključno možemo reći da su najčešće uredničke intervencije bile u naslovima, o čemu odlučuju urednici koji opremaju tekstove, a što bitno utječe na (ne)poštivanje profesionalnih standarda novinarstva.

5. Zaključak

Kako bi se u praksi, na dnevnoj bazi, pronašlo što više novinarskih tema, potrebno je svladati sve savjete i zahtjeve urednika. Novinarska tema može proizaći iz jednog posjeta gradu, razgovora s kolegama novinarima ili pretraživanja interneta i društvenih mreža. Potrebno je slušati što drugi govore i proučavati nešto neobično što potencijalno može postati temom. Budući da mlada novinarka u početku nema specijalizirano područje kojim se bavi, bitno je da bude upućena u sve što se događa kako bi mogla otići na teren vezan uz bilo koje područje; od crne kronike, preko gospodarstva i potrošačkih tema do komunalnih tema. Iako se čini da novinarske redakcije nisu sasvim ugodne za mlade novinare, bitno je komunicirati s nadležnim urednikom koji potom upućuje novinare na sve zadatke i eventualne ispravke u radu ili na tekstu, dok je u kasnijim fazama bitno napredovati kako bi i honorar bio proporcionalan. Potrebno je razumjeti i piramidalnu hijerarhiju uredništva da bi se mladi novinari što brže prilagodili propisanom načinu rada redakcije. Valja pritom naglasiti kako, na gotovo svim autorskim tekstovima, treba očekivati uredničke intervencije.

Tema ovoga završnog rada bili su novinarska tema, uredništvo i uredničke intervencije iz perspektive novinarke-početnice *Jutarnjeg lista*. U prvom, teorijskom dijelu rada, definirana je novinarska tema, objašnjeno je kako prepoznati temu i kako novinari dolaze do potencijalnih tema. U tom se dijelu rada također opisuju uredništvo *Jutarnjeg lista* i obveze novinara u redakciji te se objašnjava pozicija novinarke-početnice. U drugom, istraživačkom dijelu ovoga završnog rada, analizirani su najčešći primjeri uredničkih intervencija u *Jutarnjem listu* – u naslovima, *leadu* i samom tekstu. Od 72 autorska teksta, odabrano je ukupno 18 tekstova, napisanih u razdoblju od 15. srpnja 2022. godine do 13. veljače 2023. godine. Rezultati analize upućuju na zaključak da se uredničke intervencije najčešće pojavljuju u naslovima, što bitno utječe na (ne)poštivanje profesionalnih standarda novinarstva.

Obje postavljene istraživačke hipoteze u potpunosti su dokazane:

H1: Teorijska znanja usvojena na studiju, drugačije se primjenjuju u praksi.

H2: Uredničke intervencije usmjerene su više prema *klikabilnosti* nego prema poštivanju standarda profesionalnog novinarstva.

6. Literatura

Knjige:

- [1] Brautović, M. 2011. *Online novinarstvo*. Zagreb: Školska knjiga.
- [2] Malović, S. 2005. *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- [3] Mihovilović, M. 2007. *Profesionalni novinar*. Zagreb: Profil.

Kvalifikacijski radovi:

- [1] Žukulić, D. 2016. „Novinarska profesija iz perspektive urednika hrvatskih dnevnih novina“. Diplomski rad. Zagreb: FPZG.

Mrežni i elektronički izvori:

- [1] Medijska pismenost. *Kako pronaći novinarsku priču*. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/kako-pronaci-novinarsku-pricu/>, datum pristupa: 13.03.2023.
- [2] Medijska pismenost. *Uvod u novinarstvo*. Dostupno na: <https://www.medijskapismenost.hr/wp-content/uploads/2022/04/brosura-Uvod-u-novinarstvo.pdf>, datum pristupa: 20.03.2023.
- [3] https://www.jutarnji.hr/pretraga?q=dorotea+hrasti%C4%87&time_range=2023, datum pristupa: 13.03.2023.
- [4] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/natjecaj-za-novinare-u-redakciji-jutarnjeg-lista-ovdje-doznajte-sve-detalje-i-prijavite-se-15192518>, datum pristupa: 18.05.2023.
- [5] Standardi informiranja u izdanjima Hanza Media d.o.o. Dostupno na: <https://apps.jutarnji.hr/Standardi-informiranja.pdf>, datum pristupa: 15.03.2023.

Građa:

- [1] <https://www.jutarnji.hr/life/zivotne-price/jasnini-platneni-ulosci-osvajaju-europu-pocelam-na-sajmovima-a-sad-izvozim-u-njemacku-15259499>
- [2] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/pregled-je-hitan-a-naruceni-ste-tek-za-2026-ako-odete-privatniku-hzzo-pokriva-troskove-evo-kako-do-novca-15248801>
- [3] <https://www.jutarnji.hr/life/zivotne-price/svi-su-ludi-za-izrezanim-jelacicem-starcevic-bi-mogao-vrijediti-i-do-10-tisuca-kuna-a-evo-sto-ce-bit-i-poseban-hit-15252556>
- [4] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/kupci-se-zale-na-losu-robu-trgovac-ih-brutalno-vrijeda-seljanko-ruzna-zgazit-cu-tebe-i-tvoje-dijete-15269094>
- [5] Jutarnji list, 2022., br. 8718, str. 15.

- [6] Nedjeljni Jutarnji – Nedjeljni 2, 2023., br. 1, str. 30.
- [7] <https://www.jutarnji.hr/life/zdravlje/isprobali-smo-osam-novih-proizvoda-za-intimnu-higijenu-evo-cime-sam-pobijedila-migrenu-a-sto-me-spasilo-od-grceva-15296145>
- [8] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/izgubila-sam-prtljagu-u-flixbusu-agonija-trajevec-tri-mjeseca-a-znate-li-sto-su-mi-odgovorili-15249663>
- [9] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/studenti-u-koprivnici-izgubili-strpljenje-ukinuli-su-nam-menzu-gladujemo-po-osam-sati-zivimo-na-pecivima-15263279>
- [10] <https://www.jutarnji.hr/life/zivotne-price/ivanova-hrana-od-insekata-za-pse-postala-hit-izgleda-kao-bolonjez-a-unutra-je-crna-vojnicka-muha-15275450>
- [11] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/u-sedam-dana-50-tisuca-gradana-potpisalo-za-veci-djecji-doplatak-ovih-300-kuna-je-sramotno-15294394>
- [12] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/stroj-za-ciscenje-mulja-i-lopoca-na-jarunu-platili-smo-5-5-milijuna-kuna-tijekom-17-godina-uglavnom-stoji-15241266>
- [13] <https://www.jutarnji.hr/vaumijau/aktualno/inspektori-pokrenuli-postupak-protiv-drazena-medica-nije-na-vrijeme-cijepio-psa-iz-zagrebella-15294893>
- [14] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/snizenja-napunila-ducane-u-zari-ludnica-u-h-m-u-odjeca-za-20-kuna-ali-pazite-na-dvije-stvari-15290510>
- [15] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/incident-u-centru-zagreba-vozacica-zet-a-vratima-pritisnula-covjeka-on-na-nju-bacio-stake-za-hodanje-15242649>
- [16] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/zloglasna-facebook-trgovina-pod-istragom-kupci-prijavljuju-uzasna-iskustva-ukljucila-se-i-policija-15296968>
- [17] [jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ispovijesti-ogorcenih-bolesnika-prosao-sam-cijeli-grad-nemogu-do-lijeka-a-trebam-ga-odmah-15300977](https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ispovijesti-ogorcenih-bolesnika-prosao-sam-cijeli-grad-nemogu-do-lijeka-a-trebam-ga-odmah-15300977)
- [18] <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/pogledajte-ribnjak-netko-pod-okriljem-noci-stalno-zatrpava-ulicu-smecem-zakazali-smo-kao-drustvo-15260828>

7. Popis slika

Slika 2.4.1. Primjer teme nastale iz osobnih saznanja.....	7
Slika 3.2.1.1. Prva objavljena novinarska tema.....	12
Slika 3.2.2.1. Izgled radnog mjesta prvog dana u redakciji Jutarnjeg lista	13
Slika 4.1.1.1. Primjer uredničke intervencije u naslovu i ilustraciji.....	17
Slika 4.1.3.1. Primjer naslova u tiskanom izdanju N2	19
Slika 4.1.3.2. Primjer naslova na portalu Jutarnjeg lista	20
Slika 4.2.1. Primjer leada prije ulaska u redakciju	21
Slika 4.2.2. Primjer leada nakon ulaska u redakciju.....	21
Slika 4.2.3. Autorski tekst prije uredničke intervencije	22
Slika 4.2.4. Autorski tekst nakon uredničke intervencije	23
Slika 4.2.5. Primjer teksta prije uredničke intervencije u leadu	23
Slika 4.2.6. Primjer teksta nakon uredničke intervencije u leadu.....	24
Slika 4.3.1. Primjer teksta prije uredničke intervencije u tekstu	25
Slika 4.3.2. Primjer teksta nakon uredničke intervencije u tekstu.....	25
Slika 4.3.3. Tekst prije uredničke intervencije	26
Slika 4.3.4. Tekst nakon uredničke intervencije.....	26
Slika 4.3.5. Tekst u ironičnom tonu prije uredničke intervencije.....	27
Slika 4.3.6. Tekst u ironičnom tonu nakon uredničke intervencije	27

8. Prilozi

8.1. Tekst o stroju za izumljivanje – Berky

Stroj za izumljivanje, Berky, kupljen je 2005. godine u Njemačkoj, u svrhu rješavanja problema mulja i iskorjenjivanja lopoča na Jarunu. Međutim, nakon potrošenih 5,5 milijuna kuna, stroj koji je jednom zauvijek trebao riješiti problem mulja od te godine upotrijebljen je nekoliko puta.

Jezero tako svakog ljeta unatrag 17 godina, a posebno ovog, izuzetno sušnog, bude puno lopoča i bilja i u lošem stanju, a iz SRC-a Jarun to su nam i priznali, naglasivši da se lopoče ne može trajno iskorijeniti dok god se jezero ne izmulji, - a to je nemoguće. Zašto Berky nije riješio taj problem?

Prije nekoliko tjedana dobili smo odgovor Sportsko rekreacijskog centra Jarun kako se ne mogu boriti s lopočima jer se jezero mora izmuljiti, a da je to praktički nemoguće. Međutim, prema očitovanju aktivista grada i djelatnika Jaruna, čine se da je ipak moguće. Uz Jarun može se vidjeti stroj jedva korišten Berky koji stoji tamo od 2005. godine zbog lošeg proračuna kod kupnje. Kako doznajemo od naše sugovornice, Gordane Orsag Pašanec, koja je bila na predstavljanju ovog projekta, njemački proizvođač se primao za glavu kada su mu objasnili za što će se stroj koristiti. Odmah je upozorio da se stroj ne može koristiti na tako velikim površinama jer neće moći obavljati ono za što je namijenjen. Ipak, bilo je prekasno jer je stroj Berky već bio kupljen za 5,5 milijuna kuna.

Stroj Berky, tip 6750, prvi puta je korišten 2006. godine u sklopu studije „Upravljanje vodnim režimom i kakvoćom vode jezera Jarun“, uz višestruke komplikacije. Tada su imali dva, tri pokušaja izumljivanja jezera, ali bezuspješno. Troškovi za samo pokretanje stroja i pokušaje izbacivanja mulja su bili preveliki pa su radnici morali odustati. Kao alternativa, kupljene su cijevi duge dva kilometra koje su bile namijenjene za uranjanje ispod površine i izbacivanje mulja preko nasipa u Savu. Kada su u Gradu Zagrebu shvatili da je cijeli projekt previše skup, radili su samo „kozmetiku“. Odnosno, kosili su lopoče s priključcima koji su naknadno kupljeni, što bi značilo da se još dodatno moralo ulagati kako stroj mogao raditi. Zbog toga su uložena značajna financijska sredstva, 37.198.203,50 kuna kako bi se osigurali uvjeti za profesionalne veslače i mogućnost održavanja Svjetskog kupa u veslanju.

-Ukupna ulaganja donose abnormalne troškove, a rezultata nema. Za stroj kažu da ne znaju koliko se isplati ulagat jer on stoji tamo godinama. Lopoč nije toliki problem, problem je mulj. Izumljivanje se nije radilo već godinama i to mogu potvrditi svi sportaši, odnosno veslači jer za njih je to veliki problem. -govori nam Gordana Orsag Pašanec, članica platforme Možemo iz Nove ljevice, koja smatra da se treba razraditi kvalitetan projekt izumljivanja, jer dosadašnji nikad nisu zaživjeli.

Uz samu kupnju stroja, pa nakon toga priključaka i cijevi, trebalo je i obučiti radnike za uklanjanje mulja iz jezera, što je ponovo bez ciljana, dodatno ulaganje. O problemu rada Berkyja i nemogućnosti izumljivanja, javio se i ravnatelj Sportsko rekreacijskog centra, Kosta Kostanjević koji potvrđuje podatke o kupovini stroja, priključaka te neplaniranim problemima koji se se javili kupnjom stroja.

S obzirom da su tehničke karakteristike stroja omogućavale uklanjanje samo sedimenta na manjem djelu jezera, tražene su druge mjere uklanjanja mulja i lopoča. Provodila se takozvana jaružanja, odnosno „frežanje“ korijenja lokvanja. Utvrđeno je da je ovakvo kratkoročno rješenje, tijekom sezone, kroz frežanje korijenja na obrađenoj lokaciji sprječavao danji rast lopoča.

8.2. Tekst o studentskoj menzi u Koprivnici

Studenti Sveučilišta Sjever Koprivnica dočekali su novu akademsku godinu bez studentske menze. Kako su izdvojeni iz središta grada ovisi isključivo o jednoj pekari i automatima s grickalicama u zgradi Sveučilišta.

U čemu je problem? Dosadašnji pružatelj usluge dovoza toplih obroka KTC, raskinuo je ugovor, iako je sa sveučilišnim centrom Koprivnica ugovor imao na još godinu dana. Točan razlog o zatvaranju menze zna Sveučilište Sjever, točnije rektor sveučilišta, **Marin Milković**.

-Dosadašnji pružatelj usluga KTC je, nažalost, bio primoran raskinuti ugovor zbog toga što su cijene namirnica, energenata i radne snage otišle gore, a Pravilnik o studentskoj prehrani je isti već godinama. No, Sveučilište Sjever i Ministarstvo znanosti i obrazovanja u suradnji sa Studentskim zborom intenzivno traže rješenje ovog gorućeg problema. Postoji nekoliko opcija i sigurni smo da ćemo uskoro pronaći najbolje rješenje u korist naših studenata i svih djelatnika Sveučilišta Sjever. - u službenom mailu javlja PR-ovka Sveučilišta Sjever, dr.sc. Ivona Čulo.

Potvrđeno je da je početkom lipnja KTC najavio raskid ugovora, a već krajem kolovoza raspisan je natječaj za novog pružatelja usluge dovoza toplih obroka, međutim na natječaj se nitko nije javio. Problematika je kažu u inflaciji, jer su cijene značajno otišle gore, a potpore ministarstva su preniske.

Upravo zbog toga smo provjerili kolike su potpore Ministarstva znanosti i obrazovanja. Podaci o visini potpore ispisane su kroz Pravilnik o uvjetima i načinu ostvarivanja prava na pokriće troškova prehrane studenata. Prema članku 10. stavka 1., potporom Ministarstva podmiruje se: 71,24% obračunske cijene meni obroka i pojedinačnih jela sastavnica meni obroka (prema prilogu iz članka 8. stavka 4. ovog Pravilnika), i 50% obračunske cijene pojedinačnih jela i drugih prehrambenih proizvoda koji nisu sastavnice meni obroka (prema prilogu iz članka 8. stavka 4. ovog Pravilnika). Međutim u pravilniku stoji kako će od 2015. godine Ministarstvo za svaku kalendarsku godinu, po donošenju Državnog proračuna i uzimajući u obzir u njemu osigurana sredstva za prehranu studenata donositi posebnu odluku o visini potpore iz stavka prvog članka.

Prema posljednjim podacima postoje bitne razlike u novčanim svotama koje ministarstvo izdvaja za pojedina sveučilišta. Tako, za 5200 studenata Sveučilišta Sjever ministarstvo pokriva 36.000.000 kuna, međutim za studente u Dubrovniku gdje ih je upisano svega 1600 studenata, izdvaja se svota od 48.500.000 kuna. Sveučilište u Koprivnici, nadmašila je i Pula koja ima upisanih 3700 studenata, a ministarstvo pokriva troškove od 57.000.000 kuna. Najveća razlika je prikazana za sveučilište u Zadru gdje se za 200 studenata manje, odnosno 5000 studenata izdvaja 122.000.000 kuna, što je trostruko više od novaca koje dobiva Sveučilište Sjever, kojeg nikada više studenata nije upisalo.

Upravo zbog toga što su na upisnim kvotama Sveučilišta Sjever nadmašene brojke upisanih studenata, među njima pokrenulo se pitanje menze, a nezadovoljstvo se širilo jer su studenti počeli shvaćati da menza nije privremeno zatvorena, već da ključ u bravu neće staviti do daljnjeg. Zbog problematike reagirao je Studentski zbor Sveučilišta Sjever gdje članovi potvrđuju da se odgovornost prebacivala sa sveučilišta na Ministarstvo znanosti i obrazovanja jer se za ovo sveučilište izdvaja malo novaca, no članovi i studenti pokušavaju shvatiti zašto sveučilište odmah nije reagiralo već dok je stvar eskalirala. Studentski zbor s ciljem da smiri situaciju i da vrati zadovoljstvo studenata dogovara sastanak u Ministarstvu znanosti i obrazovanja.

-U ponedjeljak, 10.10.2022. godine zakazan je sastanak na iznimno važnu temu o problemu studentske menze. Sastanku će nazočiti svi bitni dionici. Kao Studentski zbor Sveučilišta Sjever i članovi Hrvatskog studentskog zbora, sigurni smo da ćemo u ponedjeljak riješiti nastali problem. - otkriva nam predsjednik studentskog zbora, **mag.tel.publ**, **Višeslav Kiričić**, koji će nas o razvoju događaja obavijestiti u popodnevним satima, nakon sastanka u MZO-u.

Kontaktirali smo i gradonačelnika Koprivnice, **Mišu Jakšića** koji nam potvrđuje da je upoznat s problematikom, međutim Grad Koprivnica nema ništa sa studentskom menzom, već su samo ustupili zgradu u nadležnost Sveučilišta Sjever kako bi se izgradio adekvatan prostor za prehranu studenata.

Iz ureda grada Koprivnice, upućuju nas da pitamo Sveučilište Sjever i Ministarstvo znanosti i obrazovanja kako će dalje i kada će doći do nekog alternativnog dogovora.

- Upoznati smo s navedenim problemom i očekujemo od predstavnika sveučilišta konstruktivna i provediva rješenja ovog problema koja ćemo u koliko budu takva sigurno podržati. - oglasio se o svemu Ministar znanosti i obrazovanja, **Radovan Fuchs**.

Međutim, treba uzeti u obzir vrijeme koje će biti potrebno za pronalaženje pružatelja usluge dovoza toplih obroka u studentsku menzu, što će i kako dogovoriti Sveučilište Sjever i MZO. Studenti se žale da preveliki izbor nemaju jer je sveučilište udaljeno od samog centra grada, tako da će do tada morati kupovati peciva iz obližnje pekare, ili grickalice iz aparata koji se nalazi u zgradi sveučilišta.

-Smatram da je veliki problem što je menza kao glavni izvor našeg hranjenja zatvorena jer raspored na fakultetu zna biti vrlo složen i studenti su po osam, nekad čak i više sati na fakultetu. Jedini izvor hranjenja je pekara koja i nema prevelik izbor, uz to pekarski proizvodi nisu pošten obrok koji je potreban za kvalitetno razmišljanje. - požalila se studentica **Lira**, s nadom da će što prije otvoriti studentsku menzu.

Studenti su u ovoj situaciji oni koji najviše pate. Kako je inflacija krenula, na gubitku su svi, pa tako i sami studenti, koji ionako nisu u najboljoj financijskoj situaciji. Novaca za luksuz nemaju, a brza hrane nije rješenje, pojašnjavaju studenti Sveučilišta Sjever.

Piše: **Dorothea Hraščić**

8.3. Tekst o nestašici lijekova

Iako u Hrvatskoj, barem sudeći po izvješću HALMED-a nema kritične nestašice niti jednog lijeka, u ljekarnama je situacija ipak drugačija, a po Ani Soldo, predsjednici Hrvatske ljekarničke komore, na tržištu najmanje 30 posto lošija od službenih izvješća.

U apotekama trenutno nedostaju brojni lijekovi, a kritična je situacija s lijekom **Litalir**, kojim se liječi kronična mijeloična leukemija i za koji nema zamjenskog lijeka. Nadalje, nema **Augmentin** sirupa, za koji na HALMED-ovim stranicama uopće nije objavljena nestašica. Nema **Hyzaara** (za liječenje esencijalne hipertenzije u bolesnika u kojih krvni tlak nije dobro kontroliran samo **losartanom** ili samo **hidroklorotiazidom**), **Tobrex** kapi, kao ni **Tobrex** masti...

Da je vrijeme za crveni alarm dokazuju i brojna svjedočanstva bolesnika i korisnika različitih terapija koja se šire društvenim mrežama.

Majka mi uzima kapi za glaukom, radi se, naime, o kapima koje reguliraju tlak i sprječavaju gubitak vida uzrokovan visokim očnim tlakom i već tjedan dana ih nema niti u jednoj ljekarni. Nismo mislili da ćemo morati dva tjedna unaprijed razmišljati o kapima, koje su do sada uvijek imali na stanju, kaže nam Ana.

-Kako u ljekarnama već neko vrijeme nema kapi – **Azopt**, liječnik opće prakse prepisao je majci zamjenu za njih. Riječ je o **Bravis** kapima, a imaju isti učinak. Međutim obišla sam sve ljekarne u Zagrebu, neke farmaceutske djelatnice su mi htjele olakšati pa su pogledale ima li ih na stanju. Ipak, bila je to slijepa ulica jer niti zamjene za kapi više nije bilo, tako da majka sada mora u bolnicu kako bi joj regulirali očni tlak., pojašnjava dalje.

Kako je Jutarnji list već prije pisao, došlo je do velike nestašica lijekova, pa tako nema **Neofena**, **Klavocina**, kapi za nos, lijekova za tlak, i brojnih drugih. Stoga ovakva nestašica mnogima otežava odlazak u ljekarne, posebno ljudima koji boluju od kroničnih bolesti jer oni duže vrijeme ne mogu biti bez propisane terapije.

Osim Ane, s problemom podizanja lijekova susreli su se i ostali čitatelji iz ostalih gradova Hrvatske.

Tako je Franjo iz Varaždina, koji je zbog jakih bolova u leđima, prouzrokovanim lezijom diska L5-S1, od fizijatra u ambulanti za bol dobio tablete **Tramadol** od 40 mg. Međutim, bio je neugodno iznenađen kada je prošao sve ljekarne u gradu, ali i u obližnjim selima, a niti jedna ljekarna nije imala tablete koje je morao uzimati.

-Bio sam u desetak ljekarni, iz jedne su me upućivali u drugu s riječima „Probajte u dežurnoj ljekarni, ona bi trebala imati sve tablete, ako i nema naručit će pa će stići kroz nekoliko dana“. Kako sam išao od ljekarne do ljekarne, svima sam objašnjavao isto – tablete su mi trebale što prije. Naposljetku sam morao kontaktirati svoju doktoricu koja mi je propisala zamjenu s istim sastojcima, samo što sada uzimam tri tablete dnevno, umjesto jedne., objašnjava nezadovoljan Franjo.

Situacija nije ništa bolja niti za ljude koji boluju od kroničnih neuroloških promjena, tako se jedna od naših čitateljica javlja kako tablete koje koristi za jake glavobolje – **Relpax**, ne može pronaći niti u jednoj ljekarni.

-Ove tablete su relativno nove pa ih niti većina ljekarni nema tako da uvijek moram zvati u ljekarne nekoliko dana ranije, pa čak tjedana dana ranije kako bi mi tablete naručili. Međutim,

8.4. Tekst o zelenoj poduzetnici i poduzeću Be Green

Platnene pelene i ulošci hrvatske „zeleno“ poduzetnice Jasne Škiljan započele su se ove godine prodavati u Sloveniji, Austriji i Njemačkoj. Njezino poduzeće prvotno je nudilo proizvode isključivo za Hrvatsko tržište, no kako se asortiman proizvoda širio, odlučila se za širenje prodaje i u ostale zemlje pa dobila pozitivne reakcije.

Svoje poslovanje Jasna je pokrenula zbog osobnih razloga. Kako joj je dijete bilo alergično na obične pelene, odlučila se za alternativu koja joj je omogućila poslovanje s udrugom Roda. Kasnije su joj se počele javljati ideje za nove proizvode, od kojih su poznatiji platneni ulošci. Kaže da je Hrvatska jako malo tržište, a kako je počela izrađivati proizvode na razini kvalitete popularnih EU proizvođača, odlučila se i za strano tržište. Zbog te odluke, mijenja i ime poduzeća, koje je prvotno zamišljeno kao Vila Sunčica, a u posljednjih nekoliko mjeseci poznatije je kao poduzeće Be Green. Za plasiranje vlastitih proizvoda u ostale zemlje, pomogle su joj društvene mreže jer na Instagram profil poduzeća redovito stavlja ideje za nove proizvode, rješenja i edukaciju za iste. Ipak, da se izvan Hrvatske čuje za njezin obrt, najviše su joj pomogle žene i majke koje su čule za nju preko udruge Roda ili su kupovale preko njezine web stranice proizvode i preporučile je ostalim ženama.

Kaže da sebi najviše vjeruje, a zalihe svojih proizvoda redovno puni tako za sada radi sama. Najviše od svih joj pomažu kupci, oni joj redovito prilaze na sajmovima sa zahtjevima i idejama za nešto novo i drugačije, pa tako nastaju novi proizvodi i unaprjeđuju dosadašnji proizvodi. Materijale koje koriste za platnene uloške i pelene nabavlja od nekoliko dobavljača iz Hrvatske, ali i Slovenije. Za izradu platnenih uložaka, kao materijal Jasna koristi Bambus frotir, koji osigurava stopostotnu zaštitu, za razliku od pamučnog frotira, gdje se ulošci mogu koristiti kao sigurnost uz menstrualnu čašicu.

Platneni ulošci sašiveni su od pamučnog frotira, ili bambus frotira, imaju sloj nepropusnog PUL-a i pamuka s vanjske strane u nekom od ponuđenih dezena. Širina uložka je cca 18 cm, a duljina 30 cm. Svi ulošci su perivi na 95 stupnjeva i pogodni za sušilicu. Kopčaju se pomoću plastičnih drukera te postoje različite veličine i boje uložaka.

-Na samom početku, kada sam tek počela izrađivati platnene uloške, ljudi su mi na sajmovima prilazili i čudili se što takvo nešto postoji i kako se može prati za dugoročno korištenje. Upravo zbog toga sam odlučila odgovoriti na sva postavljena pitanja o platnenim ulošcima i omogućila ljudima edukaciju o takvim proizvodima. Sada kada me ljudi ugledaju na sajmovima govore kako sam dobra vila i oduševljeni su kada vide moje proizvode, kupujući ih više jer su im isplativiji.- govori nam zadovoljna poduzetnica Jasna, jer sve više ljudi kupuje njezine proizvode.

U posljednje vrijeme sve više priča o menstrualnom siromaštvu, pa su tako provedena i mnoga istraživanja gdje su se ženske osobe izjasnile kako nemaju novaca za osnovne higijenske potrepštine. Upravo zbog toga, Jasna je počela dolaziti na sajmove u okolnim gradovima, počevši od Varaždina gdje je prezentirala svoje proizvode kao neko dugoročnije rješenje. Poduzeće Be Green, koje se susreće s mnogim neprihvaćanjima zbog prirode poslovanja, okreće se stranom tržištu gdje su ljudi više okrenuti prirodi i kod njih je to veliki hit. Poduzetnica kaže kako su ljudi u našoj zemlji stalno bili skeptični pa je dolazila do raznih odbijanja, a kada je ponudila svoje uloške kao rješenje izvan Hrvatske, s oduševljenjem su prihvatili njezine proizvode. Svakako se ljudi u vrijeme poskupljenja vode ekonomičnošću pa su počeli izdvajati dvjestotinjak kuna za 10 uložaka svih veličina i materijala, sa mogućnošću

8.5. Tekst o povratu troškova preko HZZO-a

Andreju je dijagnosticirana hernija diska L5-S1 koja mu je otežavala kretanje te je počeo gubiti osjet u nozi. Kako se radilo o ispuščenju 14 mm i direktnim pritiskom na živac noge, a liste čekanja u bolnicama su bile preduge, uplatio si je magnetsku rezonancu u privatnoj Poliklinici Sunce. Nalaz je pokazao da njegovo stanje inducira operaciju, a pritom saznao da ima pravo na povrat troškova u narednih desetak dana.

-Nakon obavljene operacije i izlaska iz bolnice, kopirao sam račun od magnetske rezonance, nalaz, otpusno pismo i naravno obrazac zahtjeva za povrat troškova. Zahtjev sam predao na Hrvatski zavod za javno zdravstvo i nakon desetak dana dobio rješenje kako je utvrđeno da je pregled bio nužan jer je indicirana operacija te sam dobio povrat novaca. U mom slučaju radilo se o 700 kuna, jer sam magnetsku rezonancu platio 1400 kuna, tako da se isplati.- govori nam Andrej o svom slučaju, zbog kojeg kako kaže i danas pati kralježnica.

Zadovoljan je što mu je barem nešto vraćeno, ali najvažnije mu je da je intervenirao što prije. S obzirom da se na ispuščenje od 7 mm inducira operacija, bolovi su mu bili prejak koji su mu i danas ostavili posljedice. Za nogu na koju se radio direktan pritisak, kaže kao da je nema, vidi da je tu, ali se osjet u potpunosti izgubio.

Kako su liste čekanja za obavljanje pregleda u zdravstvenim ustanovama sve veće, zbog hitnosti slučaja su osobe primorane obaviti pregled u privatnim ustanovama. Tako, kada se zbroje svi troškovi, jedino što im preostaje je javiti se HZZO-u. Odnosno, kada se iz neopravdanog razloga uputi osiguranoj osobi da zdravstvenu zaštitu koju ima mora koristiti kod zdravstvenog radnika privatne prakse jer je zdravstvena zaštita bila medicinska indicirana, osoba ima pravo tražiti povrat troškova. Zahtjev za povrat novaca se podnosi u pisanom obliku nadležnom regionalnom uredu, odnosno područnoj službi Zavoda koji je nadležan za određeno mjesto.

Unatoč mogućnosti povrata troškova, postoje slučajevi gdje uvjeti za povrat novaca nisu stečeni jer je povjerenstvo utvrdilo da nema osnova za povrat te da slučaj nije bio hitne naravi uputili smo mail HZZO-u kako bi doznali uvjete stjecanja prava povrata troškova.

Potvrđeno nam je da svaka osigurana osoba kod obavljanja pregleda u privatnim poliklinikama može ispuniti zahtjev za refundaciju troškova. Ipak pozitivan odgovor se dobiva samo kada se radi o utvrđenom hitnom medicinskom slučaju.

- Osnova za povrat troškova je nalaz, mišljenje i ocjena liječničkog povjerenstva HZZO-a o tome da se u konkretnom slučaju radilo o zdravstvenoj zaštiti iz obveznog zdravstvenog osiguranja koja je pružena u hitnom slučaju. – javlja glasnogovornica Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo s objašnjenjem koji slučajevi su prioritetni i izvedivi.

Međutim, podatke o broju predanih zahtjeva za povrat troškova za korištenu zdravstvenu zaštitu u neugovorenim ustanovama glasnogovornica ne posjeduje budući da se zahtjevi u prvom stupnju rješavaju u regionalnim uredima i područnim službama Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo. Stoga smo potražili izvješće o poslovanju HZZO-a za 2021. godinu gdje u Članku „Obveze“ piše o ukupnoj refundaciji troškova od 31,62% među kojima je ubrojena i profesionalna bolest. Pa su tako obveze za novčane naknade povećane za 154.300.464 kn i iznose 356.830.550 kn te se gotovo u cijelosti odnose na dospjele obveze za refundaciju naknade korisnicima. U ovih 31,62% osim profesionalnih bolesti, ubrajaju se naknade isplaćene osobama koje su izostale s posla zbog bolesti, osobe koje su imale ozljedu na radu i naknada braniteljima.

8.6. Tekst o inicijativi za povećanje dječjeg doplatka

Dječji doplatka u Hrvatskoj iznosi od 199 do 299 kuna mjesečno, odnosno od 25,87 do 38,90 eura, to nije dovoljno ni za osnove, kaže Franičić. To djeci ne može pokriti niti osnovne potrepštine, a u sedam dana peticija za Izmijene Zakona o doplatku za djecu prikupila je više od 50 tisuća potpisa, dok Tea Franičić, jedna od pokretačica peticije kaže kako im je cilj podignuti iznos dječjeg doplatka koji je trenutno sramotan.

-Dječji doplatka nije se povećao gotovo trideset godina, već je godinama 200 kuna, dok su se uvjeti života povećali što dokazuju i sadašnje cijene. Što mogu kupiti djetetu za 200 kuna? Ovom peticijom dajemo mogućnost vladajućima da nešto promjene., pojašnjava Tea Franičić.

Problem je kažu iz građanske inicijative velik jer su ukupna ulaganja u djecu i obitelj u Republici Hrvatskoj niža od prosjeka zemalja Europske unije, a također, Hrvatska ulazi u skupinu zemalja sa slabije razvijenim sektorom usluga za djecu. Zbog toga u posljednja dva dana Franičić dogovara održavanje sastanaka i pregovora u Hrvatskom saboru. Kako bi došlo do izmjene Zakona o doplatku za djecu i bržeg stavljanja te teme na dnevni red sjednice Hrvatskog sabora, inicijativa mora sakupiti 100.000,00 potpisa.

-Iskreno kada im kupim uloške, šampone, gelove za tuširanje, regeneratore i dezodoranse, na kraju nemam niti dovoljno novaca od doplatka, a to je ono osnovno., pojašnjava jedna od aktivnih članica inicijative, Vanesa.

-Jedino što mogu kupiti djetetu od dječjeg doplatka je mjesečna karta za autobus. Ostalih pedeset kuna je za dva ili tri sendviča., kaže nam Helena.

Doplatka za djecu je novčano primanje koje roditelji ili druga osoba koriste, a određene su Zakonom o doplatku za djecu, u svrhu potpore uzdržavanja i odgoja djece. Što znači, da pravo na dječji doplatka imaju sva djeca u čijem kućanstvu ukupni dohodak u prethodnoj kalendarskoj godini ne prelazi 70 posto proračunske osnovice. Međutim, cenzus je takav da puno obitelji ostaje bez dječjeg doplatka te su na pragu socijalnih slučajeva zbog manjih primanja premda su zaposleni.

Također, pravo na dječji doplatka ostvaruju djeca do 15. godine života tijekom osnovnoškolskog obrazovanja te za djecu na školovanju u srednjoj školi do završetka tog školovanja, ali najduže do kraja školske godine u kojoj dijete navršava 19 godina.

Prema Zakonu o doplatku za djecu pravo na doplatka ostvaruju i djeca s težim ili teškim invaliditetom, do navršene 27. godine ili pak do kraja redovnog školovanja, dok se zdravstveno stanje dokazuje s nalazom i mišljenjem nadležnog tijela vještačenja Zavoda za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom. Tako prema posljednjih izmjenama Zakona, za 1. i 2. stupanj invalidnosti djeci je uvećano primanje za pedeset kuna, odnosno nešto manje od 7 eura.

-Dječji doplatka je pravo svakog djeteta. Ako gledamo sve ostale zemlje Europske unije, primijetit ćete da nigdje dječji doplatka nije tako sramotan i toliko dugo nepromijenjen kao u Hrvatskoj. Kod nas se stalno potiče pronatalitetna politika, međutim tada se treba i omogućiti da sva djeca dobiju ono što zaslužuju, posebno sada u doba poskupljenja i prelaska na euro, nastavlja Franičić.

Ono što je cilj ove inicijative jest povećanje dječjeg doplatka za svako dijete na minimalno 50 eura, ili kompletno ukidanje cenzusa te fiksnog povećanja dječjeg doplatka na 100 eura za svako dijete. Kako kažu, ono što traže je još i malo, jer u Sloveniji svako dijete dobiva dječji doplatka od 200 eura, dok u Austriji svako dijete ima pravo na dječji doplatka u iznosu od 250 eura.

-Za sada aktivno radimo na slanju mailova Hrvatskom saboru i Vladi te planiramo pokrenuti

suradnju s udrugama za mame i djecu. Čak su peticiju potpisali i neki saborski zastupnici, a u kontaktu sam i s Davorom Dretarom., kaže nam Tea.

“Domovinski pokret već je nekoliko puta postavljao u Saboru pitanje prava djece i roditelja, od materijalnih i financijskih pa i svih ostalih. Naši zastupnici zatražili su od premijera Plenkovića uvođenja doplatka za svako dijete u RH u iznosu od 100 eura mjesečno, i to kao pravo, a ne kao socijalnu kategoriju. I dalje ćemo se zalagati za regulaciju dječjih i roditeljskih prava u RH.”, stoji u mailu Davora Dretara.

Osim, Dretara, ostali saborski zastupnici, između ostalog i zastupnici Kluba zastupnika Domovinskog pokreta podržavaju inicijativu, a u tijeku su i pregovori za održavanje sastanka u Hrvatskom Saboru.

8.7. Tekst o smeću u Parku Ribnjak u Zagrebu

Mjesto radnje park Ribnjak, zločin: hrpa nerazvrstanog smeća bačenog blizu ulaza- na nogostup.

Da nije tužno bilo bi komično, komentiraju stanari iz stambenih zgrada preko puta.

Netko je na Facebooku fotografije podijelio dan kasnije, a ubrzo se pojavila Čistoća i nogostup očistila.

Problem je što kaznu za nerazvrstani otpad nisu imali kome podijeliti. Naime, lukavi otpadni tat vrećice nije ostavio uz zgradu nego preko ceste pa komunalni redari ne mogu stanarima najbližeg ulaza zalijepiti kaznu i tako ih upozoriti na svinjac koji su izveli.

Smeće tako nismo našli ni mi, ali stanarka s kojom smo pričali kaže da to nije ni prvi ini zadnji put.

-Prije nekih sat vremena smeće je stajalo kod parka, ali eto, pokupili su ga radnici malo prije kada su kosili travu. Strašno je kako je jedan od najljepših parkova izgledao do tada. Istina je da smo mi kao društvo zakazali i da nam svaka promjena dokazuje koliko nismo spremni na njih, pojašnjava.

Među vrećicama sa smećem nalazilo se i ponešto bačene hrane, pa stanarka tvrdi da osim što ružno izgleda, još gore-smrdi.

- Nije to fer od ljudi koji tako rade, ni prema nama koji smeće revno razdvajamo ali ni prema prirodi. Prošlog tjedna je smeće na istim mjestima bačeno dva puta, i to u večernjim satima, kako ostali ne bi vidjeli, a ujutro nas sve skupa dočeka neugodno iznenađenje, kaže.

Međutim, ni ostali prolaznici nisu ništa bolji, dodaje, jer neki samo prolaze pored smeća kao da ga nema, drugi ga slikaju, a treći vade iz torbica ili džepnih hlača sitnice koje im nisu potrebne pa ih bacaju na hrpu.

Tada na teren dolaze komunalni redari ne bi li počistili hrpu smeća koju je netko nesmetano istovario, ali ni tada ljudi nisu zadovoljni. Primjerice jedan od prolaznika nam kaže kako nije fer da komunalci kupe smeće i spremaju u crne vreće, a oni moraju razvrstavati smeće i plaćati nove vrećice.

8.8. Tekst o sezonskim sniženjima

Negdje 30 ili 40, negdje 50, a negdje čak i 70 posto. Izlozi dućana u Zagrebu obilježeni su plakatima koji oglašavaju sezonska sniženja koja su započela jučer, a trajat će tijekom cijelog siječnja, najdulje 60 dana.

Ni problemi s opskrbom koji se vuku još od pandemije ni rat u Ukrajini, a ni uvođenje eura za četiri dana nisu zaustavile trgovce da ove godine popune police s jeftinijom robom.

Ono na što kupci ove godine moraju paziti dva su vrlo važna pravila. Prvo, moraju biti svjesni da bi zbog uvođenja eura moglo biti problema u plaćanju gotovinom, a kako je već najavio predsjednik Udruge trgovine i logistike Denis Cupić, trgovci ne mogu "glumiti" mjenjačnice.

-Pronašla sam nekoliko stvari za sebe, i uštedjela točno polovicu iznosa kojeg sam platila, otprilike nekih petstotinjak kuna., u prolazu nam pojašnjava jedna djevojka.

Većina prolaznika užurbano ulazi u trgovine i butike ne bi li pronašli ono što ih zanima po pola manjoj cijeni, tako da što je veće sniženje to više ljudi kupuje. Izbor asortimana je za svakog, od parfumerija, zlatarnica, pa sve do trgovina s odjećom i obućom. Posjetili smo nekoliko trgovina u Ilici kako bi doznali do kada će potrajati sniženja.

Među trgovinama traju po dva sniženja, jedno je blagdansko, a već kreću pripreme za zimsko sezonsko sniženje. Tako smo prvo obišli jednu od najpopularnijih trgovina – Zaru gdje je vladao kaos. Na vratima je stajao zaštitar, žene su stajale u redovima na vratima i gurale se koja će prvi ući. U trgovini također nije bila bolja situacija, prostorije su bile krcate, a odjeća se bacala po stolovima unatoč pokušajima prodavačice da odjeću vrati na mjestu kako je bila.

-Kod nas je uvijek krcato ljudima, ali evo danas kako je krenula sezonska rasprodaja nikad nije bio puniji dućan. Djevojke se grabe za komad odjeće tako da gledam prizore kao iz američkih filmova., kroz smijeh nešto glasnije objašnjava zaštitar kako bi nadjačao buku žena.

Zbog gužve koja se stvara u Zari i sve više ženskih glasova, nešto duže nam treba da se probijemo do blagajne kako bismo doznali kakvi su popusti u pitanju.

-Imali smo božićne popuste, a sada polako kreću sezonski popusti. Kada se stave nove cijene na odjeću zna se dogoditi da u sat, dva sva ta odjeća sa stolova i policama nestane. Popusti će trajati neko vrijeme, sve dok se ne rasproda sva zaliha, a to je kod nas već u siječnju, ali ponešto i u veljači., pojašnjava jedna od prodavačica.

U ostalim trgovinama ipak nije bilo toliko gužve, međutim ljudi su ulazili i izlazili s punim vrećicama. Među njima je i trgovina obućom Roberto gdje se na sav asortiman daje 40 posto popusta, što je gotovo upalo manje od redovne cijene, pa su kupci nosili iz dućana i po dvije pune

trgovinu lijepili su se i letci o rasprodaji na prozore.

-Sezonski popusti od 30, 40 i 50 posto krenuli su jutros, a traju do kraja veljače, točnije do 24. veljače 2023. godine. Imali smo i blagdanske popuste koji su završili nakon Božića. Kolekcija koja je došla u srpnju ide na 50 posto popusta, ona koja je došla u rujnu ide na 40 posto popusta, dok je ona koja je došla nedavno snižena na 30 posto., objašnjava prodavačica dok lijepi nove cijene i priprema letke.

Kod ove trgovine specifično je da imaju VIP članove koji dobivaju obavijest o popustima putem SMS-a ili maila, pa kad krenu popusti uvijek navrate isti kupci.

-Ljudi i dalje kupuju iako su se istrošili sada za blagdane. Iako imamo nešto poslovniju odjeću, također imamo odjeću kakvu možete pronaći u Zari, pa kada ljudi dođu rasprodamo gotovu svu odjeću. Mislim da neće biti problema sada kada dođe Euro, ubrzo će se naviknuti. Ljudi su naučeni kupovati i kada vide sniženje doći će u trgovinu., zaključuje prodavačica.

Nastavili smo dalje prolaziti Ilicom, a na sve više prozora virili su novi popusti. Gotovo iste proizvode nudile su trgovine koje se nalaze jedna pored druge ili jedna nasuprot druge, međutim ljudi su iste stvari pronalazili u ostalim trgovinama po jeftinijoj cijeni.

Tako je najveću pažnju privukao veliki natpisi "70%" na samom ulazu trgovine Terranova. Trgovina s dva kata bila je prepuna ljudi, a svatko od njih je zadovoljno grabio komade odjeće.

-Pogledaj tamo dolje jakne, 70 posto popusta je na njima. To moramo obavezno kupiti., vuče se jedna prijateljica do druge s punim rukama odjeće.

-Naša poslovница ima specifične rasprodaje, koje se po mom mišljenju podosta razlikuju od drugih trgovina jer stalno imamo neke popuste i oni traju puno kraće jer ljudi isprazne svu zalihu koju imamo. Krenuo je prvi krug popusta i tu su određene stvari na popustu od 70 posto, a nakon toga kreće "final sale" pa popusti znaju biti čak i do 90 posto., kažu iz trgovine.

-Što se tiče pojave eura, ljudi će i dalje kupovati jer je sve stvar navike, pa i sada kupuju kao ljudi., kroz smijeh pojašnjava prodavačica.

Nekoliko metara dalje obišli smo posljednju trgovinu s odjećom, H&M kod koje traju blagdanska i

vrećice.

-Ako primjerice želite kupiti cipele ili čizme po redovnoj cijeni od 699 kuna, još danas se kod kase obračunava 40 posto popusta. Za sada traje blagdansko sniženje, međutim u prvom mjesecu kreću sezonski popusti gdje ćemo se rješavati zimске i jesenske obuće pa će tu popusti biti i do 50 posto. Ljudi tada obično razgrabe svu obuću te eventualno ostaju manji brojevi koje dodatno snizimo., pojašnjava prodavačica.

Odmah preko puta nalazi se trgovina s obućom Hogg gdje su prodavačice lijepile nove cijene jer kada točnom vraćamo robu koja nije rasprodana te tada kreće kolekcija proljeće-ljeto. Naime, kod nas nije slučaj da se sve rasproda, ali uvijek riješimo barem polovicu robe., kaže prodavačica.

-Prvi krug popusta od 20 do 40 posto trajat će nekih dva do tri tjedna pa će nam iz uprave javiti kada točnom vraćamo robu koja nije rasprodana te tada kreće kolekcija proljeće-ljeto. Naime, kod nas nije slučaj da se sve rasproda, ali uvijek riješimo barem polovicu robe., kaže prodavačica.

Kako ne postoji četiri kolekcije, već dvije, proljetno-ljetna i jesensko-zimska, trgovina Springfield već je početkom tjedna krenula sa sezonskim popustima.

-Kod nas jesenska i zimska kolekcija dolazi već sredinom srpnja, pa tada već počinjemo s rasprodajom proljetne i ljetne kolekcije. Iako je vani još uvijek hladno i tek je službeno krenula zima, nam je ovo prebrzo za rasprodaju, međutim tako je propisano za našu trgovinu., kaže nam prodavačica.

Kako hodate Ilicom trgovine se nalaze jedna pored druge, a natpisi "1+1 gratis" trgovine Betty Barclay privukla je mnoge prolaznike, među kojima su najviše bili muškarci.

-U ovoj trgovini ima veliki odabir za nas muškarce što inače nije slučaj u ostalim trgovinama. Kupio sam evo dvije košulje i majice po cijeni jedne tako da sam poprilično zadovoljan., kaže nam kupac prilikom izlaska iz trgovine.

-Današnjim danom se završava božićna rasprodaja za žensku i mušku kolekciju gdje se nude dva proizvoda po cijeni jednog te su cijene tako bilo 50 posto snižene. U kasnim popodnevnim satima i sutra kreće nova rasprodaja, od 30 posto na dalje, kao što je to i kod ostalih dućana., pojašnjava prodavačica.

zimska sniženja te se također rješavaju ljetne odjeće koja se može kupiti za dvadesetak kuna.

-Već je dio stvari u pola jeftinije zbog blagdanskih popusta te kupci imaju dodatnu mogućnost da odaberu tri stvari iz ponuđenog asortimana, samih ih upare, i to po cijeni jednoga. Popusti se kod nas kreću u tri kruga, a cijene idu na pola manje. Trenutno ne mogu reći do kada će popusti trajati jer sve ovisi o tome kada će se zaliha rasprodati., objašnjava voditeljica smjene Sanja.

Osim trgovina s odjećom, redovi se stvaraju i u trgovini donjeg rublja Lisca, koja za sada ima tek akcije, a koju posjećuje dosta žena iako ostale trgovine s istim proizvodima imaju natpise o sezonskom sniženju.

-Traje akcija od 30 posto popusta na sav asortiman donjeg rublja, međutim žene kupuju više nego u ostalim trgovinama. Kod nas sezonski popusti vrijede tek početkom siječnja, a kao što je to običaj svake godine, roba koju nudimo se jako brzo rasproda. Trenutna akcija traje do kraja ovog tjedna pa imamo dobru prodaju., kaže prodavačica.

-Ovo je za mene kvaliteta, iako još nije totalna rasprodaja znam što ću kupiti, a ne kao što je to u trgovinama preko puta gdje će nešto potrajati možda mjesec dana., obratila nam se na izlazu žena koja je obavljala kupnju noseći sa sobom nekoliko punih vrećica.

Dva sata nakon obilaženja trgovina, Ilica je bila prepuna ljudi koji su za sobom vukli vrećice i savjetovali drugima što da kupe po jeftinijoj cijeni.

-Ovakvi popusti nisu bili za Black Friday, niti za Božić, ugodno smo iznenađeni, svakako trebale obići sve trgovine i butike jer će ovo postati pravna kupovna groznica., jedan osrednji par stajao ispred Douglasa i savjetovala prolaznike koji su znatizljivo gledali u vrećice.

Također, parfumerija Douglasa isto ima cijene koje su ovog puta jeftinije 30 posto jeftinije, a najveću dobiti su imali uoči Božića. Zbog žurbe i puno kupaca uspjeli smo saznati samo da će popustiti svakako potrajati do kraja ovog tjedna.

Blagdanski popusti nisu zaobišli ni zlatarnice, pa su tako u Pandori natpisi s popustima od 20 i 30 posto.

-Sezonski, odnosno zimski popusti kod nas nisu toliko popularni ali zato imamo ostale popuste koje

određujemo svakih nekoliko mjeseci. Što se tiče blagdanskih popusta jako smo zadovoljni jer nam je prodaja porasla više nego kod uobičajenih dana., kažu iz zlatarnice.

Naravno, popuste dalje možete pronaći i u trgovinama koje prodaju stvari za kuću, posebno za dnevnu i spavaću sobu, a mnogo posjetitelja je bilo i u optici Anda gdje se na naočale može dobiti 50 posto popusta.

U konačnici, ako prolazite Ilicom do kraja tjedna možete pronaći kvalitetne stvari te izdvojiti sitne novce za stvari koje inače ne bi kupili.

Također, ako više volite kupovati preko Interneta, preko provjerenih stranica, štedeći si vrijeme za hodanje po gradu i kupovanje, izdajamo nekoliko stranica u kojima su također stavljene popusti od 30 do 50 posto.

Tako na stranici Notino možete pronaći sve brendirane proizvode za njegu, parfeme i šminiku za upola manju cijenu. Proizvodi koje se nude na ovoj stranici su prigodni za sve uzraste te za muškarce i žene. Ako želite pronaći neki od parfema kojeg ste ugledali u izlogu jednog od dućana po punoj cijeni, ovdje ga možete pronaći u pola cijena.

Osim Notina, popularne brendove za njegu kože, make up te parfeme možete pronaći na Lijepa.hr, a osim popusta do 50 posto, dobivate i besplatnu dostavu. Popularne proizvode možete pronaći u poklon setovima, dok se za parfeme iznad 590 kuna dobiva 20 posto popusta, a kod parfema za 390 kuna propisan je popust od 15 posto.

Ako želite pronaći kvalitetnu odjeću, bez da prođete cijelu Ilicu i pronađete modni detalj po želji, About You s popustima od 30 do 50 posto idealna je za vas. Jesenska i zimska odjeća za muškarce i žene snižena je za 30 i 40 posto, dok je odjeća prikladna za proljeće i ljeto snižena od 50 do 70 posto. Na odabir također dobivate i obuću te torbice raznih modnih marki koji su trenutno na 20 posto popusta.

Naravno, ako želite kupiti nešto za sebe ili za svoj dom, s pouzdanom kvalitetom možete naručiti preko stranice e-kupi gdje se popusti kreću ovisno o proizvodima. Tako su i dalje blagdanski popusti najbolji jer iznose 40 posto, a namijenjeni su za igračke za djecu ili za poklon setove. Za ostale proizvode vrijedi 10 posto popusta, a na stranici stoji da se tijekom siječnja može očekivati do 50 posto popusta na sve proizvode.

Međutim, koji god oblik kupnje odaberete, valja pripaziti na cijene u eurima i kunama kako ne bi došlo do zabuna.

-Kada sam ušla u trgovinu prvo sam vidjela cijenu u eurima pa mi nije bilo jasno kako jedna jakna može stajati dvadesetak kuna. Tada sam shvatila da je riječ u eurima, što u onoj velikoj gužvi nisam odmah zamijetila, tako da dobro da me dečko obavijestio. Ipak, kada dođu finalni popusti neće biti problema s eurima., zaključuje jedna od prolaznica Ilice.



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, DOROTEJA HRASČIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica ~~završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno)~~ rada pod naslovom NOVIJARSKA TEMA UREDNIŠTVO I UREDNIČKE INTERVENCIJE (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova. *PERSEPOLITNE NOVIJARKE I UREDNIČKE INTERVENCIJE SUJAVNIJE LISTA*

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Hrasčić Doroteja
(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, DOROTEJA HRASČIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom ~~završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno)~~ rada pod naslovom NOVIJARSKA TEMA UREDNIŠTVO I UREDNIČKE INTERVENCIJE (upisati naslov) čiji sam autor/ica. *PERSEPOLITNE NOVIJARKE I UREDNIČKE INTERVENCIJE SUJAVNIJE LISTA*

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Hrasčić Doroteja
(vlastoručni potpis)