

# Informacijski i komunikacijski alati u novinarstvu

---

**Matić, Diana**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2024**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:622419>

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

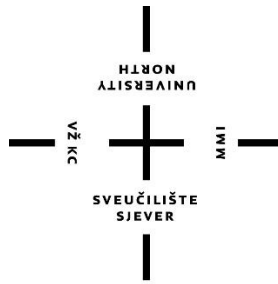
*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-02**



*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)





# Sveučilište Sjever

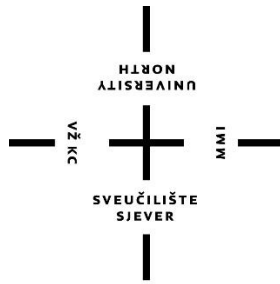
*Završni rad br. 300/KOM/2024*

## **Informacijski i komunikacijski alati u novinarstvu**

**Diana Matić, 0178120706**

Koprivnica, rujan 2024.





# Sveučilište Sjever

**Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo**

**Završni rad br. 300/KOM/2024**

## **Informacijski i komunikacijski alati u novinarstvu**

### **Student**

Diana Matić, 0178120706

### **Mentor**

doc. dr. sc. Đilda Pečarić

Koprivnica, rujan 2024.

# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODIEL	Komunikologija, mediji i novinarstvo		
STUDIJ	Sveučilišni prijediplomski studij Komunikologija, mediji i novinarstvo		
PRISTUPNIK	Diana Matić	MATIČNI BROJ	0178120706
DATUM	25.04.2024.	KOLEGIJ	Informatika
NASLOV RADA	Informacijski i komunikacijski alati u novinarstvu		

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU Information and Communication Tools in Journalism

MENTOR dr. sc. Đilda Pečarić ZVANJE docent

ČLANOVI POVJERENSTVA

- izv. prof. dr. sc. Goran Vojković
- naslovni izv. prof. dr. sc. Željko Krušelj
- doc. dr. sc. Đilda Pečarić
- doc. dr. sc. Ivona Čulo
- 

## Zadatak završnog rada

BROJ 300/KOM/2024

OPIS

Dolaskom nove tehnologije i digitalizacije, društvo se razvija iz dana u dan i ona utječe na cjelokupni rad i život. Svojom modernizacijom i brzim razvojem više nije upitno hoće li se tehnologija koristiti u određenim djelatnostima, već koliko i na koji način. Ovakav brzi razvoj i promjene u društvu pripisuje se korištenjem informacijskom i komunikacijskom tehnologijom (ICT). Informacijska i komunikacijska tehnologija ne bavi se samo prikupljanjem, pohranjivanjem i obrađivanjem podataka na brz i jednostavan način, već nudi i rekretnicu u društvu zahvaljujući čega dolazi do bržeg i lakšeg razvoja u određenim djelatnostima. Zbog ovakvih promjena se sve više suvremeno društvo naziva i informacijskim društvom jer svojim obradama, prijenosom i stvaranju doprinose rastu i produktivnosti društva. Razni oblici i sustavi informacijske i komunikacijske tehnologije koji su dostupni svakodnevno preuzimaju već sada jedan dio posla koji su do sada obavljali ljudi te se predviđaju razni ishodi u djelatnostima, a ono što straši stručnjake je mogućnost da jednoga dana ne samo da neće biti nikakve razlike između ljudske i umjetne inteligencije, nego će ovakva tehnologija postati superiorna. Svrha ovog završnog rada jest dobiti uvid u to kolika je zastupljenost informacijske i komunikacijske tehnologije u području novinarstva, a cilj istraživanja jest analizirati o kojim aplikacijama je točno riječ, koliko i na koji način se oni u novinarstvu koriste te za koje svrhe. U ovom završnom radu koristiti će se metoda ankete. U metodi ankete korišten je anketni upitnik kako bi se sakupili osnovni podaci o ispitanicima te koliko se oni koriste informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, kojim područjem u novinarstvu se bave, koje podatke prikupljaju te mogu li zamisliti budućnost bez nje.

ZADATAK URUČEN

POTPIS MENTORA

SVEUČILIŠTE  
SIEVER

## **Predgovor**

Ovom prilikom želim zahvaliti svojoj majci i bliskim prijateljima. Hvala vam na svemu što ste mi pružili tijekom mog studija i što ste me poticali i bili uz mene kada je bilo najteže.

Željela bih zahvaliti i svima koji su mi pomogli pri izradi ovoga rada, što ste mi pružili savjete, potporu, koji su mi dali ideje da nastavim dalje sa pisanjem.

Zahvaljujem i mentorici doc. dr. sc. Đildi Pečarić na pomoći, motivaciji, idejama i izdvojenom vremenu te podršci.

## Sažetak

Dolaskom nove tehnologije i digitalizacije, društvo se razvija iz dana u dan i ona utječe na cjelokupni rad i život. Svojom modernizacijom i brzim razvojem više nije upitno hoće li se tehnologija koristiti u određenim djelatnostima, već koliko i na koji način. Ovakav brzi razvoj i promjene u društvu pripisuje se korištenjem informacijskom i komunikacijskom tehnologijom (ICT). Informacijska i komunikacijska tehnologija ne bavi se samo prikupljanjem, pohranjivanjem i obrađivanjem podataka na brz i jednostavan način, već nudi i prekretnicu u društvu zahvaljujući čega dolazi do bržeg i lakšeg razvoja u određenim djelatnostima. Zbog ovakvih promjena se sve više suvremeno društvo naziva i informacijskim društvom jer svojim obradama, prijenosom i stvaranju doprinose rastu i produktivnosti društva. Razni oblici i sustavi informacijske i komunikacijske tehnologije koji su dostupni svakodnevno preuzimaju već sada jedan dio posla koji su do sada obavljali ljudi te se predviđaju razni ishodi u djelatnostima, a ono što straši stručnjake je mogućnost da jednoga dana ne samo da neće biti nikakve razlike između ljudske i umjetne inteligencije, nego će ovakva tehnologija postati superiorna.

Svrha ovog završnog rada jest dobiti uvid u to kolika je zastupljenost informacijske i komunikacijske tehnologije u području novinarstva, a cilj istraživanja jest analizirati o kojim aplikacijama je točno riječ, koliko i na koji način se oni u novinarstvu koriste te za koje svrhe. U ovom završnom radu koristiti će se metoda ankete. U metodi ankete korišten je anketni upitnik kako bi se sakupili osnovni podaci o ispitanicima te koliko se oni koriste informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, kojim područjem u novinarstvu se bave, koje podatke prikupljaju te mogu li zamisliti budućnost bez nje.

Ključne riječi: informacijska i komunikacijska tehnologija (ICT), informacijsko društvo, novinarstvo, digitalizacija

## Summary

With the advent of new technology and digitization, society is developing day by day and it affects the whole of work and life. With its modernization and rapid development, the question is no longer whether technology will be used in certain activities, but how much and in what way. This rapid development and change in society is attributed to the use of information and communication technologies (ICT). Information and communication technology is not only about collecting, storing and processing data in a fast and easy way, but also offers a breakthrough in society thanks to faster and easier development which occurs in certain activities. Because of these changes, more and more modern society is also called the information society because its processing, transmission and creation contribute to the growth and productivity of society. The various forms and systems of information and communication technology that are available on a daily basis are already taking over some of the work that has been done by humans and are predicting different outcomes in activities. What frightens experts is the possibility that one day not only will there be no difference between human and artificial intelligence, but that this technology will become superior.

The purpose of this thesis is to gain insight into the representation of information and communication technologies in the field of journalism. The aim of this research is to analyze exactly what applications are, how much and how they are used in journalism and for what purposes. This thesis will use the survey method. The survey method used a survey questionnaire to collect basic data on the respondents and how much they use information and communication technology, what field of journalism they are involved in, what data they collect and whether they can imagine a future without it.

Keywords: information and communication technology (ICT), information society, journalism, digitization



## Popis korištenih kratica

**ICT/IKT** Information and communications technology

Informacijska i komunikacijska tehnologija

**IK alati** Informacijski i komunikacijski alati

**IT** Information technology

Informacijska tehnologija

**IoT** Internet stvari

Internet of things

**AI** Umjetna inteligencija

Artificial Intelligence

# Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT) .....	2
2. 1. Povijest i razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije .....	2
2. 2. Načini prikupljanja informacija .....	5
2. 3. Načini obrade informacija .....	7
2. 4. Distribucija informacija .....	8
2. 5. Informacijski i komunikacijski alati.....	9
3. Informacijski i komunikacijski alati u novinarstvu .....	11
3. 1. Funkcionalnost informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu.....	11
3. 2. Prednost informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu .....	13
3. 3. Nedostaci informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu .....	14
3. 4. Izazovi i etička pitanja .....	15
4. Istraživanje funkcionalnosti informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu: anketni upitnik .....	19
4. 1. Uvod u anketu .....	19
4. 2. Analiza anketnog upitnika .....	19
4. 3. Analiza dobivenih rezultata ankete .....	20
4. 4. Zaključak analize anketnog istraživanja.....	38
5. Etnografsko istraživanje .....	39
5. 1. Uvod u etnografsko istraživanje.....	39
5. 2. Analiza (opažanje).....	39
5. 3. Zaključak etnografskog istraživanja.....	49
6. Zaključak .....	50
7. Literatura .....	53
8. Popis slika.....	56
9. Popis tablica .....	57



# 1. Uvod

Zahvaljujući razvoju tehnologije došlo se do mogućnosti razmjenjivanja informacija na razne načine i to puno brže. Informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT) stvorila je društvo u kojem je njegova primjena učestala i više se ne može zamisliti razvoj nekih struka bez nje. Zbog upotrebe i primijene informacijske i komunikacijske tehnologije specifično u novinarstvu, događaji u stvarnom vremenu mogu se puno više prenositi među ljudima što uvelike utječe na splet nekih okolnosti. Uska je poveznica između informacijske i komunikacijske tehnologije sa novinarstvom, te je jako zanimljiva ovisnost jedni o drugima.

Ova tehnologija i alati koji dolaze uz nju potiču društvo na stvaranje određene ovisnosti o njima, a da toga možda i nisu svjesni u tom trenutku. Pojedinci prilagođavaju svoj vlastiti život pa čak i obaveze prema onim mogućnostima koje im određeni alati u obavljanju djelatnosti mogu pružiti, bilo da je riječ o vremenskom ograničenju ili čak izvršavanju nekog zadatka. Što se samog novinarstva tiče, prikupljanja i obrađivanja podataka preko informacijske i komunikacijske tehnologije može biti jednostavan posao ali sa sobom donosi mnogo prepreka. Najčešća pitanja koja se godinama postavljaju pojavim novijih alata i razvojem tehnologije, jesu: može li ona zamijeniti čovjeka u svome radu? da li će pojavom još suvremenije tehnologije novinarstvo kao struka odumrijeti? I sl. Odgovori na ta pitanja još uvijek se u potpunosti ne mogu dati ali se može sa sigurnošću reći kako novinari pokušavaju ići korak uz korak sa razvojem tehnologije i iskoristiti maksimalno sve alate koji im se nude. S druge strane, postavlja se niz etičkih pitanja vezano za korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije u novinarstvu poput: odnos morala, etičkih pitanja i tehnologije? Novinari moraju biti spremni na to da se uz sve prednosti koje dolaze sa pojavom novijih alata, donosi i niz nedostataka koji su teži od onih do prije nekoliko godina, upravo zbog brzine i jačine samog razvoja. Moraju biti spremni da se naviknu na nešto novo i nepoznato, spremni naučiti i primjenjivati to u svojoj struci i na kraju svega objektivno prenijeti sve javnosti.

Predmet rada jest istražiti razvoj i utjecaj informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT) općenito i na novinarstvo. Zatim, prikazati informacijske i komunikacijske alate kojima se novinari koriste u svojoj struci i koji su glavne prednosti, a što nedostaci.

Osim toga, cilj je rada istražiti mišljenje o tome koliko točno informacijska i komunikacijska tehnologija i alati utječu na novinarstvo. Uz teorijski dio rada, prikazano je i istraživanje na odabranoj populaciji, gdje sam nastojala identificirati mišljenja ispitanika i njihove stavove o informacijskoj i komunikacijskoj tehnologiji te kako će ona utjecati na budućnost same struke.

## **2. Informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT)**

Kako se današnji svijet razvija sve više u smjeru tehnologije, bilo je pitanje vremena kada će primjena informacijske i komunikacijske tehnologije (dalje: IKT) postati navika skoro svakog pojedinca u obavljanju određenih djelatnosti bilo kojeg sektora. Razvoj ove tehnologije doveo je do stvaranja određenog društva u kojem njegova primjena više nije iznenađujuća već je iznenađujuće ako netko ne zna što je ona. (Informacijska i komunikacijska tehnologija)

Pojam IKT označava svu tehnologiju pomoću koje se prikupljaju, pohranjuju, obrađuju, prenose i upravljaju informacije. Tehnologija i alati koji se koriste za ove svrhe kao što su: računala, mreže, softveri i slično. (Informacijska i komunikacijska tehnologija)

Nadalje, u ovom poglavlju će se detaljno objasniti povijest i razvoj IKT-a. Zatim, bit će navedeni njezini načini prikupljanja i obrade podataka te kako funkcionira distribucija informacija. Na kraju poglavlja bit će navedeni informacijski i komunikacijski alati (dalje: IK alati) zajedno sa njihovim opisima i načinima primjene i za što oni točno služe.

### **2. 1. Povijest i razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije**

Razvoj IKT-a poput Interneta, društvenih mreža (Instagram, YouTube, Facebook...) dovela je do stvaranja novog građanskog društva koje se čak i naziva „građanima Interneta“ jer da toga nema, društvo vjerojatno ne bi opstalo i vratilo bi se puno koraka unatrag. Svejedno, mediji i tehnologija i njihov snažan razvoj nisu utjecali sami po sebi na razvoj demokratskog ili slobodnijeg društva već su to sve učinile aktivnosti građana koji su preko IKT-a sebi pomagali. (Plenković 2012: 109)

Otkrićem telegrafa, telefona, radija, filma i televizije u prvoj polovici 20. stoljeća rezultiralo je još većim mogućnostima. Najveći procvat i primjenu IKT-a doživjelo se nakon Drugog svjetskog rata kada su se računala počela pojavljivati na tržištima nakon što su godinama bila čuvana kao vojna tajna. Upravo to dovelo je do novog načina dobivanja informacija što je ljudima bilo nepoznato ali i zanimljivo. (Informacijska i komunikacijska tehnologija)



*Slika 1 Povijesni prikaz razvoja ICT-a*

U isto doba kada se računalo pojavilo na tržištima, razvio se i tranzistor pri čemu je razvoj tehnologije omogućio osnivanje nove grane koja se naziva mikroelektronika. Kako se mikroelektronika razvila nije trebalo dugo da se razvije i područje telekomunikacija. Prije je bilo puno teže prenositi informaciju, dugo se čekalo na odgovor ili slanje poruka, pojavom IKT-a znatno se olakšao ovaj proces, a računala koja su se povezala u jedinstvenu računalnu mrežu, odnosno Internet, doživjela su još jedan veliki procvat. (Informacijska i komunikacijska tehnologija)

IKT jedna je od najsnažnijih generičkih tehnologija u današnje vrijeme. Ona čini podlogu za kreativno korištenje znanja i navika koja su se stekla kroz godine. Kada se pravilno upotrijebi znanje i korištenje IKT-a, dobiva se noviji naziv pa tako umjesto naziva informacijsko društvo, dolazi do upotrebe naziva društvo znanja. Uspješno djelovanje u ovom društvu zahtijeva od svakoga da obnavlja i bude spreman na proširenje svoga znanja jer utjecaj ove tehnologije na sami

razvitak društva nosi puno veći značaj od onoga iz prošlosti. Kada se u današnje vrijeme koristi ova tehnologija još uvijek se vidi kako je to početna faza razdoblja sveprisutne tehnologije i alata koja je pred svima. (Nadrljanski 2007: 534)

U vrlo kratkom razdoblju računala su se razvila i postala su sastavni dio života pa je tako i sama činjenica da je ova tehnologija nedavno razvijena, lako zaboravljiva. Prva digitalna računala izumljena su tek prije otprilike osam desetljeća i od svojih samih početaka mnogi stručnjaci i znanstvenici pokušavaju strojeve učiniti inteligentnima kako bi ljudima olakšali poslove. Sposobnosti i mogućnosti IKT-a znatno se razvila kroz godine te se sada njihov potencijal prepoznaje čak i u poboljšavanju jezika i slika, a to je tek početak. (The brief history of artificial intelligence: the world has changed fast — what might be next?)

Popularizacija i sve češća upotreba interneta dovela je do veće uporabe naziva informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT) jer se ona koristi i u svrhe komuniciranja, pa iz tog razloga informacijska tehnologija (IT) postaje IKT. (Informacijska i komunikacijska tehnologija)

Kroz stoljeća se događala i još uvijek se događa stalna revolucija tehnologije primjenom drugačijih uređaja i privikavanjem na njihove usluge, od prvih koraka u razvoju IKT-a koja je započela izumom mehaničkih uređaja pa sve do umjetne inteligencije koja se danas razvija iz dana u dan i nije više upitno hoće li se koristiti niti koliko. Ovakve revolucionarne promjene utječu snažno na život, rad i međusobnu komunikaciju jer ne nudi samo brzinu prijenosa informacija već i puno veću količinu znanja s kojim se raspolaže. (Plenković 2012: 109)

Mnogi stručnjaci shvaćaju kako se ovakve revolucije još uvijek događaju i traju te kako se IKT mora razvijati u pravcu komunikacijskih, medijskih i tehnoloških mogućnosti društva kako bi imali koristi od njih. Naravno, mediji i tehnologija razvijaju se prema tehnološkim zakonitostima koje se ne smiju zanemariti jer su oni uvijek u funkciji ljudskog stvaralaštva i njihovih ideja. Svaka generacija donijela je svoj tehnološki razvoj i pridonijela je novim mogućnostima u IKT-u . (Plenković 2012: 109)

Novi IKT koji se razvio u suvremenom društvu pruža neograničeno korištenje svih tehnoloških usluga u bilo koje svrhe. Donosi razne prednosti u novinarstvu kao što su : u mnoštvo novih prilika na radiju, na televiziji i u tisku gdje nema više prepreka i nemogućnosti kao prije, brzina prijenosa i primanja informacija koja je na početku bila vrlo spora i predstavljala je problem, a sada bilježi neočekivanu brzinu o kojoj se prije moglo samo maštati. (Plenković 2012: 109)

## 2. 2. Načini prikupljanja informacija

Zbog sve bržeg razvoja IKT-a njezini načini za prikupljanje informacija i podataka postali su još lakši. Razne aplikacije omogućuju puno brže, lakše i preciznije prikupljanje i provjeravanje onoga što se pronašlo. Ovakav način prikupljanja podataka iz različitih izvora pomaže u daljnjim poslovnim odlukama, obrazovanju, prenošenju informacija i razvoju društva općenito. (Smiljčić, Livaja i Acalin 2017: 157)

Nudi se niz različitih aplikacija koje pomažu u prikupljanju informacija za razne svrhe, a neki od ključnih su: online ankete/upitnici, društvene mreže i analitike web portala, web scraping, razne aplikacije na mobilnim uređajima, Internet of Things (dalje; IoT), Big Data, Cloud, telekomunikacija i video konferencije, digitalne baze podataka i online knjižnice, CRM sustavi, sustavi za učenje poput LMS-a i LCMS-a i slično. (Smiljčić, Livaja i Acalin 2017: 163)

Online ankete i upitnici metode su za prikupljanje podataka na temelju ispitivanja. Prikupljaju se, bilježe i analiziraju informacije o određenom predmetu koji se statističkim metodama obrađuju. Ovo su načini prikupljanja informacija za koje se danas koristi IKT kako bi se saznali motivi, svijest i mišljenje o određenoj temi. (Razlika između ankete i upitnika)

Društvene mreže i analitike web portala nude jako velike i brze mogućnosti za prikupljanje podataka o preferencijama korisnika. Neki od alata koji se za ovo nude su: Hootsuite, Brandwatch i Sprout Social. (Sprout Social Vs. Hootsuite (2024 Comparison))

Na društvenim mrežama se često korisnici susreću sa jako velikom količinom podataka koja se može prikupiti pomoću IKT-a. U nekim slučajevima to može biti i opasno budući da bi se prikupljeni podaci mogli zlouporabiti ukoliko dođu u krive ruke, zbog toga bi bilo najbolje da korisnici to samo zanemare ili prijave jer to najčešće može korisnike dovesti još i do: dezinformiranja, lakog sadržaja („žutog“ tiska ili clickbait-a), cyberbullying-a i slično. (Dragičević Prtenjača, Zagorec 2023: 57)

Što se dalje tiče društvenih mreža, analitika i slično u to spada i monitoring koji rade influenceri. Prvo, tko su influenceri? To su osobe koje imaju snažan utjecaj na druge ljude preko svojih društvenih mreža, te sa marketinškog aspekta imaju jako veliku moć djelovanja. Ono što rade određeni influenceri kojima su društvene mreže izvori zarade naziva se monitoring, odnosno analiziranje sadržaja, pratitelja i sl. preko raznih alata. Svrha korištenja ovog alata nalazi se u tome kako bi vidjeli svoje statističke podatke o broju sadržaja koji se njihovim pratiteljima više svidio i za koje razdoblje pa tako mogu obavijestiti određene tvrtke, promovirati ih i pomoći im u poslovanju jer predstavljaju njihove proizvode. (Što su influenceri i što sve trebate znati o njima)



Ovakvim načinom koriste se i razni web portali preko analitika gdje prikupljaju podatke o interakcijama, trendovima na raznim platformama, ono što korisnici trenutno više vole, a što manje. Ovakav način je omogućio nekim web portalima ili pojedincima jako veliki razvoj u karijeri i poslovanju jer ne samo da nudi veću brzinu provjeravanja onoga što korisnici žele vidjeti, vole ili ne vole, već mogu i velikom brzinom popraviti te sadržaje kako ne bi izgubili pratitelje ili korisnike. (Sprout Social Vs. Hootsuite (2024 Comparison))

Automatska metoda za dobivanje veće količine podataka sa nekih web stranica kako bi se mogli koristiti u različitim aplikacijama zove se Web scrapping. Najčešći alati koji se koriste su: BeautifulSoup, Scrapy i Octoparse. Ovu metodu najčešće koriste veće web stranice poput Googlea, Twittera, Facebooka. (What is Web Scraping and How to Use It?)

Aplikacije koje na mobilnim uređajima omogućuje korisnicima da preko svojih pametnih telefona prikupe podatke na što brži način u sve većoj su uporabi. Ove vrste aplikacija se najčešće koriste za pomoći pri pretraživanju lokacije (putem GPS-a), pronalazak nekih kafića ili dućana, pronalaženje informacija o nekim osobama i dr.

IoT su pametni objekti koji svim pametnim uređajima i tehnologiji omogućuju međusobnu komunikaciju i povezanost kako bi brže razmjenjivali i prikupljali podatke. Isto tako mogu obavljati različite zadatke koji se odnose na upravljanje obrascima, upravljanje strojevima, praćenje zaliha i podataka vezanih uz to. IoT ima jako velike mogućnosti i prednosti koje pomažu korisnicima bržem prikupljanju podataka. (What is the Internet of Things (IoT)?)

Big Data analitika analizira velike količine strukturiranih i ne strukturiranih podataka u realnom vremenu. Prije su se analizirali samo strukturirani podaci koji su se nalazili u bazama podataka, a velika količina nestrukturiranih tj. tekstualnih podataka nije bila računalno obrađivana. S analitikom Big Data, uz strukturirane podatke analiziraju se i nestrukturirani podaci. Kako se suvremeno društvo razvilo na način da je brzina obrade i prikupljanje podataka postala jako važna za opstanak, kapaciteti pohranjivanja također ne smiju biti zanemareni i moraju predstavljati oslonac za IKT koja se u tom pravcu razvija. Dakle, Big Data osigurava da su obrađene informacije svima dostupni u različitim oblicima i na različitim mjestima. (Što je to zapravo Big Data i gdje se primjenjuje?)

Ostali načini korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije o kojima se ne govori toliko često ali svedeno imaju snažan učinak, nalazi se u dugotrajnim pohranama podataka koji se prikupljaju, lakšim i bržim pristupima sastancima na koja se ne bi stizalo u stvarnom svijetu zbog obaveza i boljeg razumijevanja onoga što klijenti žele.

Primjerice, najpoznatiji i onaj koji svi koriste jest Cloud za pohranu prikupljenih podataka. Aplikacije koje su besplatne i svi ih mogu koristiti su: Google Drive, Dropbox i Microsoft OneDrive za lakši pristup dokumentima i snalaženje. Telekomunikacije i video konferencije koje služe za prikupljanje podataka putem online sastanaka ili nekih live streaming platformi koji se ostvaruju preko: Zoom-a, Microsoft Teams, Skypea, YouTube live-a, Facebook Live-a i sl. Digitalne baze podataka i online knjižnice koje se odnose na prikupljanje podataka preko akademskih baza podataka, primjerice: JSTOR, digitalni repozitorij i sl. Posljednje, E-commerce i CRM sustavi koji služe za upravljanje odnosa sa klijentima i dobri su za prodajni sektor, upoznavanje i bolje snalaženje sa klijentima i kupcima te davanju informacija i prikupljanja istih vezanih uz prodaju. U ovo spadaju aplikacije poput: Salesforce, HubSpot i Zoho i mnogi drugi. (20 Best Ecommerce CRMs Reviewed for 2024)

### **2. 3. Načini obrade informacija**

Nakon što se prikupe podaci iz raznih baza, web stranica ili ostalih resursa, pohranjuju se na tvrde diskove ili druge uređaje za pohranjivanje informacija. To su često jako veliki podaci i informacije kojima treba napredna analitika sa složenim aplikacijama kako bi se sve točno analiziralo. Kada se ovo provodi kroz razne softvere i sustave svakako se poboljšava poslovanje određene firme, pomaže pri donošenju boljih i novih odluka i razvija sveukupno društvo. Četiri su velika koraka pri obradi informacija preko IKT-a , a to su: prikupljanje podataka iz različitih izvora (koji su u prethodnom poglavlju detaljno navedeni i objašnjeni), priprema i obrađivanje u tzv. „podatkovnom jezeru“, čišćenje, te analiza. Čišćenjem se kvaliteta poboljšava i to se često radi pomoću alata za skriptiranje ili softver za kvalitetu podataka, analiza se provodi pomoću analitičkog softvera što uključuje niz alata kao što su: rudarenje podataka, umjetna inteligencija (dalje: AI), strojno učenje i sl. (Big data analytics)

Što se tiče obrade drugačijih podataka ona se nalazi u samom sustavu računala. RAM memorija je memorija koja se koristi za pohranu podataka čija je obrada tek u tijeku, Windowsi koji nude stabilnost i višezadaćnu obradu podataka, multimedija koja obrađuje tekst, grafike, zvukove, animacije, softverski alati poput: sustavskih softvera, OCR programa i dr. (Nadrljanski, 2007: 73, 83, 88, 165)

Količina podataka i informacija kojima se raspolaže u ovo doba je ogromno, a za njegov razvoj potrebno je poznavanje određene metode i alata pomoću kojih se može olakšat njihovo prikupljanje i sama obrada kako bi se uštedilo vrijeme, a i novac. Držanje koraka sa IKT-om i njegovim alatima ključna je stvar u razvoju digitalnog društva.

## **2. 4. Distribucija informacija**

Distribucija informacija vrši se svakodnevno, kako na tržištu, tako i preko Interneta i to na jako brz i efikasan način. IKT pomaže pri bržem načinu distribucije informacija putem mreže tako da se uključuju u pojedinu bazu podataka pa time predstavljaju kanale kojima se proširuje samo tržište i prikupljanje informacija. (Mecanović 1991: 131)

Preko raznih platforma i metoda kojima se koristi ova tehnologija za distribuciji informacija, omogućuje se brže i efikasnije korištenje istih na globalnoj razini. Postoji nekoliko načina distribuiranja informacija putem IKT-a koji su poznati diljem svijeta i svakodnevno se koriste pa će se njihova namjena iz tog razloga ovdje detaljnije objasniti. (Mecanović 1991: 131)

Osnovni načini distribuiranja informacija jesu preko različitih web portala, stranica, foruma, blogova ili aplikacija koji se često koriste za socijalizaciju. Distribucija informacija koje su se prikupile vrši se na mnoge načine. Primjerice, putem štampe ona se vrši dnevno, audiovizualna sredstva vrše se emitiranjem u prostor svog signala, informatičke mreže uključuju pojedinca u bazu podataka i sl. Kada je veća zastupljenost kanala distribucije informacija odmah se i proširuje tržište informacija i povećava njihova globalna povezanost što je najveća prednost kod upotrebe IKT-a. (Mecanović 1991, 140)

IK alati za distribuciju informacija pojedincima nudi bitne stvari iz lokalne sredine ili na globalnoj razini. Primjerice, nešto što se događa u njihovoj lokalnoj zajednici, vijesti vezane uz državu i stanje društva te edukativne informacije. Postoje još i razni portali koji nude relevantan sadržaj svojim korisnicima i skraćuju vrijeme pretrage za određenim informacijama. Poznate web stranice, odnosno aplikacije kojima se korisnici služe za distribuciju informacija jesu: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube, Vimeo i sl. Ove aplikacije omogućuje povezivanje sa ostalim ljudima. Prikupljaju se osnovni podaci, preferencije, dijele se slike i videozapisi, komentira se i time se na puno brži način prikazuje i sav ostali vizualni sadržaj. Aplikacije koje se koriste u svrhe međusobnog socijaliziranja i svi ih vjerojatno imaju ili su ih nekada koristili su: Whatsapp, Viber, Messenger, Instagram i mnoge druge te su se pokazali vjerodostojnima i

praktičnim za komunikacije na daljinu i distribuciju informacija u slučaju da netko nešto prije sazna ili ne može pronaći pa im to druga osoba prenosi putem ovih aplikacija. (Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija (ik u poduzećima u 2021.)

Za distribuciju informacija koji su predviđeni za javljanje o određenim novostima vezanih za preferencije korisnika, koriste se newsletteri i email-ovi koji su usredotočeni na slanje ponuda, popusta i ostalih promotivnih materijala nekih poduzeća.

Bitnije informacije koje se tiču nekakvog poduzeća, poslovni sadržaj ili bilo što što je vezano za ovo područje (tvrtke, obrazovne ustanove, posao i slično) distribuirat će se preko videokonferencija, a besplatne aplikacije koje koristimo u tu svrhu su: Zoom, Google Meet, Teams i dr. Korisnici se njima koriste zbog bržeg načina i interakcije koju nude. Ne samo što distribuiraju informacije na brži i jednostavniji način, već i omogućavaju puno širi globalni doseg zbog čega će se kvaliteta samog sadržaja i informacija povećati. Postoje i razne timske platforme kako bi se distribucija olakšala, a najpoznatija aplikacija za to je Microsoft Teams. (Smiljčić, Livaja i Acalin 2017: 166)

Ostale aplikacije koje nisu toliko uobičajene ali su također jako korisne vezane su najčešće uz elektroničke dokumente, PDF-ove koji se mogu pretraživati preko različitih internetskih preglednika a korisne su za dobivanje novih informacija i istraživanja bilo da se nalaze u znanstvenim radovima, stručnim radovima i sl. Koriste se još i e-knjižnice kako bi se lakše i brže došlo do knjiga, časopisa ili nekakvih izdanja koja se ne mogu pronaći u gradskim knjižnicama ili im je pristup ograničen.

Nakon svih navedenih načina i mogućnosti koje nude ove aplikacije može se zaključiti kako razvojem IK alata ono pridonosi lakšem i bržem prijenosu informacija u stvarnom vremenu što je nekada otežavalo stvari u određenim djelatnostima ili obrazovanju. Dogodile su se bitne promjene pa tako i tehničke koje svoje uporište pronalazi u elektronici i razvoju ljudskih djelatnosti na temelju toga. (Mecanović 1991: 142)

## **2. 5. Informacijski i komunikacijski alati**

IKT uključuje kako informacijsku tehnologiju, tako i komunikacijsku, poput telefona, radija, televizora i slično. Zbog toga su i sami alati rasprostranjeni i mnogobrojni te olakšavaju i pojednostavljuju komunikaciju. Upotreba različitih alata ovisi o specifičnim potrebama i željama pa je jako bitno da se oni s obzirom na svoju namjenu jako dobro izaberu. Neki od alata su sljedeći: računalna oprema (hardware) i neopipljivi dijelovi računala (softver) koji šire i pohranjuju

informacije, infrastruktura koja pomaže u samoj komunikaciji hardverskih uređaja, protokoli i razna sučelja, alati za zaštitu informacija i osiguravanja IKT sustava, standardi za zaštitu podataka, politike upravljanja i naravno, radnici koji svojim sposobnostima i znanjima daju potporu IKT-u. (Information and Communication Technology (ICT))

Kada bi se specifično definirali IK alati to jesu različiti tehnološki resursi koji omogućuju lakšu razmjenu i sporazumijevanje preko tehnologije i zadovoljavanje tih određenih potreba i ciljeva koji se žele postići njihovom primjenom, a u nju se ubrajaju: Internet (razne web stranice, blogovi, email i dr.), tehnologije za emitiranje uživo (radio, televizija, web prijenosi i dr.), snimke (podcast, uređaji za pohranjivanje tih snimaka), mobiteli, računala, hardverski i softverski alati, mrežne opreme koje pomažu pri spajanju na Internet, aplikacije za produktivnost (u obrazovanju ili na poslu), različiti alati za komunikaciju, suradnju ili upravljanje podacima, mrežni i komunikacijski alati (Wi-Fi, Chrome, Safari, mobilne mreže i dr.) i još mnogi drugi. (Smiljčić, Livaja i Acalin 2017: 167)

Ova tehnologija ima još i specifične alate unutar sebe koji se koriste za različite svrhe (obrazovanje, komunikaciju, pisanje tekstova, razmjenu medija, alati za multimediju i slično), pa tako postoje: Zoom, Office 365, Cisco, Skype, PowerPoint, Prezi, Google Disk, Dropbox, Slideshare, Word, Excel, Google Forms, Wizer, LearningApps, Java, Photoshop, Canva i dr.

### **3. Informacijski i komunikacijski alati u novinarstvu**

Sve veća upotreba tehnologije i različitih alata u novinarstvu kroz godine mijenjaju način prezentiranja informacija javnosti. Iako je cijeli medijski prostor predviđen za beskonačne napretke potaknute IKT-om i njezinim alatima još uvijek se nailazi na razne prepreke. Primjerice, tradicionalne medijske kuće i mediji koji još uvijek ne mogu prihvatiti ili ne žele prihvatiti ovakvu tehnologiju, suočeni su sa bankrotima, težim pristupom informacija, zaostajanjem za konkurencijom ili čak samouništenjem. Alati i mogućnosti koji se nude glavna su sredstva kojima se ostvaruje moć, pokreće snaga medija i zbog čega se događaju dramatične i brze promjene. (Grmuša i Prelog 2020: 131)

Mediji su dolaskom i razvojem tehnologije dobili svoju prednost u interaktivnosti, dvosmjernoj komunikaciji, brzini, kvaliteti, a i načinu izvještavanja i prikupljanja informacija. Različite teme i informacije postale su dostupnije široj publici i puno lakše za razumijevanje. Alati koji u ovome pomažu unaprijedili su novinarsku struku i omogućile učinkovitiji utjecaj na javnost. (Grmuša i Prelog 2020: 131)

Neki od IK alata koji se koriste u novinarstvu, a tiču se primjene informacijskih i komunikacijskih alata, točnije AI-a dijele se na one za pisanje: Lex.page, Copy.ai, za uređivanje: DeepL Write, Quillbot Paraphraser, WordTune Spices, ChatGPT i dr. (AI Tools for Journalists)

Primjena ovih alata i mnogih drugih za različite funkcije novinarima u struci olakšava prenošenje vijesti i članaka javnosti, a isto tako može i otežati o čemu će se više pisati nadalje u poglavljima.

U sljedećim poglavljima će se objasniti funkcionalnost IK alata koji se koriste u novinarstvu, njihovi nedostaci kao i prednost te će se na kraju navesti izazovi i etička pitanja na koja ova struka nailazi prilikom upotrebe ovih alata te kako će se novinarstvo razvijati u budućnosti njihovom primjenom.

#### **3. 1. Funkcionalnost informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu**

Alati koji pomažu u novinarskoj struci za lakše prikupljanje i obrađivanje podataka i informacija poprilično su slična kao i oni navedeni gore pa je tako i sama funkcionalnost slična.

Dijele se na alate koji služe za prikupljanje podataka i informacija, alati za obrađivanje i analizu istih, alati za pisanje članaka i uređivanje, alati za multimediju, alati za distribuciju informacija i

objavljivanje članaka, alati za komunikaciju unutar redakcije te sa čitateljima/gledateljima/slušateljima i alati za sigurnost podataka i još mnogi drugi koji nisu toliko često korišteni. (Kako koristiti umjetnu inteligenciju u novinarstvu?)

Onaj alat koji najviše utječe na novinarsku struku jest AI koji preko svojih usluga mijenja cijelu strukturu i pristup u novinarstvu iz dana u dan. Korištenje ovog alata transformirao je u potpunosti način prikupljanja informacija, obrađivanje, prenošenje i na kraju konzumiranje tog sadržaja. Naravno, pored ovakvih revolucionarnih promjena ipak je donio i probleme. Određeni novinari tumače kako će AI i razvoj tehnologije zamijeniti čovjeka i njegov rad, pogotovo novinara u njegovoj struci. Zbog toga se postavlja prvo pitanje: može li ono zamijeniti čovjeka i može li se njegov rad smatrati autorskim djelom? Primjerice, kada ChatGPT pretvori jednu rečenicu ili pitanje u cijeli rad tko je onda vlasnik tog teksta? Ne navode se neki izvori, ne citira se. Ovdje se dolazi do jako velike problematike s kojom se novinari suočavaju puno više nego ljudi kojima tehnologija ne ugrožava u tolikoj mjeri struku. Prvo pitanje se zbog toga još može postaviti i ovako: može li djelovanje IKT-a i njezin sami razvoj narušiti autorsko pravo drugih ljudi? Novinara? (Kako koristiti umjetnu inteligenciju u novinarstvu?)

O ovoj tehnologiji može se puno pronaći tako da se može i naglasiti jedno važno mišljenje autora Stuarda Russela koji je ujedno i cijenjen stručnjak za umjetnu inteligenciju koji je u svojoj knjizi „Kao čovjek“, objavljenoj 2019., naglasio opasnosti i izazove koji nas čekaju sa AI-om: „Kako bismo dobili bar mali uvid u moć vatre s kojom se igramo, uzmimo za primjer algoritme za odabir sadržaja na društvenim medijima. To nisu osobito inteligentni programi, no u stanju su utjecati na čitav svijet jer izravno utječu a milijarde ljudi. Ti su algoritmi tipično dizajnirani s ciljem da maksimiziraju vjerojatnost da će korisnik kliknuti na ponuđene članke. Rješenje je jednostavno, korisnicima nuditi članke koje će rado kliknuti, zar ne? Ne. Rješenje je promijeniti korisničke preferencije kako bi postali predvidljiviji. Predvidljivim korisnicima mogu se nuditi članci na koje će vjerojatno kliknuti i time dodatno povećati zaradu. Poput svakog razumnog entiteta, algoritam nastoji naučiti kako može prilagoditi svoj okoliš – u ovom slučaju ljudski um – kako bi iz njega izvukao najveću moguću korist” (Russell 2022: 17).

Nije tajna niti iznenađenje kako je upravo novinarska struka jedna od najugroženijih što se tiče gubitka posla zbog velikog razvoja tehnologije, ali ju isto tako korištenje određenih alata razvija.

Prikupljajući odgovore na svoja anketna pitanja dobio se uvid u korištenje različitih IK alata u novinarstvu, a neki od njih su: WordPress, Webmail, E-mail klijent Thunderbird, Excel, Google Alerts, photoshop, radio boss, InDesign, fotobaze, Canva, ChatGPT, Da Vinci, Sofascore, Radio-Assist 8.2.191 i dr. Više o tome u poglavlju koje donosi analizu ankete.

Svi ovi alati služe raznim svrhama kao što su: prikupljanje informacija preko Interneta, selektiranje sadržaja, vođenje intervjua i analiziranje odgovora, oblikovanje teksta i pretvaranje u članke, objavljivanje i sl. Također su neki mediji, pogotovo oni koji se bave širenjem informacija u velikim količinama, jako potreseni i u strahu zbog novih mogućnosti osmišljavanja i širenja informacija pomoću IK alata.

### **3. 2. Prednost informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu**

Neke od prednosti IK alata u novinarstvu jesu: sužavanje fizičke udaljenosti, olakšavanje pristupa informacijama, puno veća brzina komunikacije, okruženje bez papira i gubljenja vremena na tome, povećanje produktivnosti, brže izvještavanje o događajima, povećana interaktivnost, razvoj istraživačkog novinarstva, globalni doseg, veća sigurnost privatnosti i informacija i sl.

Dijeljenje informacija uz gore navedene načine nikada nije bila lakša. U današnje vrijeme se informacije mogu dobiti i širiti bilo kada i bilo gdje pa je upravo to jedna od ključnih prednosti IK alata s obzirom kako je to prije bilo puno teže dok se određeni alati nisu razvili. Informacije koje su jako važne za širu javnost poput nekakvih vijesti o nesrećama ili bitnim događajima uz naprednu tehnologiju i alate puno brže dolaze do javnosti i mogu se dijeliti kako bi se izbjegla nekakva veća šteta. U novinarstvu se informacije i vijesti dijele preko e-maila, televizije, radija, web portala te putem raznih objava i time se trude održati kontakt kao i nekakav red među ljudima. Isto tako, postoje forumi i komentari preko kojih ljudi vode diskusije preko Interneta te se često raspravljaju o određenim temama i time povećavaju svijest o kulturi, religiji, načinu života i sl. Ovi brzi načini razmjene informacija omogućavaju stvaranje okruženja koje puno više prihvaća i spremno je na promijene koje dolaze što je upravo i cilj razvoja IKT-a. (Bosamia 2013: 4)

Što se specifično tiče istraživačkog novinarstva, različiti alati nude brže i preciznije odgovore na određene teme pa tako primjerice, dok bi se prije dogodio nekakav skandal ili nesreća, istraživački novinar bi puno više vremena potrošio istražujući razne izvore, kontaktiranje tih izvora, prikupljanje informacija o događaju, nego sada. Globalni doseg i međusobna povezanost omogućilo je razvoj samog novinarstva pa tako i istraživačkog zbog bolje kvalitete informiranja i prikupljanje podataka.

Preko 50% ljudi u današnjem svijetu koriste se svojim pametnim telefonima, računalima, tabletima i sl. tako da IKT i IK alati usmjeravaju novinarstvo na koji način da se razvija zbog



lakšeg snalaženje i većoj dostupnosti informacija. Pored pozitivnih strana, kao i kod svega, postoje i negativne koje će utjecati na cjelokupnu sliku svih alata i njihove svrhe. (Bosamia 2013: 4 )

### **3. 3. Nedostaci informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu**

Uvijek u svemu s jedne strane postoje pozitivni učinci, a s druge negativni. U ovom slučaju moglo bi se reći kako u novinarstvu prevladavaju pozitivne strane IKT-a jer se novinari jako dobro prilagođavaju i pokušavaju maksimalno iskoristiti ono što im se stavlja na put.

Ono što bi se moglo navesti kao negativni učinci, odnosno nedostaci, bili bi primjerice: smanjena interakcija uživo licem u lice, prekid veze sa društvom odnosno izvorima i veliko oslanjanje samo na tehnologiju, loše korištenje IKT-a odnosno, ne iskorištavanje maksimalnog potencijala, gubitak posla/preuzimanje AI-a u novinarskoj struci, gubitak privatnosti i mnogi drugi. (Je li umjetna inteligencija opasnost za novinarska autorska prava?)

Najveći problem i nedostatak u novinarstvu što se tiče korištenje informacijskih i komunikacijskih alata jest zamjenjivanje novinara u njegovom poslu. Nedvojbeno je za zaključiti kako će tehnologija možda zamijeniti sve poslove kojima se čovjek bavi, a kamoli novinarstvo. Vjerojatno se najviše o tome misli upravo zbog toga kako novinari na „nižim razinama“ pišu jako loše, generički, nekreativno i u većini slučajeva samo prenose vijesti od nekih novinskih agencija ili kopiraju sa drugih stranica, dakle oni rade upravo sve ono što može raditi i ChatGPT ili netko tko se čak i ne bavi novinarstvom i to na možda ponekad i „bolji način“. Ovdje se odmah može postaviti pitanje vezano za pouzdanost svih alata kojima se novinari koriste, a osobito ono vezano za točnost. IK alati temelje se na strojnom učenju i naravno mogu iznositi nekakve netočne informacije i podatke koje bi inače novinar u stvarnom svijetu mogao provjeriti. Tekstovi ili informacije koje se prikupljaju preko njih često nisu vjerodostojni i ne može se u potpunosti vjerovati onome što se dobije, primjerice ChatGPT-a koji je u današnje vrijeme još uvijek kao nekakva meta ismijavanja jer proizvodi tekstove koji nemaju nikakav relevantan izvor ili stvara gomilu teksta od milijardi podataka koji nisu niti povezani.

IKT-u i IK alatima nedostaju ljudske note odnosno emocionalne nijanse u tekstualnom izražavanju i to je ono što čini razliku kod novinara i AI-a ili nekog softvera i baze. Korištenje raznih alata donosi određene izazove u novinarstvu koji nisu uvijek pozitivni. Zahtijevaju veliku količinu prilagodbe kako bi mogli prikupljati, obrađivati i stvarati sadržaj, a ova prilagodba u mnogim slučajevima znači puno veće obrazovanje i stvaranje novih vještina koje do sada nisu

imali. Pred novinarima se u ovom slučaju uz razvijeniji IKT postavlja i niz etičkih pitanja i traži se njihova odgovornost u korištenju svih alata. (Je li umjetna inteligencija opasnost za novinarska autorska prava?)

Novinari moraju biti svjesni kako uz pomoć svih alata koji su im dostupni svejedno moraju provjeravati točnost i pouzdanost tekstova koje generiraju uz njihovu pomoć. Ne smije im se dogoditi situacije kada urednik ili drugi novinari u redakciji moraju intervenirati zbog njihovog manjka „obrazovanja“ ili manjka pažnje jer su se previše pouzdali u ChatGPT ili neke druge alate kojima si samo mogu malo pomoći. Svi navedeni alati i sustavi služe za potpuno drugu svrhu - pomaganje, primjećivanje pogrešaka, osiguravanje dosljednosti, a posao novinara je u svemu tome da ne izgubi svoj smisao i održi „ljudski aspekt“ u svojim novinarskim sadržajima i da bude objektivan, jer je upravo to najveći nedostatak pri korištenju IK alata. Pridavanje jako velike razine povjerenja u nešto što bi samo trebalo olakšati dio puta veliki je problem s kojim se susreću ne samo novinari, već i društvo u cjelini. Dakle, korištenje ovih alata donosi određene izazove koje sami novinari mogu pretvoriti u nešto pozitivno ili negativno s obzirom na njihovu primjenu i cilj koji žele ostvariti.

Potrebno je da se stavi i naglasak na moralna i pravna pitanja koja obuhvaćaju ovo područje. Ono može ulaziti pod negativne posljedice koje IKT i alati donose jer u većini slučajeva se bilježi veliki broj ne poštivanja etičkog kodeksa ili ljudskih prava (autorstvo, točnost, objektivnost i slično). Više o ovome bit će obrađeno u sljedećem poglavlju koje se tiče izazova i etičkih pitanja u novinarstvu kada je riječ o IK alatima te njihove primjene. (The Relationship of Morality and Technology)

### **3. 4. Izazovi i etička pitanja**

Krajem devedesetih godina Hrvatsko novinarsko društvo bilo je popraćeno aktivnostima koje su se bavile egzistencijalnim pravima novinarima, etičkim pitanjima, vladalo je veliko nepovjerenje prema novinarima, nailazilo se na velike sumnje, postavljala su se mnoga pitanja koja su neke dovele do dvojbe žele li uopće ići u ovom smjeru i nastaviti graditi svoju karijeru, nije se znalo kako biti neutralan i nepristran u atmosferi koja je vukla uz sebe subjektivnost i bijes. Ovakvi problemi vuku se još i danas ali je sama struka ojačala svijest o novinarskoj profesiji i radi na tome da novinari imaju što aktivniji i profesionalniji odnos prema svom radu. Iako je kroz

godine bilo mnogo padova i uspona, Hrvatsko, a i globalno novinarstvo, bilo je spremno na svaki pad. Upozoravali su novinare o mnogim cenzurama, nesigurnim radnim uvjetima koji ih čekaju, ugrožavanje slobode govora koja bi ih dočekala uz određene slučajeve o kojima moraju izvještavati sl. Ulaganjem u edukaciju i razvoj struke uspjelo se eliminirati jako mnogo nesigurnih radnih i materijalnih uvjeta što je dovelo i do dodatnih osposobljavanja novinara. (113. GODINA HRVATSKOG NOVINARSKOG DRUŠTVA – DEVEDESET GODINA ŽIVOTA PRVOG PREDSJEDNIKA HND-A U SAMOSTALNOJ HRVATSKOJ ANTE GAVRANOVIĆ)

Novinarska etika i izazovi zajedničke su osobine koje vrijede za sve novinare. Oni su temelj kojim bi se novinari, urednici i svi oni koji rade na terenu, trebali odgovorno pridržavati i sukladno time obavljati svoj posao.

Ono s čime se susreću novinari u današnje vrijeme jest smanjivanje interesa za novine i odabire tiskovina jer se publika sve više okreće prema digitalnim izvorima vijesti. Shodno tome, opada i interes prema novinarskoj etici. Novinari se susreću sa velikom tranzicijom od tradicionalnih medija prema digitalnima i moraju priznati kako su sve veći pomaci u tom smjeru i rezultat ne poštivanja etičkog kodeksa i standarda u novinarstvu. (Majstorović, Ivanuš i Vilović 2021: 120)

Kodeks časti hrvatskih novinara dokument je koji obuhvaća plan etičkog djelovanja novinara u Hrvatskoj te su u njemu navedena prava i obaveza novinara kojima se trebaju voditi pri obavljanju svoje struke. Temeljno pravo je ono na točnu, potpunu i pravovremenu informaciju te slobodu mišljenja i izražavanja misli, no razvojem tehnologije mogu se postaviti niz pitanja vezana uz njega. Novinari moraju osigurati protok informacija, poštivati i promicati ljudska prava, ne smiju se baviti poslom koji bi mogao ugroziti njegovu objektivnost, urednici koji objavljuju priloge moraju se držati profesionalnih i etičkih načela ali se opet može za sve ovo postaviti niz pitanja, a jedno od njega bilo bi: koji je odnos morala, etičkih pitanja i tehnologije? (KODEKS ČASTI HRVATSKIH NOVINARA)

IK alati imaju i svoju vrstu etičkih standarda koji služe za sprječavanje šteta kako bi se osiguralo da softveri i baze rade sigurno. Isto tako se potiče i povjerenje korisnika, inkluzivnost, interakcija te se na kraju vodi pravnim i regulativnim okvirima kako bi se smanjio rizik od sudskih sporova i dobivanje kazni. Važno je razumjeti ova načela kako bi se sa sigurnošću pristupilo svim alatima. (Etika umjetne inteligencije: Navigacija u budućnosti umjetne inteligencije)

Sve više se u redakcije ugrađuje tehnologije i oslanja na nju. Ona se koristi zbog rudarenja podataka, automatskog generiranja sadržaja i olakšavanja pristupa radu. Oslanjanjem na tehnologiju znači i dodatne komplikacije kada je u pitanju novinarska etika. Kako se živi u

tranzicijskom dobu stručnjaci tvrde kako novinari moraju donijeti odluke o budućoj upotrebi IK alata u novinskoj industriji i medijskom prostoru. (Grmuša i Prelog 2020: 62)

Mišljenje o IKT-u kao i njihovim etičkim izazovima u krugovima novinara jako je podijeljena i može se iz raznih izvora i situacija primijetiti kako većinom novinarima stvara veliku prijetnju i ne drži se upravo onih najbitnijih etičkih standarda, što jako otežava posao novinarima i dovodi ih do neugodnih situacija. Zbog ovoga se stalno mora iznova postavljati pitanje vezano uz etiku i moral jer ono utječe na transformaciju društva u cjelini te oblikuje budućnost novinarstva.

Novinarima se može omogućiti lakši rad na stvaranju puno boljeg novinarstva dok je u optjecaju borba za ekonomskom održivošću, također može pomoći javnosti da se puno bolje nosi sa svijetom i događajima te da ih se na puno prikladniji način međusobno povezuje, ali sve dok se ne poštuju etički standardi puca se u prazno. U današnje vrijeme redakcije i medijske kuće natječu se ne samo sa izdavačima već i sa platformama na manjim razinama kao što su regionalne koje ne mogu koristiti ovu tehnologiju bez financijske podrške pa zbog toga dolazi i do gomilanja etičkih standarda koji se ne poštuju. (Bengio, 2015).

Glavna tema u novinarskim krugovima tiče se o tzv. chatbotovima, odnosno razvoju i primjeni alata IKT-a koja postaje sve učestalija u novinarstvu. On nudi naprednije funkcije za komuniciranje, prepoznavanje, prevođenje te kreiranje novog sadržaja. U teoriji, a i u praksi, ono daje pozitivne učinke novinarima ali se treba podsjetiti tradicionalnih masovnih medija koji su imali jako velike rasprave o etičnosti i poštivanju nje. Ne smije se zanemariti njezina primjena u doba razvoja novih medija. U ovim razmišljanjima se svakako ne smije ni izostaviti dio gdje svejedno alatima upravlja čovjek i kako je on još uvijek odgovorna za sve što se javnosti prenosi. (Uldrijan, Ciboci-Perša i Labaš 2023: 202)

Razlog rasta tehnološke etike i izazova stoji upravo u tome kako pridavanjem veće moći djelovanja novinari moraju donositi nove odluke i pri tome paziti i prosuditi svojom etikom. To su novi izazovi s kojima se u novinarskoj struci svaki novinar susreće. Naravno, prije je pitanje vezano za etiku i moral bio također ažuran i upravo je zbog toga došlo do pojave novih etičkih pitanja. Novinar mora prosuditi jesu li određene promijene vrijedne nakon uporabe IKT-a i kako ona može utjecati na društvo kao i njezin razvoj, jer u suprotnom vrlo brzo može doći do neizbježne katastrofe. Ovim alatima novinari upravljaju zakonima, propisima i zbog toga se neprekidno trebaju postavljati pitanja poput: što se pokušava postići? Kako se korištenjem IK alatima može pomoći u napretku društva? Može li naštetiti? Dok se procjenjuju vrijednosti i barata ovim alatima važno je staviti naglasak na ono što je ispravno, a što nije. (How Must Journalists and Journalism View Generative AI?)

Sve dok postoji razvoj IK alata i dok se povećava njihova upotreba u bilo kojoj struci, tehnološka etika neće nestati, već će se iz dana u dan razvijati. Važnost etičkih i moralnih pitanja kao i izazova postat će sve važnija i važnija kako bi se društvo u konačnici moglo razvijati prema boljem. S obzirom na brzinu rasta i povećanje količine alata s kojima se raspolaže u novinarskoj struci za prenošenje važnih informacija i vijesti, jako je važno da se sve više pažnje posveti etici ako se želi živjeti u boljoj i naprednijoj budućnosti. U ovoj struci se stalno postavlja etičko pitanje vezano uz odnose djelatnika medija prema široj javnosti. Zastupljenost robota, IK alata, softvera i baza, AI-a umjesto ljudskog čina i emocija teško je prihvatljiva za novinare i za javnost. Sve navedene zastupljenosti IKT-a u novinarstvu i dosadašnji trendovi pokazali su kako je za kvalitetnu budućnost novinarstva nužna sinergija IK alata i čovjeka. (Benčić 2022: 53)

## **4. Istraživanje funkcionalnosti informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu: anketni upitnik**

### **4. 1. Uvod u anketu**

Jedna od tehnika prikupljanja podataka u ovome radu jest anketa. Ova metoda je široko primijenjena pa se iz tog razloga može smatrati i zasebnom metodom istraživanja. Pomoću ove metode podaci se prikupljaju pisanim putem uz pomoć anketnog upitnika. (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić 2010: 102)

Anketa je provedena putem Google obrasca te je prosljeđena među medijskim redakcijama, novinarima, kolegama studentima koji rade u medijima koji su ju zatim istom metodom prosljeđivali dalje. Na početku se već pretpostavilo kako će u ovoj anketi sudjelovati manji broj novinara zbog toga što je teže doći u kontakt s njima i dobiti povratnu informaciju. Dobio se uzorak od ukupno 38 ispitanika.

Ovo anketno istraživanje poslužilo je da se dobije informacija o korištenju informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu unutar različitih redakcija te je omogućilo da se dodatno analiziraju neka od mišljenja koja su dana.

### **4. 2. Analiza anketnog upitnika**

Po osnovi provjerene literature i postavljenih istraživačkih pitanja iz istraživačkog nacrt, kreiran je anketni upitnik koji se sastoji od 17 pitanja, od tih 17 pitanja 8 pitanja su otvorenog tipa, dok su ostala pitanja zatvorenog tipa. Zatvoreni tip pitanja koristio se zbog preciznih odgovora. Ovo su anketna pitanja koja su bila postavljena ispitanicima:

1. Dob?
2. Rod?
3. Stupanj obrazovanja?
4. Što ste završili/studirate?
5. U kojoj vrsti institucije radite?

6. Jeste li za stalno zaposleni, vanjski suradnik ili radite preko studentskog ugovora?
7. Ukoliko ste stalno zaposleni, koliko Vas ima u sustavu?
8. S kojim područjem u novinarstvu se točno bavite?
9. Ocijenite na ljestvici od 1 do 5 prisutnost korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) u novinarstvu, pri čemu ocjena 1 označava najmanju prisutnost, a ocjena 5 najveću prisutnost.
10. Koristite li se informacijskom i komunikacijskom tehnologijom?
11. Koje informacije obrađujete?
12. Koje aplikacije (software, baze...) najčešće koristite i u koje svrhe?
13. Zašto su te aplikacije bolje?
14. Pomaže li Vam informacijska i komunikacijska tehnologija za potrebe Vaše struke?
15. Smatrate li da je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije dobro ili loše za budućnost novinarstva?
16. Zašto je dobro, a zašto loše?
17. Možete li zamisliti budućnost novinarstva bez korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije?

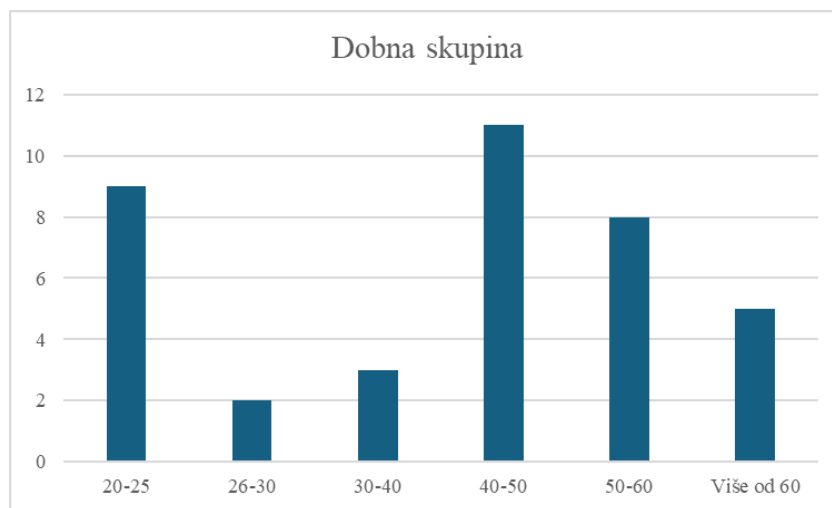
Osim osnovnih demografskih pitanja u anketnom upitniku su obuhvaćena i pitanja pomoću kojih se dodatno moglo analizirati mišljenje novinara i studenata vezano za njihovo stajalište i iskustvo rada sa informacijskim i komunikacijskim alatima u novinarstvu.

### **4. 3. Analiza dobivenih rezultata ankete**

*Tablica 1 Dob ispitanika (N=38)*

Dobna skupina	N (38)	%
20-25	9	23,7
26-30	2	5,3
30-40	3	7,9

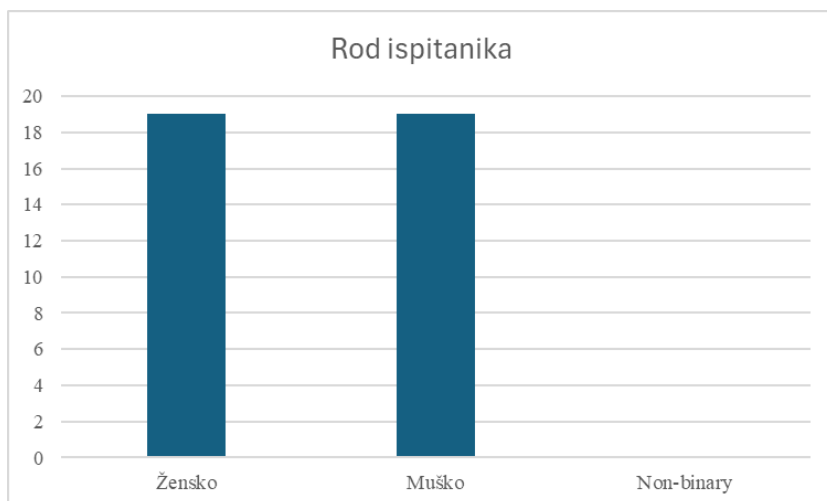
40-50	11	28,9
50-60	8	21,1
Više od 60	5	13,2
Ukupno	38	100



*Slika 2 Distribucija odgovora: Dob?*

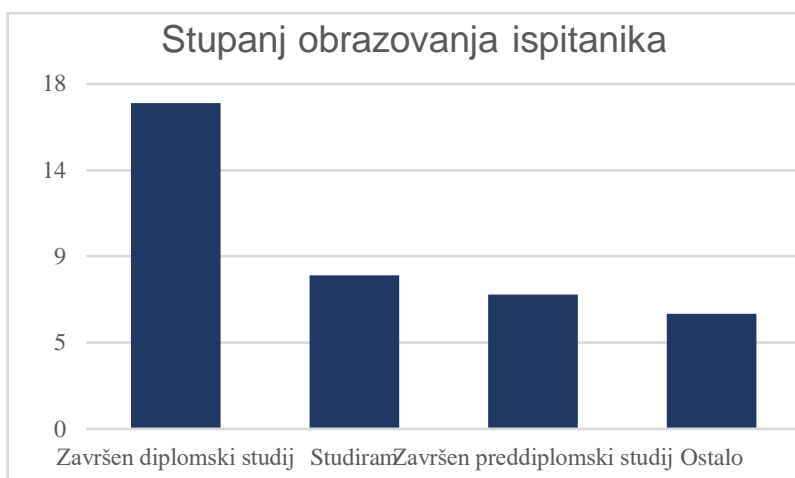
U tablici 1 vidljivo je da među ispitanicima ima najviše onih iz dobne skupine 40-50 (11; 28,9%). Druga dobna skupina po zastupljenosti su starosti 20-25 (9; 23,7%). Zatim slijedi grupa starosne dobi 50-60 (8; 21,1%) i onda dobna skupina više od 60 (5; 13,2%). Iz tablice možemo zaključiti da je najbrojnija srednja dobna skupina u rasponu od 40-50 godina, a najmanje zastupljena je ona od 26-30 koja obuhvaća svega 5,3%.





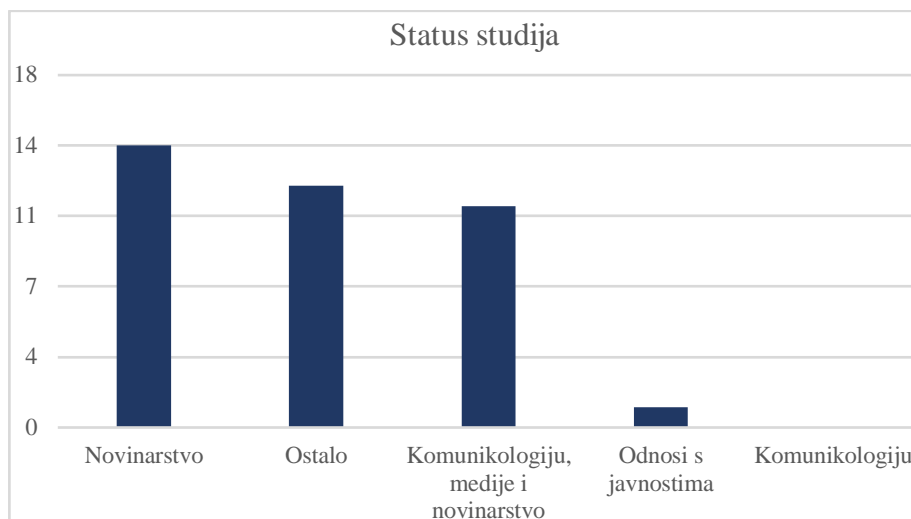
Slika 3 Distribucija odgovora: Rod?

Na slici 3 vidljiva je distribucija ispitanika prema kojoj je u anketi sudjelovalo 19 (50%) ispitanika ženskog spola te 19 (50%) muškog spola. Pod Non-binary nije se izrazio nitko. Kao zaključak možemo reći kako je zastupljenost muških i ženskih osoba jednak.



Slika 4 Distribucija odgovora: Stupanj obrazovanja?

Na slici 4 vidljivo je kako je najzastupljeniji stupanj obrazovanja završen diplomski studij (17; 44,7%). Zatim po zastupljenosti slijedi studiranje (8; 21,1%), a najmanji odaziv ispitanika ima status ostalo, a od njih 6, jedan ispitanik je završio srednje obrazovanje, drugi postdiplomsko, dvoje ih je steklo titulu doktora znanosti, četvrti je završio magisterij, peti je završio studio intermedia menadžer odnosa s javnošću (6; 15,6%). Zaključno, na anketu je odgovorilo najviše ispitanika koji dugu niz godina rade u struci i imaju jako dobro iskustvo sa radom u medijima. Najviše ispitanika je završilo diplomski studij.



Slika 5 Distribucija odgovora: Što ste završili/studirate?

Slika 5 prikazuje status ispitanika što se tiče završenog obrazovanja ili trenutnog studija. U tablici je vidljivo da je najviše ispitanika odgovorilo sa smjerom novinarstvo (14; 36,8%), zatim su po redu drugi smjerovi pod ostalo (12; 31,4%) gdje je troje ispitanika odgovorilo sa Hrvatskim jezikom i jezicima, troje ispitanika sa Pravom, jedan ispitanik je odustao od studija, jedan ispitanik je odgovorio sa Elektroenergetika, jedan ispitanik sa Filozofskim i novinarstvom, jedan sa FER-om i posljednji sa Ekonomijom. Nakon toga dolazi smjer Komunikologija, mediji i novinarstvo (11; 28,9%). Na zadnjoj ljestvici brojnosti smjerova jesu Odnosi s javnostima (1; 2,6), dok s komunikologije nema nikoga. U ovom anketnom upitniku zanimalo nas je s kojih sve fakulteta novinari dolaze, a da nije novinarstvo ili neki srodni fakultet.

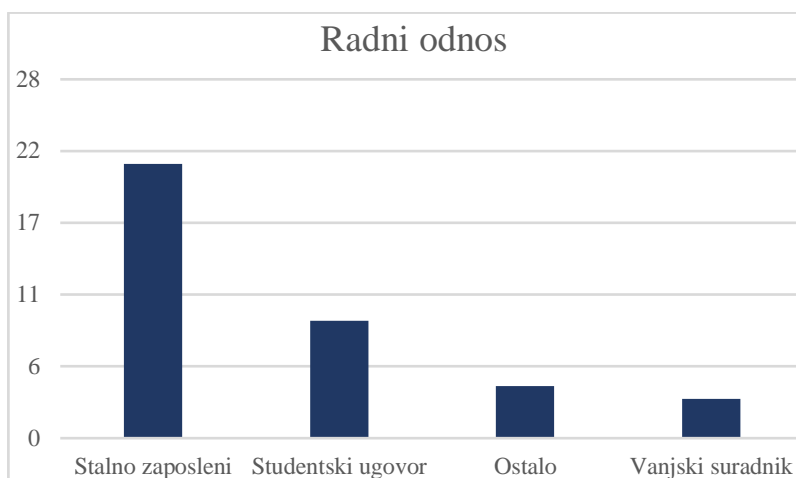
Tablica 2 Tvrdnje ispitanika o vrsti institucije u kojoj rade (N=38)

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 1	„Lokalni medij“
Ispitanik 2	„paušalni obrt“
Ispitanik 3	„Medijska tvrtka (novine, portal)“
Ispitanik 4	„Radio Samobor“
Ispitanik 5	„Samostalni komentator“
Ispitanik 6	„Lokalni medij“
Ispitanik 7	„Medijska tvrtka“
Ispitanik 8	„Novinarska redakcija“

Ispitanik 9	„TV kuća“
Ispitanik 10	„radijska agencija“
Ispitanik 11	„redakcija dnevnih novina“
Ispitanik 12	„Umirovljenik“
Ispitanik 14	„Elektronička publikacija (portal)“
Ispitanik 15	„HRT“
Ispitanik 16	„Medij“
Ispitanik 17	„Fakultet“
Ispitanik 18	„Medijska kuća“
Ispitanik 19	„privatna ustanova“
Ispitanik 21	„dnevni list“
Ispitanik 22	„privatnoj“
Ispitanik 23	„Tiskanom mediju“
Ispitanik 24	„novinarstvo“
Ispitanik 25	„Privatnoj firmi, Nova Tv“
Ispitanik 26	„Mediji“
Ispitanik 27	„KGZ“
Ispitanik 28	„Dnevne novine“
Ispitanik 29	„Portalu“
Ispitanik 31	„Medijska kuća“
Ispitanik 32	„HRT HR“
Ispitanik 33	„televizija“
Ispitanik 34	„radio“
Ispitanik 35	„HRT“
Ispitanik 36	„HRT Radio Osijek“
Ispitanik 37	„Medijska kuća“
Ispitanik 38	„HRT“

U tablici 2 vidljivi su odgovori na prvo otvoreno pitanje, koje je ujedno i 5. pitanje ove ankete. Od ukupno 38 ispitanika na ovo pitanje odgovorilo je 35. Devet ispitanika odgovorilo je sa medijska tvrtka/medij/kuća/novinarska redakcija, pet ispitanika radi na radiju, četiri ispitanika radi na televiziji (HRT), tri ispitanika radi u dnevnim novinama/dnevnom listu, dvoje ispitanika

odgovorilo je da radi u privatnim ustanovama, dvoje ih radi u lokalnim medijima te ih dvoje radi na portalu. Ostali se ne mogu grupirati, ali uključuju : paušalni obrt, umirovljenik, fakultet i KGZ.



Slika 6 Distribucija odgovora: Radni odnos?

Na pitanje jesu li za stalno zaposleni, vanjski suradnik ili rade preko studentskog ugovora najmanje ispitanika odgovorilo je sa „vanjski suradnik“ (3; 8,1%), značajno veći broj ispitanika odgovorio je „studentski ugovor“ (9; 24,3%), najveći broj njih odabralo je odgovor „stalno zaposleni“ (21; 56,8%), a njih 4 (10,8%) odgovorilo je sa „ostalo“ gdje se spominje radni odnos poput obrtnika, na tržištu, volonterski i umirovljenik. Iz ovih podataka može se zaključiti kako najmanji broj naših ispitanika ima vanjsku suradnju, mnogo više ispitanika radi preko studentskog ugovora ili ostalo, a najveći broj ispitanika je u stalnom zaposlenju.

Tablica 3 Tvrdnje ispitanika koliko ih ima u sustavu na radnome mjestu (N=38)

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 2	„1“
Ispitanik 5	„Jedan“
Ispitanik 6	„4“
Ispitanik 7	„Više od 100“
Ispitanik 9	„50“
Ispitanik 10	„ne znam broj“
Ispitanik 11	„ne znam na koji točno sustav mislite“
Ispitanik 15	„55“

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 16	„10“
Ispitanik 17	„Nekoliko stotina“
Ispitanik 19	„nisam sigurna za točan broj“
Ispitanik 21	„15-ak“
Ispitanik 22	„22“
Ispitanik 24	„2“
Ispitanik 26	„9“
Ispitanik 27	„43 lokacije“
Ispitanik 28	„Manje od 40 novinara.“
Ispitanik 31	„10“
Ispitanik 32	„600“
Ispitanik 33	„17“
Ispitanik 34	„lokalno desetak, nacionalno nekoliko stotina“
Ispitanik 35	„više od 200“
Ispitanik 36	„18“
Ispitanik 37	„3000“
Ispitanik 38	„2700“

U tablici 3 vidljivi su odgovori na drugo otvoreno pitanje, ujedno i 7. pitanje ove ankete. Od ukupno 38 ispitanika na ovo pitanje odgovorilo je njih 25, dok je njih 3 pisalo kako „ne znaju“ ili „nisu sigurni“. Odgovori su bili raznoliki, no iz tablice se može primijetiti kako su neki odgovori slični. Sedam ispitanika odgovorilo je da ih je u tvrtki zaposleno između 1-10 osoba. Petero ispitanika odgovorilo je kako ih je zaposleno nekoliko stotina, uglavnom između 100-600. Da je zaposleno između 10-30 osoba odgovorilo je četiri ispitanika. Četiri ispitanika tvrde da ih je zaposleno od 30-60. Dvoje ih je odgovorilo kako imaju 2700-3000 zaposlenih.

*Tablica 4 Tvrđnje ispitanika s kojim područjem u novinarstvu se točno bave (N=38)*

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 1	„Radim na portalu i pišem tekstove za novine“
Ispitanik 2	„EU fondovi“
Ispitanik 3	„Sport“

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 4	„svim područjima“
Ispitanik 5	„Rasprave o državi“
Ispitanik 6	„Deskriptivno novinarstvo“
Ispitanik 7	„Politika“
Ispitanik 8	„Uređujem internetski portal“
Ispitanik 9	„reporterka“
Ispitanik 10	„svime. radim za privatnika.“
Ispitanik 11	„kultura“
Ispitanik 14	„Društveni komentari“
Ispitanik 15	„MOZAIK“
Ispitanik 16	„Lifestyle“
Ispitanik 17	„Informativni“
Ispitanik 18	„Pisanjem članaka za web portal i tiskane novine“
Ispitanik 19	„informativa“
Ispitanik 21	„kultura“
Ispitanik 22	„raznolikim“
Ispitanik 23	„News novinar“
Ispitanik 24	„Portal“
Ispitanik 25	„Snimanje i montaža“
Ispitanik 26	„Sve.“
Ispitanik 27	„Ne bavim se novinarstvom“
Ispitanik 28	„sport“
Ispitanik 29	„Radom na portalu“
Ispitanik 31	„Urednik“
Ispitanik 32	„Pomorstvo“
Ispitanik 33	„sport“
Ispitanik 34	„glazba“
Ispitanik 35	„urednik u IMS“
Ispitanik 36	„Radijsko emitiranje“
Ispitanik 37	„Glazba, showbizz“
Ispitanik 38	„Politika“

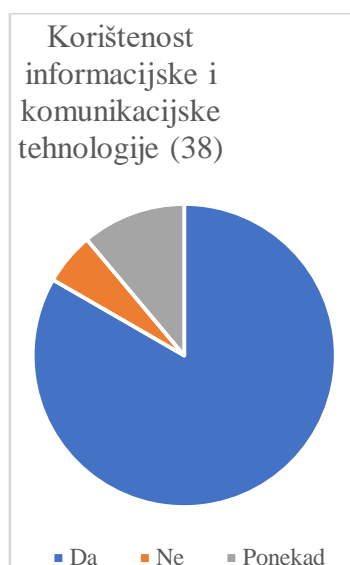
U tablici 4 vidljivi su odgovori na treće otvoreno pitanje, ujedno i 8. pitanje ove ankete. Jedna osoba napisala je kako se ne bavi novinarstvom. Devet ispitanika odgovorilo kako se bave sa svime, sportom i da su glavni urednici, dok je osam ispitanika odgovorilo je da se bave radom na portalu, uređivanju, društveni komentari i sl. Sedam ispitanika odgovorilo je da se bave politikom, kulturom i informativnim programom. Nekolicina ispitanika odgovorilo je jedinstvenim odgovorima koji se ne mogu grupirati, a ti odgovori su: EU fondovi, deskriptivno novinarstvo, reporterka, MOZAIK, snimanje i montaža, pomorstvo, glazba, radijsko emitiranje, glazba i showbizz.

*Tablica 5 Prisutnost korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) u novinarstvu (N=38)*

Tvrđnja	MIN (1)	MAX (5)
Prisutnost korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) u novinarstvu	0	16

U tablici 5 može se vidjeti koliko je od ukupno 36 ispitanika odgovorilo sa minimalnom i maksimalnom ocjenom prisutnosti korištenja informacijske i komunikacijske (IKT) tehnologije u novinarstvu. Minimalna ocjena je 1, a ona znači da ispitanici smatraju kako informacijska i komunikacijska tehnologija nije prisutna u novinarstvu, dok je maksimalna ocjena 5, a ona znači da ispitanici smatraju kako je velika prisutnost korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije u novinarstvu. Od 38 ispitanika dvoje ih nije odgovorilo na ovo pitanje, 16 ispitanika je označilo maksimalnu ocjenu 5, dok niti jedan ispitanik nije izabrao ocjenu 1, odnosno minimalnu. 16 ispitanika označilo ocjenom 4 (44,4%) što izjednačuje broj ispitanika koji su odgovorili sa ocjenom 5. I 4 ispitanika označilo je ocjenu 3 (11,1%). Iz navedenih podataka može se zaključiti kako svi ispitanici smatraju da je prisutnost korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT) u novinarstvu prisutna.

Grmuše i Prelog u svom radu navode: „ Alati koji u ovome pomažu unaprijedili su novinarsku struku i omogućile učinkovitiji utjecaj na javnost.“ To se iz odgovora ispitanika može i potvrditi s obzirom kako je većina odgovorila kako je velika prisutnost informacijske i komunikacijske tehnologije u novinarstvu. Dakle, još uvijek se unapređuje novinarska struka i razvija se. (Grmuša i Prelog 2020: 62)



Slika 8 Distribucija odgovora: Koristite li se informacijskom i komunikacijskom tehnologijom?

Na slici 8 prikazuje se kako veći broj ispitanika koristi informacijsku i komunikacijsku tehnologiju (30; 83,3%) što je bio očekivani ishod ankete, dok u manjem postotku (4; 11,1%) ispitanika ponekad koristi informacijsku i komunikacijsku tehnologiju, a njih 2 (5,6%) se uopće ne koristi njome. Zaključuje se iz toga kako prevladava korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije, no zanimljivo je kako se čak 2 ispitanika njome ne koriste s obzirom da se bave pomorstvom ili nekakvim drugačijim strukama gdje ne prevladava upotreba informacijske i komunikacijske tehnologije toliko što se može u prijašnjim odgovorima primijetiti.

Tablica 6 Tvrdnje ispitanika o informacijama koje obrađuju (N= 38)

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 2	„O EU fondovima za poduzetnike, kulturu i udruge.“
Ispitanik 3	„Sve koje spadaju u obim novinarskog posla.“
Ispitanik 4	„najčešće fotografije i video zapise“
Ispitanik 5	„Sve javno dostupne o prirodi državno-političkog poretka“
Ispitanik 6	„Sve od bilo kojeg značaja za medij u kojem radim, uglavnom je to na lokalnoj razini sve što se nudi“
Ispitanik 7	„sve vrste podataka potrebne za novinarski rad“
Ispitanik 9	„sve“
Ispitanik 10	„dnevno-političke događaje“
Ispitanik 11	„one potrebne za obavljanje posla - o kulturnim događajima, akterima scene itd.“



Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 12	„Međumrežje...“
Ispitanik 14	„Vijesti, biografije, opise događaja“
Ispitanik 15	„raznovrsne“
Ispitanik 16	„One koje prikupim“
Ispitanik 18	„Svaki objavljen tekst je obrađena informacija.“
Ispitanik 19	„vijesti s HINE“
Ispitanik 21	„iz svijeta kulture“
Ispitanik 22	„raznolike“
Ispitanik 26	„Sve.“
Ispitanik 28	„Statističke analize“
Ispitanik 29	„Dnevne vijesti“
Ispitanik 31	„Sve“
Ispitanik 32	„snimljeni razgovori, reportaže, izjave, informacije iz svijeta“
Ispitanik 33	„sport“
Ispitanik 34	„sve“
Ispitanik 35	„sve“
Ispitanik 36	„Pisane vijesti i audio materijal“
Ispitanik 37	„Biografije, diskografiju, nova izdanja...“
Ispitanik 38	„Sve“

U tablici 6 vidljivi su odgovori na četvrto otvoreno pitanje, koje je ujedno i 11. pitanje ove ankete. Od ukupno 38 ispitanika na ovo pitanje odgovorilo je 28 ispitanika, od toga jedna osoba nije dala prihvatljiv odgovor. Odgovori su bili raznoliki, no iz tablice se može primijetiti kako su neki odgovori slični. Odgovor *sve* napisalo je jedanaest ispitanika, troje njih odgovorilo je sa kulturom, a dvoje njih sa državno-političkim informacijama. Nekolicina ispitanika odgovorila je jedinstvenim odgovorima koji se ne mogu grupirati, ali ti odgovori uključuju fotografije i video zapise, međumrežje, vijesti, biografije, opise događaja, svaki objavljen tekst, vijesti iz HINE, statističke analize, dnevne vijesti, snimljeni razgovori, reportaže, izjave, informacije iz svijeta, pisanje vijesti i audio materijal, biografije, diskografija, nova izdanja.

Tablica 7 Tvrdnje ispitanika o aplikacijama (software, baze...) koje koriste i u koje svrhe (N=38)

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 1	„WordPress za pisanje članaka, Webmail za primanje vijesti i obradu.“
Ispitanik 2	„E-mail klijent Thinderbird, Excel, Google Alerts, Google tražilica, servisi za praćenje objava natječaja u EU fondovima.“
Ispitanik 3	„WordPress (pisanje tekstova) te alate za uređivanje i izradu slika i grafika.“
Ispitanik 4	„Facebook (iako nije društveni medij u smislu regulative) ) i WhatsApp za objave i razmjene“
Ispitanik 5	„Sve velike i dostupne pretraživače na internetu“
Ispitanik 6	„Najcesce koristimo, zbog prirode medija, glazbene baze i pretraživače (radio boss, where is it), zatim za obradu zvuka (adobe audition) i za potrebe opreme clanaka photoshop“
Ispitanik 7	„medijske aplikacije, komunikacijske aplikacije,“
Ispitanik 9	„Microsoft obrada podataka pisanje tekstova“
Ispitanik 10	„programi za obradu zvuka, pisanje teksta i objavu na internetu“
Ispitanik 11	„nijednu posebno. klasično internetsko zabadanje nosa, tražim informacije gdje ih ima ili mi ih drugi jave..“
Ispitanik 12	„Windows, Android“
Ispitanik 14	„MS Office, pisanje, Google – istraživanje“
Ispitanik 16	„InDesign, fotobaze, Wordpress, StoryEditor, Canva...“
Ispitanik 18	„WordPress“
Ispitanik 19	„chatgpt u svrhu pomoći pri pisanju vijesti“
Ispitanik 21	„program za pisanje teksta“
Ispitanik 22	„Da Vinci za montiranje, word za pisanje, cap cut za Tik tok“
Ispitanik 28	„Sofascore i ostale slične baze“
Ispitanik 29	„U svrhu olakšanja posla“
Ispitanik 31	„Ispavi.me i chatgpt“
Ispitanik 32	„programi za obradu zvuka“
Ispitanik 33	„vijesti s portala“
Ispitanik 34	„profesionalne video i audio firme Magix“
Ispitanik 35	„razne aplikacije“
Ispitanik 36	„Chrome, Radio-Assist 8.2.191“
Ispitanik 37	„Google, Youtube, Wikipediju, Instagram, X...“
Ispitanik 38	„Avid, I-news“

U tablici 7 vidljivi su odgovori na peto otvoreno pitanje, tj. 12. pitanje ove ankete. Od ukupno 38 ispitanika na ovo pitanje odgovorilo je 28 ispitanika. Odgovore možemo grupirati: Wordpress, alati za uređivanje teksta, chatgpt. Najviše ispitanika odgovorilo je sa Internetskim pretraživanjima i preko društvenih mreža (16), nakon toga odgovori su bili Wordpress i uređivanje teksta (7), a najmanje njih odgovorilo je sa chatgpt (2). Dosta ispitanika odgovorila je jedinstvenim odgovorima koji se ne mogu grupirati, a ti odgovori uključuju: E-mail klijent Thinderbird, Excel, Google Alerts, servisi za praćenje objava natječaja u EU fondovima, glazbene baze(radio boss, where is it), za obradu zvuka (adobe audition) i za potrebe opreme članaka photoshop, Da Vinci, cap cut, Sofascore, programi za obradu zvuka, Magix, Radio-Assist 8.2.191, Avid, I-news.

Može se zaključiti kako korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije ima jako veliki utjecaj i kako se svaki alat koristi za različite svrhe. Russel je naglasio opasnosti i izazove koji dolaze sa pojavom AI-a i razvojem informacijske i komunikacijske tehnologije. Poseban naglasak stavlja i na to kako ovi alati i tehnologija imaju jako veliki utjecaj na milijarde ljudi iako nisu osobito inteligentni programi. U novinarstvu, upravo gore navedeni alati služe za ono što javnost kasnije konzumira i prenosi. (Russell 2022: 17).

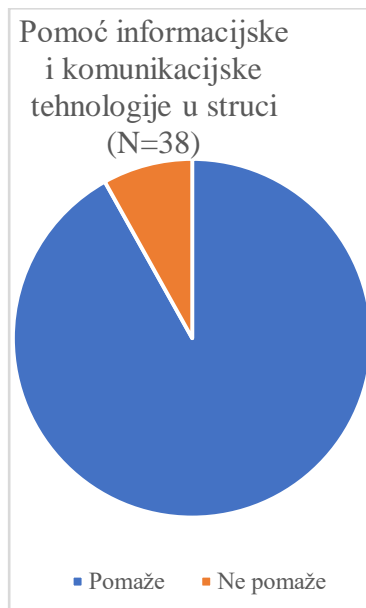
*Tablica 8 Tvrdnje ispitanika o tome zašto su te aplikacije bolje (N=38)*

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 1	„Najlakše su za snalaženje, omogućuju brzu objavu vijesti.“
Ispitanik 2	„Thunderbird ima puno kvalitetnije baratanje e-poštom od Outlooka. Excel za obradu podataka, analizu, Google Alerts jer dolaze vijesti po slobodno zadanim ključnim riječima.“
Ispitanik 3	„Pristupačnost, jednoatavnost, prilagođenost.“
Ispitanik 5	„Nema drugih i boljih, a savršene nisu“
Ispitanik 6	„Ne znam kakve su u usporedbi s drugima, ove se jednostavno koriste otkako sam zaposlen“
Ispitanik 7	„Aplikacije su jednostavno nužne za novinarski rad. rad u svijetu visoke tehnologije“
Ispitanik 9	„jedine“
Ispitanik 10	„od čega bolje?“
Ispitanik 11	„vidi prethodni odgovor“
Ispitanik 12	„navika“
Ispitanik 14	„MS Office omogućava profesionalan model rada.“

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 16	„Od čega bolje?“
Ispitanik 18	„Ne bih znala. Taj softver koristi tvrtka, stoga i ja.“
Ispitanik 19	„jer ubrzavaju proces“
Ispitanik 22	„dostupne su“
Ispitanik 28	„Zato što odgovaraju mojim potrebama“
Ispitanik 29	„Olakšavaju posao, štede vrijeme“
Ispitanik 31	„Pomazu“
Ispitanik 32	„jedino su i moguće....“
Ispitanik 33	„jer su jedine“
Ispitanik 34	„profesionalne su“
Ispitanik 35	„nisu“
Ispitanik 36	„Nije upisano s čime usporediti..“
Ispitanik 37	„Brzo dobivanje željenih/trazenih i informacija“
Ispitanik 38	„U njima se rade TV informativne emisije“

U tablici 8 vidljivi su odgovori na šesto otvoreno pitanje. Od ukupno 38 ispitanika na ovo pitanje odgovorilo je 26 ispitanika, od toga 6 njih nije dalo prihvatljiv odgovor. Odgovori su bili raznoliki, no iz tablice se može primijetiti kako su neki odgovori slični, odgovor lakša snalažljivost, dostupnost i ušteda vremena odgovorilo je 6 ispitanika, dok je troje njih odgovorilo sa „jedine su“. Jedan ispitanik odgovorio je kako su: Thunderbird, Excel, Google Alerts najkvalitetniji alati kojima se koristi. Ispitanici su ovdje napomenuli kako im te aplikacije nude kvalitetnije baratanje e-poštom, brže dobivaju željene informacije, profesionalnije su i sl. Isto su naveli: kako nema drugih i boljih, iz navike, profesionalni model rada, koristi ga tvrtka, dostupne su, odgovaraju mojim potrebama, pomažu, profesionalne su, u njima se rade TV informativne emisije.

Može se zaključiti kako ispitanici smatraju da su IKT alati dobri te ih koriste kako bi si olakšali posao i u što kraćem vremenu objavili vijest o nekim događajima što je jedna od glavnih prednosti korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije.



Slika 9 Distribucija odgovora: Pomaže li Vam informacijska i komunikacijska tehnologija za potrebe Vaše struke?

Na pitanje o tome pomaže li im informacijska i komunikacijska tehnologija za potrebe njihove struke najmanje ispitanika odgovorilo je „ne pomaže“ (3; 8,1%), najveći broj njih odabrao je odgovor „pomaže“ (34; 91,9%), a jedan ispitanik nije odgovorio na ovo pitanje.



Slika 10 Distribucija odgovora: Smatrate li da je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije dobro ili loše za budućnost novinarstva?

Na slici 10 prikazuje se kako veći broj ispitanika smatra da je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije za budućnost novinarstva dobro (29; 78,4%), dok u manjem postotku (7; 18,9) nema mišljenja, a jedna osoba (2,7%) smatra da je loše. Zaključuje se iz toga kako prevladava zastupljenost onih koji smatraju da je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije za budućnost novinarstva dobro.

Tablica 9 Tvrdnje ispitanika o tome zašto je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije dobro, a zašto loše (N=38)

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 1	„Dobro je jer omogućuju brzu objavu tekstova uz kvalitetno opremanje, a loših zapravo nema, osim umjetne inteligencije i tekstova koji postaju prefabricirani zbog iste“
Ispitanik 2	„Lakše i brže prikupljanje podatka. Loše ako se upadne u zamku da tehnologija zamjeni kritičko razmišljanje i pisanje.“
Ispitanik 3	„Dobro: Olakšava posao te ga čini atraktivnijim. Loše: Gubi se potreba za specijaliziranim zanimanjima.“
Ispitanik 4	„ubrzava posao“
Ispitanik 5	„Zato što čovjek donosi odluke i upravlja procesima, a tehnologija mu služi.“
Ispitanik 6	„Dobro zbog samog pristupa informacijama a lose zbog opce ljenosti novinara koja nastaje kao nuspojava“
Ispitanik 7	„Uz razvoj tehnologije nemoguće je raditi većinu poslova bez tehnološke pismenosti.“
Ispitanik 9	„nužnost je“
Ispitanik 10	„ovisnost novinara o internetu i tehnologiji. prije samo 20 tak godina bilo je nezamislivo naići na netom završene studente toliko siromašne širinom općeg znanja i kulture. da ne kažem da vam (mladim ljudima) engleski služi samo da razumijete shortse i netflix , a ostvarno znanje vokabulara i širina jezika i način prevođenja vam je stran i bit će još gori sa AI.“
Ispitanik 11	„dobra je strana što olakšava pristup informacijama i njihovu obradu u puno manje vremena. loša je strana što se time dodatno povećavaju zahtjevi (redakcija i čitatelja) za novim informacijama što dovodi do površnosti u njihovoj analizi pa se ide po principu da je važnije informaciju objaviti prije svih, makar ona bila i ne do kraja točna. na kraju umjesto da se količina posla smanji, ona se stalno povećava, no u suštini na tehnologiju gledam kao na dobrodošao alat u ovom poslu jer ipak dosta toga olakšava.“
Ispitanik 12	„brža obrada, brže zakrpavanje rupa u znanju...“
Ispitanik 14	„Novinarstvo se bavi informacijama, tehnologija tu samo može pomoći.“
Ispitanik 16	„Ako se alati koriste pametno, uvijek su dobri. Ako se ne znamo njima služiti, onda su loši.“

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 19	„dobro zbog raznih prednosti poput brzine, ispravljanja grešaka i sl., a loše jer se gubi volja za istraživanjem i ljudski faktor“
Ispitanik 21	„ovisi“
Ispitanik 22	„Zbog brzine“
Ispitanik 28	„Ubrzava same procese, a negativno novinari sve manje imaju terenskog posla“
Ispitanik 29	„Dobro je zato što se novinar može baviti većim opsegom posla, brži je, nije pod tolikim pritiskom“
Ispitanik 31	„Ubrzava procese“
Ispitanik 32	„ogroman odabir, dostupnost gotovo svih informacija“
Ispitanik 34	„odlično zbog brzine izvještavanja, kreativnost. Loše... možda zato što se svatko danas zove novinarom zbog tehnologija i nema kvalitete, profesionalizma“
Ispitanik 35	„predugo za pojašnjenje“
Ispitanik 36	„Dobro, jer ništa nepostoji bez tehnologije. Loše je, jer se tehnologija razvija alarmantnom brzinom.“
Ispitanik 37	„Zbog brzine dobivanja podataka a - ako se pravilno koristi - i točnosti.“
Ispitanik 38	„Dobro zbog brzine, loše jer se događa da ima pogrešaka.“

U tablici 9 vidljivi su odgovori na sedmo otvoreno pitanje, ujedno i 16. pitanje ove ankete. Od ukupno 38 ispitanika na ovo je pitanje odgovorilo njih 37, od toga je 35 ispitanika dalo prihvatljive odgovore dok je njih 2 pisalo kako „ovisi“ i „predugo za pojašnjenje“. Odgovori su bili raznoliki, no iz tablice se može primijetiti kako su neki odgovori slični. Sedamnaest ispitanika napisalo je kako je dobra strana korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije u novinarstvu brzina, a loša zamjena novinara tehnologijom. Troje ispitanika odgovorili su kako tehnologija pomaže i kako se ništa bez nje ne može. Nekolicina ispitanika odgovorilo je jedinstvenim odgovorima koji se ne mogu grupirati, ali ti odgovori uključuju to da čovjek donosi odluke, a tehnologija mu pomaže, nužnost je, ako se alati koriste pametno, uvijek su dobri, ako se ne znamo njima služiti, onda su loši, ogroman odabir i dostupnost.

*Tablica 10 Tvrdnje ispitanika o tome mogu li zamisliti budućnost novinarstva bez korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (N=38)*

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 1	„Nikako“

Broj ispitanika	Tvrdnja
Ispitanik 2	„Mogu zamisliti. Ali neće je biti.“
Ispitanik 3	„Ne.“
Ispitanik 4	„ne“
Ispitanik 5	„Nw“
Ispitanik 6	„Mogu, novinarstvo bi u tom slučaju uzivalo veće povjerenje svoje publike ali naustrib brzine objavljivanja.“
Ispitanik 7	„Ne.“
Ispitanik 8	„Ne.“
Ispitanik 9	„ne“
Ispitanik 10	„mogu“
Ispitanik 11	„ne“
Ispitanik 12	„ne i ne samo novinarstva“
Ispitanik 14	„Ne.“
Ispitanik 15	„teško zamislivo“
Ispitanik 16	„Ne“
Ispitanik 17	„Ne“
Ispitanik 18	„Ne“
Ispitanik 19	„da“
Ispitanik 21	„Mogu“
Ispitanik 22	„ne“
Ispitanik 26	„Ne.“
Ispitanik 27	„Ne“
Ispitanik 28	„Da“
Ispitanik 29	„Ne“
Ispitanik 31	„Ne“
Ispitanik 32	„ne“
Ispitanik 33	„teško“
Ispitanik 34	„Ne“
Ispitanik 35	„ne“
Ispitanik 36	„ne“
Ispitanik 37	„Ne.“
Ispitanik 38	„Ne“



U tablici 10 vidljivi su odgovori na osmo otvoreno pitanje, ujedno i 17. pitanje ove ankete. Od ukupno 38 ispitanika na ovo je pitanje odgovorilo njih 32, od toga su svi dali prihvatljive odgovore. Odgovori su bili raznoliki, no iz tablice se može primijetiti kako su neki odgovori slični. Dvadeset i četiri ispitanika je na pitanje „možete li zamisliti budućnost novinarstva bez korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije?“ odgovorilo sa ne, dok je četvero napisalo kako mogu zamisliti budućnost novinarstva bez korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije. Nekolicina ispitanika odgovorilo je jedinstvenim odgovorima koji se ne mogu grupirati, ali ti odgovori uključuju: mogu zamisliti, ali neće je biti; mogu novinarstvo bi u tom slučaju uzivalo veće povjerenje svoje publike ali nastrb brzine objavljivanja; teško.

#### **4. 4. Zaključak analize anketnog istraživanja**

Nakon provođenja ovog anketnog istraživanja i analize podataka prikupljenih ovim istraživanjem može se doći do nekoliko zaključaka. Ovu anketu je ispunilo sveukupno 19 žena i 19 muškaraca. Najzastupljenija dobna skupina jest skupina od 40 do 50 godina. Najviše ispitanika završilo je diplomski studij. Gotovo većina ispitanika završilo je ili studiraju novinarstvu. Većina ispitanika, više od polovice njih, radi u medijskim tvrtkama i koriste se informacijskim i komunikacijskim alatima u svojoj struci, a prema prikupljenim podacima može se zaključiti kako su ispitanici upoznati sa informacijskom i komunikacijskom tehnologijom i kako je njihovo mišljenje vezano uz korištenje istih u svojoj struci donekle pozitivno. Očekivalo se da će na ovaj anketni upitnik odgovoriti što više novinara kako bi se dobilo subjektivno mišljenje i osobno iskustvo rada u medijima i to je ono što se i postiglo. Glavni cilj bio je dobiti uvid u korištenje informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu, redakcijama, na terenu i sl. i to se dokazalo putem provođenja kvantitativne metode, odnosno anketnog upitnika, a alati koje su ispitanici naveli uključuju: WordPress, Sofascore, Radio-Assist 8.2.191, Microsoft alati za obradu teksta i slika, društvene mreže i razne internetske pretraživače poput Google i dr.

Za zaključiti je da je ovoj anketi pristupio manji broj ispitanika (38) uzevši u obzir način distribucije ove ankete. Pitanja su postavljena sa mogućnosti odabira jednog odgovora, više odgovora, pisanja vlastitog odgovora te je bila ponuđena Likertova skala od 1 do 5.

## **5. Etnografsko istraživanje**

Za potrebe ovog završnog rada provedeno je etnografsko istraživanje na temelju intervjua koji je snimljen i odrađen u Varaždinu.

### **5. 1. Uvod u etnografsko istraživanje**

Etnografija označava skup metoda koja podrazumijeva društvene kontekste, pisane materijale u smislu opažanja i bilježenja ljudskog iskustva. Etnografsko istraživanje pruža iskustva sugovornika, interpretaciju podataka kroz samo istraživanje koje se provodi i omogućava bolje razumijevanje društvenih veza. Metode kojima se ostvaruje etnografsko istraživanje jesu: promatranje i promatranje sa sudjelovanjem. Na kraju intervjua i bilježaka koje su se vodile tokom njega i samog pristupa provodi se analiza rezultata. (Relja 2011: 179)

Za potrebe ovog završnog rada provedeno je etnografsko istraživanje na temelju intervjua. Intervju je kreiran samostalno od strane autora te su na isti način smišljena i pitanja. Intervju nije nigdje objavljen već je isključivo kreiran za svrhe ovog rada. Intervju je snimljen 9. srpnja 2024. godine u Varaždinu te vremenski traje 27 minute i 37 sekundi. Glavni sudionik, odnosno govornik je student Luka Pongračić. On je student Sveučilišta Sjever na odjelu Komunikologije, medija i novinarstva te završava 3. godinu preddiplomskog studija u Koprivnici. Srednju školu završio je u gimnaziji Josipa Slavenskog – jezični smjer u Čakovcu. Kroz svoj studij zaposlio se kao PR-ovac za ženski odbojkaški klub Kaštel Pribislavec te radi u Međimurskim novinama preko student servisa. Živi u Pribislavcu blizu Varaždina. Tema intervjua je korištenje informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu u pogledu jednog mladog novinara u usponu koji se njima koristi.

### **5. 2. Analiza (opažanje)**

*Tablica 11 Obilježja etnografskog istraživanja – analiza audio snimke s studentom Lukom*

*Pongračićem u sklopu snimljenog intervjua (N=1)*

Obilježja	Analiza
Provedba empirijskog istraživanja	Analiza audio snimke s studentom Lukom Pongračićem u sklopu intervjua koji je snimljen za potrebe završnog rada
Istraživač / voditelj intervjua	Voditelj intervjua je autor ovog rada, odnosno studentica Komunikologije, medija i novinarstva na Sveučilištu Sjever u Koprivnici, Diana Matić
Protokol intervjua	Intervju je strukturiran na način da je voditelj prvo naveo izvore na temelju kojih su strukturirana pitanja te je nakon toga sugovornik imao uvodnu riječ o spomenutoj temi. Nakon toga dolazi struktura u kojoj se postavlja pitanje te se na isto odmah odgovara
Broj ispitanika	N = 1 M = 1
Trajanje intervjua	27 minute i 37 sekundi
Pitanja	Pitanja su konkretna i precizna. Ostavljaju prostora da sugovornik detaljno objasni svoj odgovor te iznese svoja mišljenja. Sama pitanja sastavljena su na temelju literature, znanstvenih časopisa i radova koji se bave informacijskom i komunikacijskom tehnologijom, odnosno alatima u novinarstvu.
Odbijanje / Izbjegavanje davanja odgovora	U cijelom intervjuu nije zabilježen niti jedan trenutak u kojem sugovornik nije htio dati odgovor.

Obilježja	Analiza
Bilješke opažanja (+ znaci sugovorne neverbalne komunikacije)	Sugovornik nije pokazivao nikakvu nervozu te je bio opušten i otvoren za razgovor i odgovaranje na postavljena pitanja. Prije intervjua, odnosno tokom kreiranja pitanja pazilo se da su pitanja prilagođena trenutnom statusu studiranja kako bi se izbjeglo zbunjivanje ili otežalo protok intervjua. Zbog opuštenosti sugovornika nije bio prisutan nikakav strah ili trema tokom postavljanja pitanja. Sugovornik nije imao nikakav problem pri odgovaranju pitanja koja su se ticala redakcije i njihovog odnosa unutar nje. Odgovorio je na svako pitanje vrlo detaljno te se nadovezivao na osobna iskustva ili ona koja je stjecao tokom studija. Nije se ustručavao biti iskren i davati dodatne primjere iz prakse kako bi bolje odgovorio na postavljena pitanja. Okolina je bila malo ometajuća zbog vrućina i prolaznika, no to nije utjecalo na provođenje intervjua. Svojim položajem tijela sugovornik je pokazao da mu je ugodno i da nema tremu pri davanju odgovora. Glas mu je bio ugodan i smiren kao i gestikulacije rukama tokom govora.
Etičnost procedure	Nema potrebe za kodiranjem jer je dan pristanak za otkrivanje identiteta od strane sugovornika.

U Tablici 1. prikazana je analiza audio snimke, odnosno podaci koji su skupljeni. Podaci su skupljeni iz intervjua koji traje 27 minuta i 37 sekundi. Kroz metodu sudioničkog intervjua prikupljeni su podaci o temi istraživanja te je kroz jasnu neverbalnu komunikaciju bilo vidljivo stanje sugovornika. Odgovorio je na svako postavljeno pitanje te je davao primjere iz iskustva sa posla. Može se zaključiti da je intervju bio ugodan i da je sugovornik također bio zadovoljan kako je odgovorio na postavljena pitanja.

## **ANALIZA AUDIO ZAPISA**

*Tablica 12 Kodni list: Kategorizacija i postkodiranje odgovora – analize audio snimke intervjua sa*

studentom (N=1)

Kategorija problema	Čestice (pitanja)	Odgovori ispitanika (N=1)
Studij i studentski posao	Kada ste započeli studij novinarstva na Sveučilištu Sjever, koliko vam je dugo bilo potrebno da pronađete studentski posao u struci?	-2021. godine - na početku druge godine pronašao je svoj prvi posao u struci
	Kako ste pronašli taj posao?	-vidio je oglas da traže nekog, javio se i krenuli su sa zajedničkom suradnjom
	Kada ste pronašli Vaš drugi posao u Međimurskim novinama i kako?	-Preko kolegice sa fakulteta
	Jeste li zadovoljni poslom te kako Vam je znanje koje ste stjecali kroz godine na studiju pomoglo u poslu?	-Torija je jedno, a praksa drugo. Nije previše pomoglo samo znanje
	Otkad ste krenuli raditi drugi posao u Međimurskim novinama, da li Vam je bilo jako teško uskladiti akademske obaveze sa poslom?	-Bilo je malo otežano ali se snašao
	Kada ste se prvi put u životu ili na fakultetu susreli sa informacijskim i komunikacijskim alatima za potrebe, može biti studija, ili za posao i kojima točno?	-Na fakultetu se nisu previše koristili alatima. Na poslu koriste: wordpress, webmail, društvene mreže...
Načini korištenja Informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu	Kojim se društvenim mrežama ili stranicama koristite kako biste prikupili informacije?	-Listaju druge portale, objavljene članke, postavljaju pitanja, pripremaju se
	Što je najvažnije kod načina prikupljanja informacija?	-Provjera i priprema
	Što biste naveli kao nekakvu prednost pri korištenju ove tehnologije?	-Možda brzinu
	Smatrate li da Vaše kolege koriste informacijsku i komunikacijsku tehnologiju (Chat GTP, AI i dr.) pri slaganju tekstova?	-Osobno za svoje kolege smatra da se ne koriste ali drugi mediji vjerojatno da

Kategorija problema	Čestice (pitanja)	Odgovori ispitanika (N=1)
	Koje softvere ili baze koriste „stariji“ članovi u redakciji za uređivanje članaka prije objava, kako izgleda taj proces i kako se time služe?	-Wordpress, joiner, Word, Microsoftovi programi koji dolaze sa PC-om, softveri za prikupljanje besplatnih fotografija i drugi
	Što se tiče samog intervjua, kojim se alatima koristite tokom njega?	-Potreban je diktafon i lektor
	Kakva je komunikacije unutar redakcije te kakvim se alatima koristite za nju?	-Imaju zajedničku grupu na Viberu
	Ima li u tome što radite od doma i nemate nikakav doticaj sa redakcijom uživo, nekakve negativne posljedice na Vaše iskustvo?	-Nema
Budućnost novinarstva sa informacijskom i komunikacijskom tehnologijom	Kako mislite da će se u akademskom smislu razvijati budućnost novinarstva?	-Smatra da ima svoje mjesto ali neće zamijeniti novinara
	Kako to podnose ovi „stariji“ tj. tradicionalniji novinari?	-Sasvim dobro
	Što Vi mislite o budućnosti razvoja informacijske i komunikacijske tehnologije?	-Misli da će se zadržati ljudska strana
	Vidite li se u budućnosti u novinarstvu?	-Zasad misli da hoće

Na osnovu izvršene transkripcije audio snimke intervjua u Tablici 2. induktivnom metodom učinjena je klasifikacija, odnosno postkodiranje odgovora ispitanika do kojeg se došlo višestrukim iščitavanjem.

Kategorije koje su određene za analizu ovog intervjua su: studij i studentski posao, načini korištenja informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu i budućnost novinarstva sa informacijom i komunikacijskom tehnologijom.

Vežano za prvu kategoriju „studij i studentski posao“, ispitanik je odgovarao vrlo ambiciozno.

Verbatim koji se koristi u svrhe ovog završnog rada odabran je između tipičnih odgovora ispitanika na ovo pitanje. Odgovori na pitanja u tablici su skraćene verzije izrečenih odgovora zbog njihove duljine, a potpuni transkript navest će se u nastavku rada. Naglašava se da za potrebe ovog rada transkript odgovora nije korigiran te slijede stil i semantiku naratora da bi priča bila autentična.

*„Kada ste započeli studij novinarstva na Sveučilištu Sjever, koliko vam je dugo bilo potrebno da pronađete studentski posao u struci?“*

*Studij sam započeo 2021. te sam na početku druge godine fakulteta pronašao svoj prvi posao u struci u ženskom odbojkaškom klubu Kaštel, gdje već sada skoro 2 godine uređujem njihove društvene mreže i šaljem priopćenja medijima.“*

*„Kako ste pronašli taj posao?“*

*Trener u klubu je poznanik moje obitelji, tako da sam vidio oglas da traže nekog tko bi vodio društvene mreže. Javio sam se, našli smo se, popričali, shvatili da smo savršeni jedan za drugog, da ja tražim ono što oni trebaju i ništa, krenuli smo. Malo je bilo izazovno na početku jer nisam baš na domaćem terenu što se tiče odbojke, ali brzo se prilagodiš kad te nešto zanima.“*

*„Kada ste pronašli Vaš drugi posao u Međimurskim novinama i kako?“*

*Kolegica se fakulteta je tamo već godinu i pol, također kao vanjski suradnik preko studentskog servisa. Čuo sam dobre stvari o međimurskim novinama. Čuo sam i da nam dozvoljavaju da prioritziramo fakultet i da se sve radi od kuće, tako da sam se javio njima. Odradili smo razgovor i sredinom ožujka 2024. godine počeo sam tamo raditi.“*

*„Jeste li zadovoljni poslom te kako Vam je znanje koje ste stjecali kroz godine na studiju pomoglo u poslu?“*

*Gledajte, teorija je jedno ali praksa je drugo. Jedno je to kaj ti učiš na faksu ali opet drugo je dok ti uđeš u taj svijet pogotovo jer govorimo o svijetu medija gdje je sve toliko nepredvidivo, gdje se sve toliko brzo događa. Mogu reći da mi i nije nešto previše faks pomogao.“*

*„Otkad ste krenuli raditi drugi posao u Međimurskim novinama, da li Vam je bilo jako teško uskladiti akademske obaveze sa poslom?“*

*Pa da je teško nije, ali je malo otežano jer primjerice, uzmimo jedan moj radni dan, dežurstva u Međimurskim novinama složena su tako da se radi 3 ili 4 dana u tjednu po 2 sata i onda 1 dan po 6 sati, to je većinom popodne tako da sam jedan dan uvijek morao preskakati fakultet.“*

*„Kada ste se prvi put u životu ili na fakultetu susreli sa informacijskim i komunikacijskim alatima za potrebe, može biti studija, ili za posao i kojima točno?*

*Što se tiče alata koje koristim dakle tu su wordpress i onda webmail, službenik kojeg rabimo za ovaj službeni redakcijski mail točnije za primanje vijesti i ako većinu i uzimamo iz društvenih mreža jer ljudi nama šalju poruke na Facebook ili Instagram. Sad konkretno alati za usporedbu faksa i posla, nisam se baš susretao sa dosta tih koji bi mi danas koristili. Naravno, tu je word jer većina priopćenje i ostalog se dostavlja u word dokumentima ali sad konkretno ne, nije mi baš previše tu fakultet pomogao. Recimo, mi nismo radili u wordpressu ništa već smo radili u improviziranom to je bila neka word verzija koja nije baš slična ovoj pravoj i dosta je tu bilo toga, neću sada reći zanemareno, nego drugačije pojašnjeno i prikazano tako da mislim da to općenito vrijedi za sve. Jedno je teorija, a onda kada se vi baš suočite s tim u poslovnom okruženju to je onda i praksa primjerice sa intervjuima i ostalim jer jedno je sad da te neki od profesora nauči kako da se pripremaš ili kako strukturirati pitanja i ne znam, potražiti informacije o sugovorniku ali drugo je kad si ti u toj situaciji i kad se sam moraš pripremiti i tako. Tako da nema tu mislim da se radi o struci koja nema toliko teorijskog okvira, točnije ne možete se pripremiti samo ako naštrebate neku knjigu ili znate savršenu proceduru i tehniku pripreme za intervju ili ne znam opremu članka ako ti ne znaš u praksi to brzo napraviti i dobro prikazati u mediju u kojem radiš.“*

Druga kategorija odnosila se na načine korištenja informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu.

*„Kojim se društvenim mrežama ili stranicama koristite kako biste prikupili informacije?*

*Evo recimo primjer, prošli tjedan sam imao 3 intervjuja, a od toga su 2 bila s sportašima i 1 sa tattoo majstoricom i imao sam sreću da su imali već nekoliko gostovanja u podcastovima i na raznim portalima ali isto tako najbolje možete prolistati neki portal ili medij u kojem radite i pogledati koje su stvari već bile objavljivane o toj osobi ili osobama*



*i tako neke bilješke napraviti, pa onda možda i općenito neka općenita pitanja postaviti. To je uvijek korisno i uvijek to zanima čitatelje tipa ciljevi za budućnost, kad su započeli sa prehranom tj. režim prehrane i to, ali mislim da je to dosta individualno. Svakako je priprema ključna jer se Vi morate dobro pripremiti ako već govorimo u intervjuu jer nikad ne znate kakav vam je sugovornik, da li više voli princip da mu Vi velite jednu rečenicu pa on onda nastavi brbljati sljedećih 15 minuta ili je možda malo, da se tako izrazim, zahtjevniji pa je potrebno postavljati potpitanja i malo više možda i gnjaviti. Tako da dobra priprema je svakako ključ i bez toga ništa ne ide jer Vaš sugovornik nikada ne smije ono ni pomisliti da Vi nešto ne znate. Govorimo o ovom što Vam on ili ona priča ili da niste dobro pripremljeni jer ako malo čitate ili slušate neke podcaste sa aktualnim ili bivšim voditeljima, sportskim komentatorima ili ostalima, svaki će vam reći da je svaka sekunda tišine na televiziji kao 10 sekundi u stvarnosti. Bitno je da se te tzv. neugodne tišine svedu na minimum ili da ih uopće nema.“*

*„Što je najvažnije kod načina prikupljanja informacija?*

*Gledajte, sve treba provjeriti. Zato je možda najbolje oslanjati se na tekstove ili podcaste gdje je ta osoba tj. vaš sugovornik bio gost. Kako god, ovisi o kojem se mediju radi, gdje to svojim riječima pripovijedaju jer uvijek je moguće da netko u nekom članku pogriješi ili krivo nešto shvati pa se onda možda i Vi osramotite kasnije.“*

*„Što biste naveli kao nekakvu prednost pri korištenju ove tehnologije?*

*Pa brzinu ali sami to još sve moramo provjeravati jer brzina nije nužno ni prednost jer znamo koliko se gluposti i dezinformacija objavljuju na portalima tako da je svakako dobro provjeriti više puta nešto na što ste naišli ako se radi o intervjuima. Naravno, ako se radi o vijestima koje ste pronašli na nekim službenim stranicama ili ako ste dobili neko priopćenje onda je ok samo prenijeti tako kako ste dobili da ne bi došlo do okretanja ili izvrtnja tuđih izjava.“*

*„Smatrate li da Vaše kolege koriste informacijsku i komunikacijsku tehnologiju (Chat GTP, AI...) pri slaganju tekstova?*

*Osobno ne koristim umjetnu inteligenciju ali vjerujem da danas ima dosta već tih slučajeva. Mislim, ne treba bježati od toga, nije to ništa loše i trebamo pozdraviti svaki dodatak novinarskoj struci ali naravno ne treba se oslanjati na to jer umjetna inteligencija nam može pomoći ako već ima podataka o tome, a ako nema ona ne može stvoriti nešto iz ničega. Što se tiče konkretno u pisanju vijesti mislim da ne može pomoć ali definitivno može iskopati neke stvari koje možda ne bi mi na prvu no opet kažem treba to provjeriti jer od*

*umjetne inteligencije nećete dobiti izvore, a to je ono što je najvažnije u novinarstvu jer bez izvora Vi nemate nikakav kredibilitet koji se teško stječe, a jako se lako gubi.“*

*„Koje softvere ili baze koriste „stariji“ članovi u redakciji za uređivanje članaka prije objava, kako izgleda taj proces i kako se time služe?*

*Naravno glavni je wordpress i tamo stavljamo tekstove, ubacimo ključne riječi u oznake, natpise, alternativne upise, fotografija i sve, a ako morate napraviti neku dobru fotografiju koristimo, točnije ako trebamo napraviti kolaž, ako imamo više dobrih fotografija, koristimo foto joiner gdje možete neke efekte ubaciti da to još bolje izgleda, a za besplatne fotografije za koje ste primorani da morate uzimati jer naravno, ne dobijete uvijek tekst sa punom opremom i fotografijama, koristimo unsplash pixa B ili shaderstuck.“*

*„Što se tiče samog intervjua, kojim se alatima koristite tokom njega?*

*To Vam je vrlo jednostavno. Dakle, jedino što vam treba je zapravo diktafon koji danas svaki pametni telefon ima. Sami razgovor snimate preko diktafona i naravno imamo kolege koji to rade onda preko transkriptora ili ostalih programa ali meni je osobno najlakše staviti slušalice i to u miru sat vremena ili koliko god treba tipkat tako da tako je najpouzdanije jer većinom nemate toliko u praksi slučajeva ovih strukturiranih intervjua, dakle pitanje i odgovor već imate dosta potpitanja pa vam neke stvari sinu u sekundi i ne možete Vi onda pustit jednom programu da Vam to sve natipka već si sami posložite sve. Na kraju krajeva pošto se radi o tiskanom izdanju točnije intervjuu, ne idu na portal, barem ne cijeli i mislim da je to slučaj svugdje. Vi ste ograničeni prostorom, točnije brojem slova tako da Vaš program ne može točno znati koliko Vi znakova tj. na koliko ste ograničeni i koliko Vam prostora treba.“*

*„Kakva je komunikacije unutar redakcije te kakvim se alatima koristite za nju?*

*Pa imamo sreću što su i naš direktor i naša glavna urednica susretljivi i uvijek spremni pomoć tako da nam je najjednostavnije mislim pomaže nam činjenica da imamo svi zajedničku grupu na Viberu i svaki od mojih kolega je uvijek spreman uskočiti ako je neki problem ali najjednostavnije je naravno nazvati ili obratiti se preko poruke urednici ili šefu. Što se tiče recimo sastanaka, svaki petak dakle naš tjednik izlazi petkom, i svaki petak imamo u 9:00 redakcijski sastanak gdje se radi raspored za naredni tjedan, teme se iznose, dakle tu svatko iznese što ima u planu za sljedeći tjedan.“*

*„Ima li u tome što radite od doma i nemate nikakav doticaj sa redakcijom uživo, nekakve negativne posljedice na Vaše iskustvo?*

*U ovom slučaju nije jer se sve može riješiti jednim pozivom. Velim, ako je baš nešto gadnije onda sa više njih ali meni osobno više paše ovako jer volim raditi u mirnom okruženju.“*

Treća, ujedno i posljednja kategorija jest kategorija vezana za budućnost razvoja i opstanka novinarstva uz razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije, odnosno alata.

*„Kako mislite da će se u akademskom smislu razvijati budućnost novinarstva?*

*A mislim da nitko nije, da to tako kažem, protiv umjetne inteligencije jer kako sam rekao ranije, ona ima svoje mjesto i može Vam pomoći ali opet nije dobro sad ako Vi nju konstantno koristite. Ljudi će brzo prepoznati koji su tekstovi autentični i brzo će prepoznati one koji to nisu jer zna se koji je i kakav je stil umjetne inteligencije, to je sve puno epiteta i samo nagomilavanje riječi bez nekog dubljeg značenja da to tako kažem. Dok ipak to nije novinarski stil, već administrativni. Tako da velim, ima svoje mjesto u ovoj struci ali ono, umjetna inteligencija ne može stvoriti nešto ako nema već informacija, a u većini se našoj struci radi o vijestima koji su ekskluziva, a umjetna inteligencija ne može napraviti vijest ako nema sve prethodne informacije koje su potrebne. Uvijek će imati neke dodatne ideje ili dati ideje za pitanja vezana uz intervju iz neke perspektive na koju Vi niste odmah obratili pozornost ali sada da će zamijeniti novinare i da će se sve to „porobotiti“ ne, nikako.“*

*„Kako to podnose ovi „stariji“ tj. tradicionalniji novinari?*

*Što se tiče starijih kolega, iz mog iskustva sasvim dobro koriste sve komunikacijske alate i informacijske kojima se mi mlađi tj mi studenti služimo, jer gledajte Wordpress oni koriste već desetak- petnaestak godina i nije to sad nešto novo. Naš portal postoji od 2001. godine, tako da vjerujem da im je bila možda promjena na početku, a sad što se tiče umjetne inteligencije mislim da je njima to možda i najmanji problem i da se mi mlađi i kolege i studenti više koristimo njome jer znamo da nam je dostupno. Oni vjerujem, imaju puno širi spektar ovog vokabulara nego mi i da njima puno lakše napisati neki tekst.“*

*„Što Vi mislite o budućnosti razvoja informacijske i komunikacijske tehnologije?*

*Pa mislim da ću svakako zadržati ljudsku stranu pisanja tekstova jer mislim da si svi mi bolje osjećamo kad nešto sami napravimo, nego kad nam to običan program omogući i odradi umjesto nas, barem je to tako u mom slučaju, a sad kao i uvijek tko voli neka izvoli*

*ali velim, ima to svoje mjesto, ima svoje mjesto u novinarstvu i svugdje zapravo ali da će zamijeniti, neće. Mislim da je to nemoguće jer ne može stvoriti nešto ni iz čega.“*

*„Vidite li se u budućnosti u novinarstvu?*

*Mislim da je možda malo prerano za to govorit. Zasad planiramo još na obje strane i u klubu i u Međimurskim novinama, a onda za dalje ćemo vidjeti. Ovako mi se zasad sviđa i volim balansirati te dvije strane medijske struke.“*

### **5. 3. Zaključak etnografskog istraživanja**

U ovom dijelu istraživanja cilj je bio prikazati osobno iskustvo jednog mladog novinara koji koristi informacijske i komunikacijske alate u svom poslu te kako oni utječu na sami rad struke. Intervju je prošao uspješno te su odgovori na pitanja vrlo detaljna. Odgovori su povezani sa jako puno osobnog iskustva i prakse koju ispitanik još uvijek stječe u akademskom smislu kao i poslovnom. Cijelo vrijeme je sjedio opušteno i u nijednom trenutku nije bio negativno nastrojen.

## 6. Zaključak

Prilikom izrade ovog istraživanja suočili smo se sa nekoliko poteškoća i izazovima, ali na kraju smo dobili izuzetno zanimljive podatke. Uspjeli smo objasniti koliko se informacijska i komunikacijska tehnologija koristi u novinarstvu, koje su njezine prednosti, a koje nedostaci i koja su predviđanja za budućnost novinarstva uz razvoj ove tehnologije. Isto tako, objasnili smo važnost IKT-a u struci i s kojim se etičkim izazovima suočavaju novinari pri korištenju istog.

Nakon provedbe metodičkih zadataka – analize anketnog upitnika i etnografskog istraživanja, dobila sam podatke koji su raznoliki, ali njihova raznolikost nije jako izražena.

Anketnim istraživanjem na uzorku od 38 ispitanika, dobi od 20 do više od 60, uočila sam kako većina ispitanika, više od polovice njih, radi u medijskim tvrtkama i koriste se informacijskim i komunikacijskim alatima u svojoj struci, a prema njihovim odgovorima ustanovila sam kako je mnogo ispitanika iskusilo pozitivno strane korištenja istih, pa su tu odgovori poput: „Lakše i brže prikupljanje podatka. Loše ako se upadne u zamku da tehnologija zamjeni kritičko razmišljanje i pisanje.“, „Zato što čovjek donosi odluke i upravlja procesima, a tehnologija mu služi.“, „Ako se alati koriste pametno, uvijek su dobri. Ako se ne znamo njima služiti, onda su loši.“ Isto tako, ispitanici su naveli neke od alata koje koriste u svojoj struci, pa tako imamo primjerice: WordPress za pisanje članaka, Sofascore koja daje sportsku statistiku i novosti kako bi se pisali novi članci o događajima, Radio-Assist 8.2.191, Microsoft alati za obradu teksta i slika, društvene mreže i razne internetske pretraživače poput Google i dr. Ono što su ispitanici odgovorili kada im se postavilo pitanje vezano uz informacijske i komunikacijske alate i njihovih prednosti, odnosno zašto su određene aplikacije bolje od drugih kojima se koriste, bilo je primjerice: najlakše su za snalaženje; omogućuju brzu objavu vijesti; Thunderbird ima puno kvalitetnije baratanje e-poštom od Outlooka; Excel za obradu podataka; analizu; Google Alerts jer dolaze vijesti po slobodno zadanim ključnim riječima; pristupačnost u svom radu; jednostavnost pri obradi tekstova; prilagođenost; nema drugih i boljih, alati se koriste u firmi, aplikacije su jednostavno nužne za novinarski rad i rad u svijetu visoke tehnologije i dr. Svi su dali veliki niz prednosti kojima se susreću pri korištenju alata, a iz dobivenih rezultata većinom se ponavljaju prednosti: brzina i lakše korištenje.

Za etnografsko istraživanje odabrala sam AV snimku intervjua sa studentom Lukom Pongračićem, na temu korištenja informacijskih i komunikacijskih alata u novinarstvu. Na temelju istraživanja sugovornik je odgovarao jako opširno na postavljena pitanja te je svoje znanje o temi jako dobro podijelio. Odabrala sam ovaj intervju upravo zato što je u njemu jedan student dao svoje osobno iskustvo rada u lokalnim medijima i kako se koristi informacijskim i

komunikacijskim alatima te koji su to. Pri postavljenom pitanju „Što biste naveli kao nekakvu prednost pri korištenju ove tehnologije?“ htjela sam otkriti njegov osobni stav o prednostima korištenja IKT alata u svojoj struci, na što je on odgovorio kako su to: brzina, manjak dezinformacije, dodatne informacije koje ona nudi i sl. Ovo se može povezati sa pitanjem iz anketnog upitnika gdje su ispitanici slično odgovorili na postavljeno pitanje „zašto su te aplikacije bolje?“ Spomenuti alati u anketnom upitniku mogu se također povezati i sa onima koje je sugovornik u intervjuu naveo kada mu se postavilo pitanje kojim se alatima koristi u svojoj struci, a to su bili: Wordpress, Microsoftovi programi, društvene mreže (Instagram, Facebook). Isto tako, povezanost između anketnog upitnika i ovog intervjua može se uočiti još i u jednom postavljenom pitanju ispitanicima: „zašto je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije dobro, a zašto loše?“ Na što je jedan od ispitanika odgovorio sa: „Dobro, jer ništa ne postoji bez tehnologije. Loše je, jer se tehnologija razvija alarmantnom brzinom.“ Upravo ono se može povezati sa etnografskim istraživanjem gdje je postavljeno pitanje: „Kako mislite da će se u akademskom smislu razvijati budućnost novinarstva?“ gdje je sugovornik odgovorio gotovo isto. Iz toga se može zaključiti kako korištenje IKT alata vodi ka pozitivnim promjenama u budućnosti novinarstva.

Prema svemu može se zaključiti kako informacijska i komunikacijska tehnologija ima snažan učinak na razvoj društva, a pogotovo u ovom slučaju na novinarstvo. Također, važno je naglasiti kako se upravo ovi alati razvijaju iz dana u dan i kako novinari moraju biti spremni na svaku promjenu i izazove koji ih čekaju. Najvažnije od svega je držati se etičnosti i djelovati u skladu s osnovama struke, odnosno moralno. Bez obzira na brzi razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije, kao i brzine distribucije informacija, ona ne bi smjela utjecati na načela u novinarstvu.

LIBROM  
ALITERARIUM

Sveučilište  
Sjever



SVEUČILIŠTE  
SJEVER

#### IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski/specijalistički 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 stručnog rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Diana Klatić (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog/specijalističkog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Integracijski i komunikacijski aspekti učenarstva (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Diana K  
(vlastoručni potpis)

Sukladno članku 58., 59. i 61. Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti završne/diplomske/specijalističke radove sveučilišta su dužna objaviti u roku od 30 dana od dana obrane na nacionalnom repozitoriju odnosno repozitoriju visokog učilišta.

Sukladno članku 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.

## 7. Literatura

Knjiga:

1. S. Russel: Kao čovjek, Školska knjiga, Zagreb, 2022.

Članci:

2. Plenković, M. (2012.) Mediji i tehnologija, 108- 110
3. Nadrljanski, M. (2007) Digitalni mediji u obrazovanju, 527-537

Zbornik:

4. Smiljčić, I., Livaja, I., Acalin, J. (2017) ICT u obrazovanju. Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, Vol. 11, str. 157-160

Stručni i znanstveni radovi:

5. Dragičević Prtenjača, M., Zagorec, M. (2022) Ponešto o privatnosti, pravu na privatnost i njezinoj zaštiti u Hrvatskoj kroz kazneno djelo Nedožvoljene uporabe osobnih podataka, Vol. XIV, str. 57-58
6. Mecanović, I. (1991) Marketing informacija, No. 15, str. 131-133
7. Grmuša, T., Prelog, L. (2020) Uloga novih tehnologija u borbi protiv lažnih vijesti iskustva i izazovi hrvatskih medijskih organizacija, Vol. 11, str. 131-132
8. Bosamia M., (2013) Pozitivni i negativni učinci informacijske i komunikacijske tehnologije u našoj svakodnevici, PDF, str. 4
9. Majstorović, D., Ivanuš, Ž., Vilović, G. (2023) Etička orijentacija i profesionalne dileme: Stavovi studenata novinarstva Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, Vol. 14 str. 120
10. Uldrijan, I., Ciboci Perša, L., Labaš, D. (2023) Novinar u doba umjetne inteligencije – Može li Chatbot postati autor u medijima? Vol. X str. 202
11. Benčić, I. (2022) 'Umjetna inteligencija u novinarstvu: mogućnosti primjene i etički aspekti', Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija, Odsjek za komunikologiju, citirano (pristupljeno: 20.7.2024.)  
<https://zir.nsk.hr/islandora/object/hrstud%3A2898/datastream/PDF/view>
12. Tkalac Verčić, Ana; Sinčić Ćorić, Dubravka; Pološki Vokić, Nina. 2010. Priručnik za metodologiju istraživačkog rada. M.E.P. d.o.o. Zagreb. (pristupljeno: 10.7.2024.  
[https://kupdf.net/download/prirunik-za-metodologiju-istraivakog-rada\\_597737c2dc0d606d27043377\\_pdf](https://kupdf.net/download/prirunik-za-metodologiju-istraivakog-rada_597737c2dc0d606d27043377_pdf) )
13. Relja, R. (2011) Metodološke posebnosti suvremenog etnografskog istraživanja, Vol. 4, str. 179

Interneski izvori:



14. <https://www.enciklopedija.hr/clanak/informacijska-i-komunikacijska-tehnologija> (pristupljeno: 10.7.2024.)
15. <https://ourworldindata.org/brief-history-of-ai> (pristupljeno: 10.7.2024.)
16. <https://hr.differkinome.com/articles/general/difference-between-survey-and-questionnaire.html> (pristupljeno: 10.7.2024.)
17. <https://www.forbes.com/advisor/business/software/sprout-social-vs-hootsuite/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
18. <https://www.markething.hr/sto-su-influenceri-i-sto-sve-trebate-znati-o-njima/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
19. <https://www.forbes.com/advisor/business/software/sprout-social-vs-hootsuite/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
20. <https://www.geeksforgeeks.org/what-is-web-scraping-and-how-to-use-it/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
21. <https://www.ibm.com/topics/internet-of-things> (pristupljeno: 10.7.2024.)
22. <https://www.ictbusiness.info/poslovnarjesenja/sto-je-to-zapravo-big-data-i-gdje-se-primjenjuje> (pristupljeno: 10.7.2024.)
23. <https://theecommanager.com/tools/ecommerce-crm/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
24. <https://www.techtarget.com/searchbusinessanalytics/definition/big-data-analytics> (pristupljeno: 10.7.2024.)
25. [https://web.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2021/02-03-01\\_01\\_2021.htm](https://web.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2021/02-03-01_01_2021.htm) (pristupljeno: 10.7.2024.)
26. <https://www.techopedia.com/definition/24152/information-and-communications-technology-ict> (pristupljeno: 10.7.2024.)
27. <https://www.journaliststoolbox.org/2023/05/25/ai-tools-for-journalists/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
28. [How Must Journalists and Journalism View Generative AI? - Markkula Center for Applied Ethics \(scu.edu\)](https://www.scu.edu/ethics/all-about-ethics/the-relationship-of-morality-and-technology/) (pristupljeno: 10.7.2024.)
29. <https://transkriptor.com/hr/umjetna-inteligencija-u-novinarstvu/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
30. <https://dznep.hr/je-li-umjetna-inteligencija-opasnost-za-novinarska-autorska-prava/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
31. <https://www.scu.edu/ethics/all-about-ethics/the-relationship-of-morality-and-technology/> (pristupljeno: 10.7.2024.)
32. <https://www.hnd.hr/113-godina-hrvatskog-novinarskog-drustva-devedeset-godina-zivota-prvog-predsjednika-hnd-a-u-samostalnoj-hrvatskoj-ante-gavranovica> (pristupljeno: 10.7.2024.)

33. <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara1> (pristupljeno: 11.7.2024.)
34. <https://julienflorkin.com/hr/tehnologija/umjetna-inteligencija/ai-etika/> (pristupljeno: 11.7.2024.)
35. <https://www.scu.edu/ethics/focus-areas/technology-ethics/> (pristupljeno: 21.7.2024.)

## 8. Popis slika

Slika 1 Povijesni prikaz razvoja ICT-a .....	3
Slika 2 Distribucija odgovora: Dob? .....	23
Slika 3 Distribucija odgovora: Rod?.....	23
Slika 4 Distribucija odgovora: Stupanj obrazovanja? .....	24
Slika 5 Distribucija odgovora: Što ste završili/studirate?.....	24
Slika 6 Distribucija odgovora: Radni odnos?.....	26
Slika 8 Distribucija odgovora: Koristite li se informacijskom i komunikacijskom tehnologijom? .....	29
Slika 9 Distribucija odgovora: Pomaže li Vam informacijska i komunikacijska tehnologija za potrebe Vaše struke? .....	33
Slika 10 Distribucija odgovora: Smatrate li da je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije dobro ili loše za budućnost novinarstva?.....	33

## 9. Popis tablica

<a href="#">Tablica 1 Dob ispitanika (N=38)</a> .....	22
<a href="#">Tablica 2 Tvrdnje ispitanika o vrsti institucije u kojoj rade (N=38)</a> .....	25
<a href="#">Tablica 3 Tvrdnje ispitanika koliko ih ima u sustavu na radnome mjestu (N=38)</a> .....	26
<a href="#">Tablica 4 Tvrdnje ispitanika s kojim područjem u novinarstvu se točno bave (N=38)</a> .....	27
<a href="#">Tablica 5 Prisutnost korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT) u novinarstvu (N= 38)</a> .....	28
<a href="#">Tablica 6 Tvrdnje ispitanika o informacijama koje obrađuju (N= 38)</a> .....	29
<a href="#">Tablica 7 Tvrdnje ispitanika o aplikacijama (software, baze...) koje koriste i u koje svrhe (N=38)</a> .....	30
<a href="#">Tablica 8 Tvrdnje ispitanika o tome zašto su te aplikacije bolje (N=38)</a> .....	32
<a href="#">Tablica 9 Tvrdnje ispitanika o tome zašto je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije dobro, a zašto loše (N=38)</a> .....	34
<a href="#">Tablica 10 Tvrdnje ispitanika o tome mogu li zamisliti budućnost novinarstva bez korištenja informacijske i komunikacijske tehnologije (N=38)</a> .....	35
<a href="#">Tablica 11 Obilježja etnografskog istraživanja – analiza audio snimke s studentom Lukom Pongračićem u sklopu snimljenog intervjua (N=1)</a> .....	38
<a href="#">Tablica 12 Kodni list: Kategorizacija i postkodiranje odgovora – analize audio snimke intervjua sa studentom (N=1)</a> .....	40