

Dr. Semina Ajvaz
Fakultet humanističkih nauka, Univerzitet „Džemal Bijedić“ u Mostaru
Dr. Samira Demirović
Vlade Federacije Bosne i Hercegovine

UDK 316.77 (497.6)
DOI 10.57136/2744-2500.2022.17.17.203
Izvorni naučni rad

IZVJEŠTAVANJE BOSANSKOHERCEGOVAČKIH PORTALA

SAŽETAK

Razvoj tehnologije donio je neke nove oblike komuniciranja i plasiranja informacija. Medijski sadržaji iz štampanih medija prešli su na internet platforme odnosno web portale i društvene mreže. Time je počela era online novinarstva. Uzimajući u obzir ekspanziju online medija postavlja se pitanje kome vjerovati i kako odabrati najkvalitetnije sadržaje kada se treba odlučiti između hiljade sličnih stranica? Vjerodostojnost je najveće pitanje u poslu online novinarstva. U pravilu bi sve informacije morale biti provjerene, no, u mnogo slučajeva to nije tako. Zbog toga novinari često koriste riječ „navodno“. Prednost je dakako velik broj javnosti koji mogu pročitati vijest. Cilj ovog rada je utvrditi na koji način su bosanskohercegovači portali Klix.ba, Avaz.ba, Bljesak.info, Večernji.ba, Glassrpske.com i Srpska info. prezentirali sadržaje o koronavirusu. Sadržaji su analizirani i to prema osnovnim parametrima kojima se utvrđuje vjerodostojnost i objektivnost medijskog izvještavanja.

Ključne riječi: mediji, online mediji, novinarstvo, portali.

Uvod

Svako ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja. To pravo uključuje slobodu zadržavanja mišljenja bez uplitanja i slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja putem bilo kojeg medija i bez obzira na granice. Tako stoji u članu 19. Opće deklaracije o ljudskim pravima. To pravo ni u jednom mediju nikada nije dolazilo do izražaja koliko na internetu.

Međutim, kome vjerovati i kako odabrati najkvalitetnije sadržaje kada se treba odlučiti između hiljade sličnih stranica? Vjerodostojnost je najveće

pitanje u poslu online novinarstva. U pravilu bi sve informacije morale biti provjerene, no, u mnogo slučajeva to nije tako. Zbog toga novinari često koriste riječ „navodno“. Prednost je, dakako, da velik broj javnosti može pročitati vijest. Upotreba animirane slike ili kratkog videa ponekad može više dočarati od dvije stranice teksta. Interakcija s korisnicima nije moguća u štampanom izdanju novina dok je u digitalnom ona moguća i to u realnom vremenu.

Upotreba interneta u medijskom prostoru donijela je brojne prednosti, ali i značajne nedostatke. Tako su zahvaljujući novim tehnologijama dobili mediji, brži od svih dosadašnjih, aktivan 24 sata dnevno, mediji koji pomjera prostorne i vremenske koordinate, stvara vlastiti virtuelni prostor i vrijeme, te tjera i nas da živimo u njemu.

1. Online mediji i online novinarstvo

Razvoj tehnologije donio je neke nove oblike komuniciranja i plasiranja informacija. Medijski sadržaji iz štampanih medija prešli su na internet platforme odnosno web portale i društvene mreže. Time je počela era online novinarstva. „Prema Brautoviću online mediji su web stranice čija svrha je informiranje korisnika, neovisno o tome o kakvom se sadržaju radi i neovisno o tome radi li se o digitalnom izdanju klasičnih medija ili novog medija“ (Brautović 2011:13). Online mediji i online novinarstvo spadaju u jednu posebnu kategoriju, a predstavljaju spoj znanja i vještina iz navedenog područja sa savremenim tehnologijama. Pojava i razvoj interneta i tehnologija medijima je pružio mogućnosti da sadržaje i poruke plasiraju na potpuno drugačiji način. To znači da su se online mediji, a samim tim i online novinarstvo prilagodili savremenom dobu, pa recipijentima informacije pružaju neposredno nakon što se one dogode i dostupne su širokim masama ljudi. Njihova prednost jeste i upotreba multimedije, odnosno fotografija i video sadržaja, a putem kojih se vrlo često događaji bolje prezentiraju nego isključivo tekstem. „Današnji novi mediji temelje se na audiovizualnim iskustvima radija i televizije (...) te petostoljetnom iskustvu tiska i nakladništva“ (Peruško 2011: 204). Za razliku od tradicionalnih, online medijima može se pristupiti u bilo koje vrijeme, a da recipijenti ne osjećaju bojazan da li će novine biti prodane ili neće biti u mogućnosti pogledati određenu TV emisiju. Načela koja razlikuju online medije od klasičnih su izvor novost i način prezentacija. „Njihova temeljna prednost je u tome što ne postoji ograničenje vremena i prostora. Također imaju i globalni doseg, a tehnologija omogućuje objavu novosti neposredno nakon događanja ili u stvarnom vremenu“ (Brautović 2011:14).

Brautović navodi „četiri prednosti koje tradicionalni mediji ne mogu postići:

- prva prednost je raznovrsnost, u online novinarstvu vrlo je važno da je obrađena priča ponudila velik broj različitih ljudi i mnogo događaja koji su vezani uz temu.
- sledeća prednost je širenje. Drugim riječima, prednost je informacija na internetu što se one mogu čuvati, a kada nam nove informacije postanu dostupne isti tekst možemo kasnije nadopuniti zbog neograničenosti prostora.
- treća je prednost što internet ima mogućnost davanja cijelog konteksta određenoj temi u trenutku događanja.
- Na kraju je riječ i o kvalitetu. Ako se u tekstu dogode greške u smislu krivih informacija ili samo tipfelera, one se vrlo lako mogu ispraviti. Upravo zbog naknadne mogućnosti izmjene kontrola tekstova nije na istoj razini kao u tradicionalnim medijima. Međutim, i dalje je informaciju bolje ispraviti čim shvatimo grešku, nego da moramo čekati novi broj novina kako bi učinili isto“ (Brautović: 2011: 44-45).

Međutim, online mediji imaju i niz negativnosti. Objavljujući informacije neposredno nakon događaja, vrlo često plasiraju netačne i neprovjerene informacije. Također, s obzirom na činjenicu da online mediji djeluju na osnovu reklama i marketinga, njihov rad vrlo često zasniva se na senzacionalističkim i tabloidnim sadržajima bez obzira na to o kakvoj tematici se radi. Tako se čini da je posljednjih godina online novinarstvo preuzelo primat senzacionalizma. Osmančević navodi da je „koncept po kojem je novinarstvo ranije funkcionisalo: ‘provjeri, pa objavi’ zamijenjen konceptom: ‘objavi, pa provjeravaj’ (jer ako mi ne objavimo vijest sad i odmah, učinit će to konkurencija) i to je zapravo suštinska promjena koju je u novinarstvo unijela nova tehnologija“ (Osmančević, 2009).

2. Karakteristike interneta

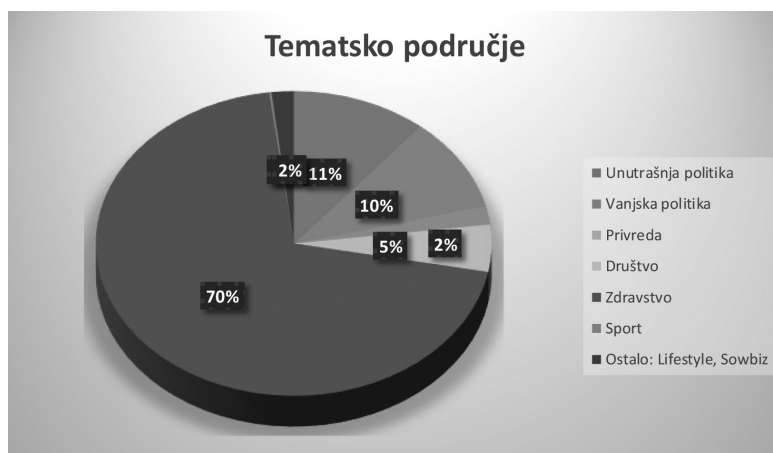
Upravo je internet donio brojne i bitno drugačije mogućnosti u odnosu na tradicionalne medije. Neposrednost je karakteristika interneta koja omogućuje da se događaj ili predmet što više približi korisniku. Ona se manifestira u aktualnosti obnove sadržaja u online medijima jer omogućuje objavljivanje informacija trenutno, bez trošenja vremena na štampu ili na fizičku distribuciju. Prednosti neposrednosti koje klasični mediji ne mogu

postići tiču se raznovrsnosti (najvažnije priče nude veliki broj različitih ljudi i događaja vezanih uz temu), širenje (novim se informacijama dopunjuju prethodne zbog neograničenosti prostora i korisnik je na taj način cjelovito informiran), kvaliteta (lako se ispravljaju pogreške i nanovo objavljuju ispravne informacije), te kontekst (internet omogućuje davanje cijelog konteksta određenoj temi u trenutku događanja). Nedostatak neposrednosti je lagana izmjena sadržaja što vodi u nepostojanje kontrole informacija koju klasični mediji posjeduju.

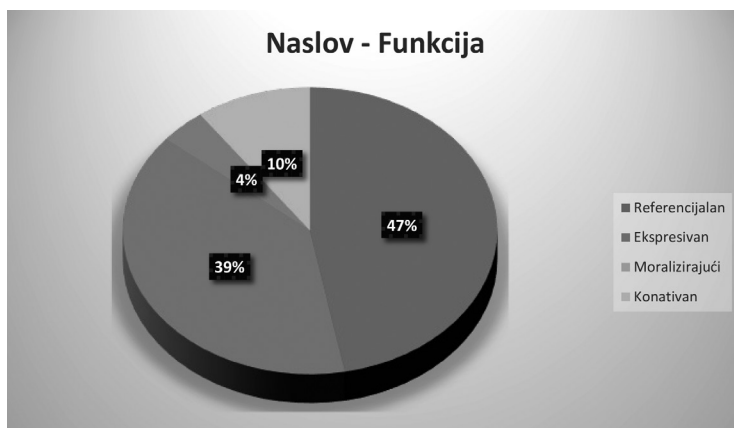
Interaktivnost je temeljna karakteristika interneta i često se ističe kao razlog njegove popularnosti. Međutim, kada se govori o internetskom novinarstvu, većina online medija ima mali stepen interaktivnosti jer profesionalni komunikator (novinar, urednik...) „pakira“ poruku i dostavlja je pasivnim korisnicima. S druge strane, pojedini mediji dopuštaju određeni nivo personalizacije pri čemu korisnici sami odlučuju koje će se novosti prikazati na prvoj stranici online medija ili koje će vijesti primati elektroničkom poštom. Multimedijalnost se definira kao upotreba više različitih medijskih izraza (tekst, audio i video sadržaji, grafika, animacija) za prenošenje informacija. Takav način prezentacije često smanjuje vrijednost sadržaja za korisnike jer im reklame ili videosnimke odvlače pažnju s teksta. Prednost koju nudi multimedijalnost u odnosu na klasične medije je da korisnik lično bira smjer priče. To je osnovna razlika između „novomedijske“ multimedije i one koju nudi, primjerice, televizija (iako i televizija već sada ima tu mogućnost). Nelinearnost omogućuje korisnicima da odmah preuzmu informacije koje žele, bez potrebe da pregledavaju cijeli sadržaj dok ne pronađu ono što traže. Temelj nelinearnosti je povezivanje poveznicama jer one potiču korisnike da čitaju na nelinearan način. Klasični mediji imaju linearno organiziran sadržaj, pa tako primjerice slušatelj radija može samo čekati dok završe vijesti i vremenska prognoza kako bi čuo stanje u prometu. On ima vrlo malo kontrole nad sadržajem koji želi slušati. Arhiviranost je sama po sebi velika prednost online medija nad klasičnima jer označava pohranjivanje i ponovno prikazivanje velikih količina informacija. Osim novih izdanja, arhivirati se mogu i stara, klasična izdanja novina. Primjerice, Washington Post je arhivirao sva svoje izdanja od 1877. godine do danas, te tako stvorio kolekciju svih izdanja na jednome mjestu, a ujedno i sačuvao sve objavljene informacije.

3. Rezultati istraživanja

Istraživanje se odnosilo na izvještavanje portala u Bosni i Hercegovini o koronavirusu u periodu od 16.3.2020. do 31.3.2020. godine. U navedenom periodu na portalima je objavljeno **5.619** vijesti. Portali su iskoristili "zakuhanje" situacije te su iz dana u dan povećavali broj objavljenih vijesti. Istraživanje je obuhvatilo šest portala: **Klix.ba, Avaz.ba, Bljesak.info, Večernji.ba, Glassrpske.com i Srpska info**. Sadržaji su analizirani i to po osnovnim parametrima kojima se utvrđuje vjerodostojnost i objektivnost medijskog izvještavanja.



Brojčano: Unutrašnja politika(618), Vanjska politika (562), Privreda (112), Društvo (281), Zdravstvo (3934), Sport (56), Ostalo (56).



Referencijalan (2641), Ekspresivan (2191), Moralizirajući (225), Konativan (562).

Naslov ima veoma važnu ulogu u novinarstvu, a posebno u online medijima. Od funkcije, veze sa tekстом, dužine i istaknutosti zavisi stepen objektivnosti, tačnosti i pristrasnosti medijskog sadržaja.

Referencijalan naslov – naslov koji se referira, odnosi na tekst,
Ekspresivan naslov – skandalozan, bombastičan,
Moralizirajući naslov.

Zabrinjava podatak da je skoro 40% ekspresivnih naslova što već narušava objektivnost jer emocije ne trebaju biti zastupljene u medijskom sadržaju niti sugerirati javnosti na pozitivno i negativno.



Odražava suštinu teksta (2866), Najavljuje više nego što sadrži tekst (2641), Odnosi se samo na dio teksta (112).

ISTRAŽIVANJA

Posebno je zabrinjavajuće što 48% medijskih sadržaja najavljuje više nego što sadrži tekst, što znači da novinari nisu objektivni i pišu naslove kako bi bili više čitani – clickbait, senzacionalizam.



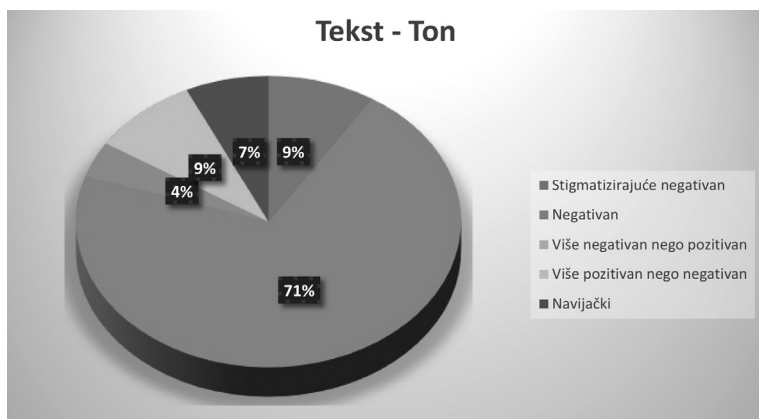
Dominira u odnosu na ostale naslove: 5619



- Pozitivan: 2866, Negativan: 3933, Neutralan: 169
- Tekst – faktografska zasnovanost
- Broj podataka po danu: 1264 prosjek, ukupno 18960.

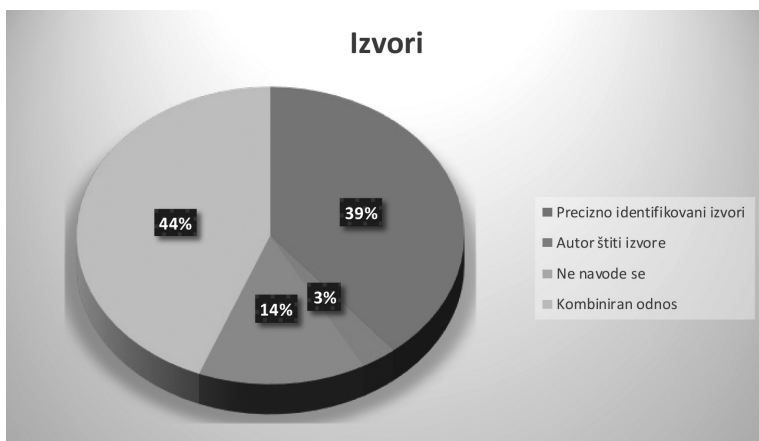
Narušeni su principa objektivnosti, neutralnosti što su osnovna načela medijskog izvještavanja. Svaka polarizacija nastala kao proizvod subjektivnog pristupa narušava profesionalne medijske standarde i dovodi u pitanje tačno izvještavanje javnosti.

SEMINA AJVAZ, SAMIRA DEMIROVIĆ: IZVJEŠTAVANJE
BOSANSKOHERCEGOVAČKIH PORTALA



- Stigmatizirajuće negativan: 506
- Negativan: 3989
- Više negativan nego pozitivan: 225
- Više pozitivan nego negativan: 506
- Navijački: 393

Negativan ton koji novinari koriste u izvještavanju javnosti, također zabrinjava i dovodi u pitanje etičke principe i novinarsku deontologiju.



- Precizno identifikovani izvori: 2191
- Autor štiti izvore: 169
- Ne navode se: 787
- Kombiniran odnos: 2472

Interesantno je da samo 39% jasno identifikovani izvori. Prenošnje podataka u vrijeme pandemije gdje novinari štite ili ne navode izvore se može

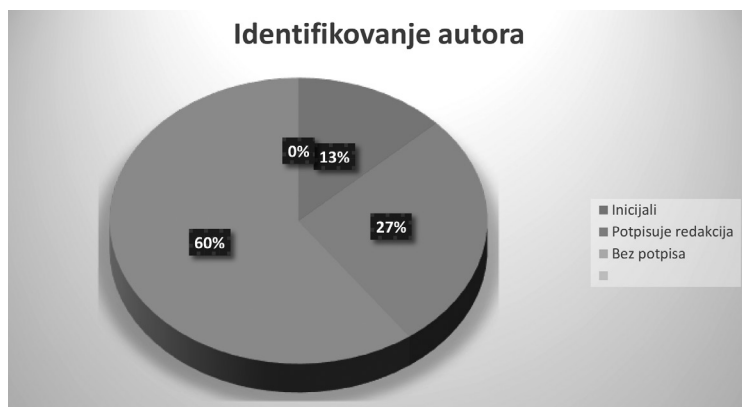
ISTRAŽIVANJA

ozbiljno odraziti na opću situaciju u vrijeme pandemije, proizvesti pometnju i paniku te dezinformirati javnost.



- Jasno razdvajanje činjenica i komentara: 1686
- Činjenice i komentari pomiješani: 3708
- U tekstu nema komentara: 169
- U tekstu nema činjenica: 56

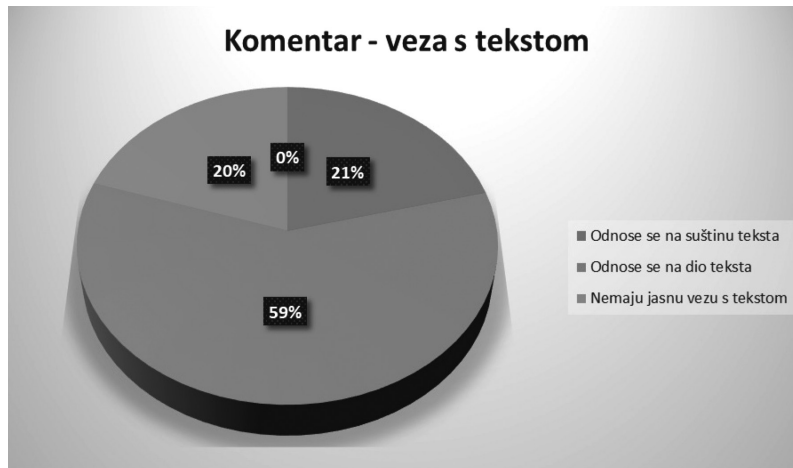
S obzirom na to da novinarska pravila nalažu da se u formama teksta trebaju jasno razdvojiti činjenice i komentari, rezultati analize pokazuju da novinari na analiziranim portalima to ne rade. Tako imamo čak 66% tekstva gdje su činjenice i komentari pomiješani. Ovakva pojava svjesno sugerira čitaocu te ga navodi na željeni zaključak autora teksta.



- Inicijali: 730
- Potpisuje redakcija : 1517
- Bez potpisa: 3372

Analiza je pokazala čak 60% bezimernih autora što upućuje na vjerodostojnost autora. Etika nalaže da iza javno objavljenog teksta mora stajati ime autora.

Broj komentara 161247. Prosjek po danu 10750.



- Odnose se na suštinu teksta: 1180
- Odnose se na dio teksta: 3315
- Nemaju jasnu vezu s tekstem: 1124

Interesantno je koliko su komentari upućeni na objavljeni tekst su u vezi sa sadržajem teksta. Prosječno po danu imali smo 10.750 komentara od kojih se samo oko 20% odnosilo na suštinu teksta. Treba napomenuti da komentari predstavljaju produženi dio vijesti i da upravo ovakva mogućnost dvosmjerne komunikacije predstavlja veliku opasnost profesionalizmu, jer se komentatori pojavljuju pod skrivenim identitetom tzv. nicknamovi, botovi, koje je postalo moderno zanimanje, moderno političko zanimanje, rušenje konkurencije, a poseban problem jeste jezik koji se koristi u tim komentarima sa elementima mržnje, psovanja, netrpeljivosti.

Zaključak

U cilju ostvarivanja što većeg broja klikova, samim tim i većeg profita, kao i ostvarivanja pojedinaca ili grupa pod čijom su vlašću online mediji vrlo često posežu za senzacionalističkim, tabloidnim, neprovjerenim i netačnim informacijama.

U petnaestodnevnom istraživanju, kako smo naveli objavljeno je 5.619 vijesti. S obzirom na to da se radilo o periodu pandemije, kada su mediji bili praćeni iz minute u minutu, možemo kazati da su tu situaciju iskoristili za konstanto objavljivanje sadržaja. Od navedenog broja vijesti najveći procenat otpada naravno na područje zdravstva, pa je šest portala koji su bili predmet analize objavilo čak 3.934 sadržaja o navedenoj oblasti.

Kada je riječ o naslovima na analiziranim portalima najviše je referencijalnih, i to 2.641. Međutim, istraživanje je pokazalo da analizirani portali pribjegavaju i ekspresnim naslovima, odnosno skandaloznim i bombastičnim. U periodu analize portali su objavili 2.191 ekspresivan naslov čime je narušena objektivnost medijskih sadržaja. Također, analiza je pokazala da čak 2.641 naslov najavljuje više nego što sadrži tekst što implicira činjenicu da su takvi sadržaji fokusirani na klikove. Svi objavljeni sadržaji svojim naslovima bili su dominantni u odnosu na naslove iz drugih oblasti. Nažalost, da su na bosanskohercegovačkim portalima u značajnoj mjeri zastupljeni sadržaji negativnog konteksta, pokazalo je i naše istraživanje, u kojem su detektirana čak 3.933 takva sadržaja. To je pokazao i još jedan od parametara ovog istraživanja „Tekst – ton“ gdje su novinari portala u 3.989 sadržaja koristili negativan ton, a u 225 više negativan nego pozitivan.

Kada je riječ o izvorima, istraživanje je pokazalo da samo za 39% sadržaja identifikovan izvor. Takvi sadržaji ostavljaju dozu sumnje u tačnost i objektivnost medijskog izvještavanja, naročito ako se radi o temi iz oblasti zdravstva. U kontekstu objektivnosti analiza je pokazala da je objavljeno čak 66% tekstova gdje su činjenice i komentari pomiješani. Ovakav način izvještavanja recipijentima informacija jasno je sugerirao na željeni zaključak.

Jedan od elemenata objektivnog izvještavanja jeste i navođenje autora medijskog sadržaja. Međutim, u moru netačnih informacija ili neprovjerenih, kojima se želi privući pažnja, javnosti sve više je sadržaja u kojima je naznačen potpis redakcije ili sadržaj nije potpisan. To je pokazalo i naše istraživanje u koje je evidentirano čak 3.372 odnosno 60% bezimernih autora što upućuje na vjerodostojnost autora i samog sadržaja. Posljednji parametar u našem istraživanju odnosio se na komentare. Analiza je pokazala da je ukupno evidentirano 161247, a prosječno po danu 10750. Od prosječnog broja samo se oko 20% odnosilo na suštinu teksta.

Na osnovu prezentiranih rezultata nameće se zaključak da šest analiziranih bosanskohercegovačkih portala svoje izvještavanje u velikoj mjeri temelji na elementima senzacionalizma u cilju ostvarivanja što većeg broja klikova i posjećenosti njihovih sadržaja na web platformama.

REPORTING OF BOSNIA AND HERZEGOVINA PORTALS

SUMMARY

The development of technology has brought some new forms of communication and placement of information. Media content from the print media has moved to internet platforms, ie web portals and social networks. Thus began the era of online journalism. However, who to trust and how to choose the best quality content when deciding between thousands of similar sites? Credibility is the biggest issue in the business of online journalism. As a rule, all information should be verified, but in many cases this is not the case. That is why journalists often use the word “allegedly”. The advantage is of course the large number of the public who can read the news. The aim of this paper was to determine how the portals Klix.ba, Avaz.ba, Bljesak.info, Večernji.ba, Glassrpske.com and Srpska info are Bosnian. Presented content on coronavirus. The contents were analyzed according to the basic parameters that determine the credibility and objectivity of media reporting.

Keywords: media, online media, journalism, portals

LITERATURA

- Bal, F. (1997). *Moć medija*, Beograd: Clio
- Brautović, M. (2011). *Online novinarstvo*. Školska knjiga. Zagreb.
- Kurtić, N. (2006). *Kod novinarstva*, Sarajevo: Media plan Institut.
- Malović, S. (2007). *Mediji i društvo*. Sveučilišna knjižara. ICEJ. Zagreb.
- Osmančević, E. (2009). *Demokratičnost www-komuniciranja*. Friedrich-Ebert-Stiftung. Sarajevo.
- Peruško, Z. (2011). *Uvod u medije*. Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo. Zagreb.
- Sapunar, M. (1995). *Uvod u znanost o novinarstvu*. Zagreb: Epoha.

Ostali izvori:

- <https://www.klix.ba/>
- <https://avaz.ba/>
- <https://bljesak.info/>
- <https://www.vecernji.ba/>
- <https://www.glassrpske.com/>
- <https://srpskainfo.com/>