

Doc.dr. Samira Demirović
Fakultet humanističkih nauka
Univerzitet „Džemal Bijedić“ u Mostaru

UDK 316.774 : 355.01
DOI 10.57136/2744-2500.2023.18.18.179
Izvorni naučni rad

ULOGA MEDIJA U IZVJEŠTAVANJU U KRIZNIM SITUACIJAMA

SAŽETAK

Iako mnogi autori medije još uvijek definiraju kao sredstvo informiranja, oni su već odavno postali i sredstvo utjecaja, ali i kreiranja i manipulacije javnog mnijenja. Uprkos činjenici da sadrže mnogo pozitivnih elemenata, tehnološki napredak i konvergencija medija donijeli su i mogućnost brzog i efikasnog širenja lažnih vijesti i propagande. Takav, utjecaj medija, nažalost, najčešće je vidljiv prilikom izvještavanja o kriznim situacijama, ratovima, „reality“ programima, crnoj hronici, odnosno prilikom izvještavanja o negativnim društvenim pojavama. Manipulativnim izvještavanjem, neprovjerenim i netačnim sadržajem osim što se nastoji ostvariti veća gledanost ili čitanost, oni stvaraju negativan privid o mnogim zbivanjima, što utječe na ponašanja i svijest javnosti.

Ratovi su krizne situacije i pojave koje na populaciju ostavljaju negativne efekte. Tako je i u slučaju aktuelnog rata koji se odvija na području Ukrajine. Ovim radom bit će predstavljen način izvještavanja o invaziji Rusije na Ukrajinu kroz primjere bosanskohercegovačkih portala, ali i predstavljena istraživanja međunarodnih organizacija na ovu temu. Cilj ovog rada jeste ukazati na značaj objektivnog i tačnog informiranja javnosti u kriznim situacijama.

Gljučne riječi: mediji, medijsko izvještavanje, kriza, manipulacija, rat.

Uvodna razmatranja

Mediji su osnovni alat informiranja i sredstvo širenja poruka, vijesti i novosti. Njihova uloga više je nego značajna u kontekstu obrazovanja, edukacije, društvenog napretka, kao i utjecaja na javno mnijenje. Iako se na prvi pogled čini da mediji predstavljaju sredstvo diseminiranja poruka, informacija i različitih sadržaja, oni ipak objavljenim sadržajima u značajnoj mjeri utječu na stavove,

mišljenja i ponašanja recipijenata, odnosno javnosti. Međutim, recipijenti u znatnoj mjeri nisu svjesni svoje podložnosti medijskim sadržajima.

Zahvaljujući tehnološkom napretku i konvergenciji medija, omogućeno je mnogo pozitivnih elemenata u radu, kreiranju sadržaja i izvještavanju, ali donijete su i mogućnost brzog i efikasnog širenja lažnih vijesti i propagande. Takav, utjecaj medija, nažalost, najčešće je vidljiv prilikom izvještavanja o kriznim situacijama, ratovima, „reality“ programima, crnoj hronici, odnosno prilikom izvještavanja o negativnim društvenim pojavama. Manipulativnim izvještavanjem, neprovjerenim i netačnim sadržajima, pored toga što se nastoji ostvariti veća gledanost ili čitanost, stvara se i negativan privid o mnogim zbivanjima, što utječe na ponašanja i svijest javnosti.

Kada je riječ o medijima u Bosni i Hercegovini, oni se zbog finansijske ovisnosti ili utjecaja drugih različitih centara moći, nerijetko koriste nepotpunim informacijama, selektivnim i subjektivnim pristupom u izvještavanju, što za posljedicu može ukazivati i na elemente manipulativnog izvještavanja, pa čak i širenja panike, dezinformacija ili neistina. Takav način izvještavanja stvara pogrešnu sliku javnosti o pojedinim situacijama ili ličnostima. Pristrasnost medija iskrivljuje sliku pravog zadatka novinarstva. Danas različiti mediji prenose istu vijest na različite načine, čime i njihova objektivnost postaje upitna, a javnost zbunjena. S obzirom na područje „djelovanja“ određenog medija, njegovo informiranje se prilagođava, kao što je primjer medija u Rusiji i Ukrajini, a što ćemo vidjeti u nastavku rada.

Mediji i izvještavanje

Mediji su, bez obzira na to što ih još uvijek mnogi autori definiraju kao sredstvo informiranja, već odavno postali i sredstvo utjecaja, kreiranja i manipulacije javnog mnijenja. „Mediji su naročito složen pojam koji, u najkraćim crtama, označava sisteme javnoga informiranja koji služe za diseminaciju vijesti u svrhu informiranja, educiranja i zabave najširih slojeva društva“ (Jurčić, 2017: 127). Svojim djelovanjem obuhvataju različite društvene oblasti. „Polazeći od toga da određivanje i strukturiranje tema u javnosti nije samo privilegija masovnih medija te da na ključne teme društvenog života nastoje utjecati mediji, javnost, politički akteri i korporacije, definirane su četiri vrste dnevnih redova, a to su: medijski dnevni redovi (medijska agenda), javni prioriteti (javna agenda), prioriteti politike (politička agenda) i korporativni dnevni red (korporativna agenda)“ (Tomić, 2016:891-896).

ISTRAŽIVANJA

Sam naziv medij ima nekoliko značenja. S aspekta komunikacijskih nauka, oni mogu biti i tehničko sredstvo transformiranja za slanje putem određenih komunikacijskih kanala, ali i sredstvo komunikacije. „Vladimir Biti smatra da se taj naziv može definirati barem na četiri načina:

- I. U fiziologijskom smislu, kad medij označava komunikacije: auditivni, vizualni, taktilni, olfaktivni, te njihov međusobni odnos (intermedijalnost);
- II. U fizičkom smislu, kad mediji znače tvar pomoću koje se izražava neka nova poruka; jezik, ton i boja;
- III. U tehnologijskom značenju, u kojem medij označava sredstvo posredovanja između znakovne proizvodnje i potrošnje;
- IV. U sociološkom, u kojem je medij shvaćen kao institucijsko-organizacijski okvir komunikacije pa se govori o politici, privredi, znanosti, odgoju. Na taj se način pojam medija donekle izjednačava s pojmom diskursa. Ovo je šire, ali ipak moguće tumačenje“ (prema Zgrabljic Rotar, 2005).

Bez obzira o kojoj vrsti medija da se radi, oni imaju svoje funkcije, a to su najčešće informiranje, zabava i edukacija. Rus – Mol i Zagorac – Keršer izdvajaju sljedeće najvažnije funkcije medija:

- Informacija (povećanje opće informiranosti građana i davanje kvalitetnijih informacija radi boljeg odlučivanja o najvažnijim pitanjima zajednice);
- Artikulacija (oblikovanje i postavljanje problema u realne i vidljive okvire u kojima ih javnost može opažati);
- Agenda Setting (uspostavljanje prioriteta u tretmanu društvenih tema, te stavljanje na mjesta gdje se oni trebaju riješiti; stavljanje problema i tema pred javnost, ali i onih koji ih moraju rješavati bez odgađanja);
- Kritika i kontrola (omogućiti da se ništa ne skriva od javnosti, nadzirati vlast, politiku, biznis i sve javne nositelje ovlasti);
- Zabava;
- Obrazovanje (mediji su sve više u službi educiranja jer upotrebom medija stičemo mnoga opća znanja; oni mogu imati poseban obrazovni karakter preko specijaliziranih edukativnih programa koji se bave znanošću, istraživanjem i popularizacijom – National Geographic, History Channel, Discovery);
- Socijalizacija i vodstvo;
- Integracija (mediji na mnoge načine spajaju ljude, kulture, ideje, vjere i sl.).

Izveštavanje u kriznim situacijama

Mediji predstavljaju sistem organizacije i komunikacije putem kojeg se informacije prenose široj javnosti.¹ Njihovo izvještavanje bazira se na nekoliko značajnih postulata.

Izveštavanje je suština i smisao novinarskog rada. Obuhvata sve novinarske žanrove koji u pojedinim trenucima i fazama razvoja situacije najbolje izražavaju otkrivene činjenice, skrivena značenja, suštinske promjene i vrijednosti (Tucaković, 2004:134). Kao osnovni postulati savremenog novinarstva, između ostalih izdvajaju se:

- tačnost,
- pravičnost,
- istinitost ili iskrenost,
- nepristrasnost ili objektivnost.

Bez obzira o kojem novinarskom žanru da je riječ, planisane informacije trebaju biti tačne i provjerene, te da svaka izjava ili citat budu napisani i navedeni onako kako su izrečeni. „Skoro svaki kodeks dobrog novinarstva daje važnost nepristrasnosti. U tom cilju dobar novinar će izvještavati uravnoteženo. To znači da će uključiti obje strane. U pričama koje se tiču nekog sukoba uvijek postoje dvije strane. Građani treba da znaju šta druga strana ima da kaže i kako će to na njih utjecati. Uravnoteženost je u svakoj priči važna koliko i tačnost. Izvori neće željeti da pričaju s novinarom koji izvještava samo o jednoj strani priče.“²

To znači da je „tačnost ključna. Ako vaše osnovne činjenice nisu tačne – imena, titule i ličnosti – malo je vjerovatno da će čitaoci ozbiljno shvatiti bilo koje druge informacije vaše medijske kuće.“³ Pravičnost je usko povezana sa tačnošću, ali i istinom. Bez obzira kakva su lična stajališta samog novinara, tokom svog izvještavanja, pisanja i kreiranja priloga treba da bude pravičan. „Novinar poput umjetnika mora „slikati“, služiti se metaforama, jer je to jedini način da slobodno djeluje na maštu i pozornost čitatelja (Sapunar, 1995: 77).

Kada govorimo o istinitosti, možemo kazati da je ovaj novinarski postulat teško definisati. „Svaki se događaj može promatrati s raznih stajališta, s time da se jedno može naglasiti, a drugo zanemariti. Priča će tada dobiti sasvim

1 <https://www.merriam-webster.com/dictionary/media>, 18.9. 2022. godine.

2 <http://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnik-i-forme/dobro-novinarstvo-sirom-sveta>, 18.9. 2022. godine.

3 <http://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnik-i-forme/temelji-odgovornog-izvjestavanja>, 18.9. 2022. godine.

drugo značenje. Novinar, u načelu, ne smije podupirati nijedno stajalište. Znači, događaj treba nastojati prikazati što dosljednije.

Poštenje znači kako će svako ko je spomenut ili napadnut u izvještaju biti u mogućnosti odgovoriti i iznijeti svoje stajalište.⁴ Također, Labaš i Grmuša navode da su „istina i istinitost u informaciji preduslov povjerenja na kojem se zasniva odnos komunikator – medij – recipijent. Istinitost i objektivnost neosporno čine temelj medijske vjerodostojnosti. Riječ je o procesu stvaranja povjerenja čija gradnja traje dugo, a koje može u trenu nestati“ (Labaš i Grmuša, 2012: 87).

Jedan od najvažnijih postulata jeste objektivnost. „Objektivnost u novinarstvu je smisao i cilj novinarskog morala i polazišna tačka svih etičkih kodeksa novinarske profesije. Temelji se na težnji da se stvarnost interpretira onakvom kakva ona jeste, kakvom je čine činjenice koje se mogu provjeriti“ (Tucaković 2004: 233). Ovaj postulat u suštini se zasniva na stavu da se vijest, izvještaj ili bilo koji drugi novinarski žanr prikažu onakvim kakvi jesu. „Objektivnost je donja granica istinitosti, pa je ujedno i granica koju novinar nikad ne smije pomicati naniže, jer tada prestaje biti novinar i postaje indoktrinator, demagog, širitelj obmana itd.“⁵

Navedeni novinarski postulati do izražaja najviše trebaju doći prilikom izvještavanja u kriznim situacijama. Nažalost, razvoj savremenih tehnologija, konvergencija medija, te mogućnost da bilo ko može biti novinar, donijeli su i kršenje spomenutih temelja novinarstva. Umjesto pružanja tačnih i provjerenih informacija, medijsko izvještavanje kao da je fokus stavilo na privlačenje pažnje javnosti u smislu povećanja gledanosti ili čitanosti. Ono je posebno vidljivo prilikom izvještavanja o negativnim društvenim pojavama. Iako bi u takvim situacijama javnosti trebali pružiti tačne, provjerene i objektivne informacije bez podizanja tenzija, panike i bez pristrasnosti, stiče se dojam da mediji rade upravo suprotno. Dešavanja poput ratova, smrtnih slučajeva i slično, koriste se za povećanje rejtinga gledanosti ili čitanosti, ali i za „stajanje“ na stranu političkih ili drugih moćnika. Mediji ni tada ne prezaju od širenja neistinitih, neprovjerenih i manipulativnih sadržaja, a jasno je da je „manipulacija oblik ponašanja koji služi postizanju lične koristi u svakoj situaciji bez obzira koliko to drugome štetilo ili ne.“⁶ Stoga je o ovoj temi značajno svakodnevno govoriti.

4 <http://webograd.tportal.hr/Miha29/novinari/malaskolanovinarstva/novinarskanacela>, 19.9. 2022. godine

5 Ibid.

6 <https://www.vaspsiholog.com/2011/07/kako-prepoznati-manipulaciju/>, 20.9. 2022. godine

Neminovno je da negativne društvene pojave utječu na javnost, međutim, nedopustivo je da netačno, neobjektivno i neistinito izvještavanje dodatno izaziva paniku i utječe na recepijente poruka i javnost. Ono što je, također, karakteristično za izvještavanje bh. medija jeste i pristrasnost prilikom izvještavanja čak i ratnim dešavanjima u Ukrajini. Stoga ćemo u nastavku rada prikazati način izvještavanja bh. portala u kriznim situacijama.

Izvještavanje o Ruskoj invaziji na Ukrajinu s aspekta međunarodnih istraživanja

Ruska agresija na Ukrajinu, koja je počela 24. februara 2022. godine, izazvala je nemjerljivu medijsku pažnju. S tim u vezi, koristeći se različitim komunikacijskim kanalima novinari iz minute u minutu nastojali su izvještavati javnost o ratnim dešavanjima. Ratno stanje, humanitarna kriza, raseljavanje, utjecaj rata na ekonomiju, pristup energentima i politiku bile su teme konstantnog medijskog izvještavanja od početka invazije na Ukrajinu. Izvještavanje o ovim oblastima medijima je predstavljalo nekoliko vrsta izazova, a to su izazov osiguranja nezavisnih novinara, izazov stvaranja dojmljivih sadržaja i borbu za sprečavanje dezinformacija, manipulacije i propagande. Potpuna ruska invazija na Ukrajinu promijenila je dosadašnji način izvještavanja o osam godina dugom sukobu nakon okupacije Krima i Dombasa. Tako su se izvještavanju o ukrajinskim i ruskim medijima pridružili i mediji zapadnih zemalja. Čak je i Washington Post osnovao dopisništvo u Ukrajini, lokalni mediji kreirali su nove verzije na engleskom jeziku, The Kyiv Independent osnovao je tim koji je napustio Kyiv Post i to na engleskom jeziku. Međutim, ovi značajni pomaci ostali su u sjeni, nažalost, zbog smrtnih stradanja mnogih novinara. Od februara do juna 2022. godine stradalo je 29 novinara, a sedam ih je ubijeno dok su obavljali novinarski posao.

U kontekstu samog izvještavanja, cenzure i položaja medija i novinara, nacionalni mediji RT i Sputnik zabranjeni su širom Evrope, te su ograničeni i njihovi kanali na društvenim mrežama. S druge strane, ruski zakoni o cenzuri preostale medije otjerali su u egzil, odnosno na taj način su spriječili novinare da tačno, objektivno i nepristrasno izvještavaju o ratu.

„Naknadno istraživanje koje je naručila DNR u martu i aprilu 2022. godine kako bi se procijenilo kako bi ruski rat u Ukrajini mogao promijeniti navike o vijestima, obuhvatilo je ispitivanje javnosti u pet zemalja: Brazilu, Njemačkoj, Poljskoj, UK-u i SAD-u. Istraživanje je pokazalo da, iako je većina ispitanika u

svakoj zemlji pratila vijesti o ruskom ratu u Ukrajini barem „donekle pažljivo“, geografska blizina i trenutni utjecaj bili su osnovni faktori. Najveća pažnja bila je u Njemačkoj (84% ljudi vijesti su pratili izuzetno pomno, vrlo pomno ili donekle pomno), kao i u Poljskoj, koja graniči s Ukrajinom (72%) i Velikoj Britaniji (73%). Te su zemlje blizu sukoba i ondje ekonomske i političke posljedice već utječu na živote građana. U Brazilu, politički i geografski udaljenijem od sukoba, oko 40% ispitanika nije „vrlo pažljivo“ pratilo ili uopće nije pratilo medijska izvještavanja.“⁷

Da je situacija prije početka ruske invazije bila drugačija u kontekstu interesa za praćenje pokazala je i predratna DNR-ova anketa. „Zapravo, u Njemačkoj, Poljskoj, Brazilu i SAD-u, udio onih koji su rekli da ponekad ili često aktivno izbjegavaju vijesti porastao je od početka rata. Znamo da izbjegavanje vijesti može proizaći iz negativnog učinka ratnog izvještavanja na raspoloženje ljudi, stoga ne čudi da su razorni događaji ruskog rata u Ukrajini prouzročili da se više ljudi okrene od toga.“⁸

„Uprkos porastu izbjegavanja vijesti, udio onih koji su rekli da pristupaju vijestima nekoliko puta dnevno porastao je u Poljskoj za 6%, kao i ukupni nivo interesa za vijesti u zemlji (također za 6%). Ovo naglašava da se izbjegavanje vijesti i interes za vijesti međusobno ne isključuju. Ipak, izaziva zabrinutost zbog utjecaja hrabrog rada novinara na prvoj liniji, budući da se čini da nije utjecao na povjerenje u vijesti (osim povećanja od 4% u Ujedinjenom Kraljevstvu). U pet zemalja, gotovo polovina ili više ispitanika vjeruje da mediji rade dobar posao s pokrivenošću i informiranjem ljudi. U isto vrijeme, smatrali su da mediji nisu bili tako dobri u objašnjavanju širih implikacija sukoba ili pružanju različitih perspektiva o njemu.“⁹

Koliki je utjecaj društvenih mreža u 21. stoljeću u kontekstu medijskog izvještavanja i plasiranja medijskih sadržaja, pokazuje i činjenica da je značajan postotak Ukrajinaca medijsku potrošnju prebacio na društvene mreže, odnosno miješajući TV emisije sa web stranicama i kanalima na društvenim platformama. „Dali su prednost mobilnom pristupu u odnosu na stolne računare (što odražava gubitak stabilnih fiksnih veza) i posvećivanje više vremena internetskim vijestima – mnogi ukrajinski mediji izvještavali su o rastu prometa od 75 do 300% do aprila 2022. godine“¹⁰ Međutim, uprkos velikoj diseminaciji medijskih

7 <https://fujomedia.eu/coverage-of-russias-war-in-ukraine-reinforces-existing-challenges-for-media-freedom-and-impactful-journalism/>

8 Ibid.

9 Ibid.

10 Ibid.

sadrža i vijesti, najposjećenije stranice i dalje su ostale google.com, YouTube i Facebook. „Dok je na medijsku potrošnju ili izbjegavanje vijesti kod Ukrajinaca rat utjecao mnogo direktnije nego na medijsku publiku na drugim područjima, složeno hibridno medijsko okruženje ipak pojačava vrijednost dubinskog izvještavanja i potrebu za više novinarskih napora da se objasni dalekosežna implikacija sukoba. Omogućavanje lokalnim i stranim neovisnim novinarima da pruže jasno i kontekstualizirano izvještavanje u različitim oblicima i na više platformi, te davanje resursa da to čine na siguran način, trebao bi postati ključni zadatak za medijske organizacije i druge koji podupiru slobodno izražavanje i razvoj medija u cijelom svijetu.“¹¹

Izveštavanje bosanskohercegovačkih medija o Ruskoj invaziji na Ukrajinu

Da su vijesti o invaziji na Ukrajinu bile u značajnom obimu prisutne u bosanskohercegovačkim medijima, naročito portalima, pokazuje i analiza koja je rađena za period od 10. do 24. marta 2022. godine.¹² U navedenom periodu analizirana su dva portala Klix.ba (Portal 1) i Avaz.ba (Portal 2).¹³

U periodu analize, Portal 1 na dnevnom nivou, u prosjeku je objavljivao po 30 članaka koji se odnose na rat u Ukrajinu, što je 23,7 % dnevno objavljenog sadržaja o ovoj temi. S druge strane, Portal 2 objavio je znatno veći broj članaka, te je dnevno objavljivao u prosjeku 62 članka, a što je 65% dnevno objavljenog sadržaja koji se odnosi na invaziju Rusije na Ukrajinu.

11 Ibid.

12 Studenti Odsjeka komunikologija Fakulteta humanističkih nauka Univerziteta „Džemal Bijedić“ u Mostaru su radili analizu izvještavanja bh.portala u okviru predmeta Online mediji tokom aprila i maja 2022. godine

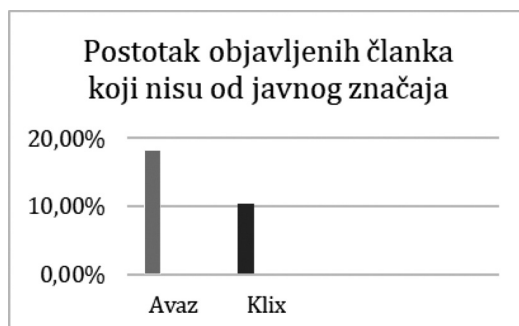
13 Prema mjerenjima relevantnih platformi (kao što je DotMetrics) ova dva medija u BiH se u kontinuitetu nalaze među najposjećenijim internetskim portalima.

ISTRAŽIVANJA



Grafikon br.1

Prema statističkim podacima možemo zaključiti da je Portal 2 objavljivao znatno više članaka na temu rata u Ukrajini. Hiperprodukcija sadržaja o ovoj temi rezultirala je člancima koji nisu od javnog značaja, nego su u značajnoj mjeri clickbait naslovi. Na taj način su još više doprinosili stvaranju slike kod bosanskohercegovačkoj javnosti koja je u prvim danima rata na Ukrajinu bila preotperećena različitim negativnim vijestima. Bez obzira na to što su na Portalu 2 objavljivali manje vijesti, i Portal 1 je objavljivao sadržaje koji nisu bili od javnog značaja. Riječ je o člancima koji su prenosili izjave stranih influencera, javnih ličnosti, satiričnih ili smiješnih objava na društvenim mrežama o temi rata u Ukrajini. Ovakvi članci nemaju konkretnu namjeru informiranja javnosti već, kao što smo ranije ukazali, prikupljanju pregleda i komentara. U periodu analize Portal 1 objavio je 10,3% vijesti koje nisu bile od javnog značaja, ali su usmjerene na rat u Ukrajini, dok je Portal 2 u istom periodu objavio 18.2 % vijesti takvih sadržaja.



Grafikon br. 2

Ovi internetski portali prema referentnim mjerenjima nalaze se u vrhu najčitanijih i najposjećenijih bosanskohercegovačkih news portala. Značajna karakteristika online medija je copy – paste novinarstvo i objavljivanje istih vijesti, ali sa drugačijim naslovima, fotografijama, izvorima itd. Stoga ćemo u nastavku uporediti iste vijesti objavljene na ova dva portala, te analizirati članak (naslov, fotografije, izvor).

IVAN FEREDOV

Ukrajina tvrdi: Rusi kidnapovali gradonačelnika Melitopolja

Ruski dužnošnici još nisu komentirali ove navode

H. J.L.
11.03.2022



Fotografija br. 1 – Vijest na Portalu 2



Fotografija 2. – Vijest na Portalu 1

Vijest o otmici gradonačelnika Melitopolja objavila su oba portala. Naslovi su skoro isti, uz izuzetak da je Portal 1 naveo da je objavljen videosnimak. Izvor ove vijesti na Portalu 1 je Twitter nalog bjeloruskog opozicionog medija NEXTA-e. S druge strane Portal 2 je za izvor ove vijesti koristio BBC. Na kraju članka na Portalu 1 je navedeno da još uvijek nije provjerena autentičnost snimka, dok se na Portalu 2 ne navodi videosnimak. Također, nadnaslov na Portalu 1 je "S kesom na glavi" što dodatno doprinosi senzacionalističkom efektu članka.

RECIPROČNE MERE

Rusija uvela sankcije američkim zvaničnicima, listu predvodi Joe Biden

V. K.
10.03.2022

68 komentara
128 objava



Ministarstvo vanjskih poslova Ruske Federacije saopćilo je kako će Rusija od danas uvesti niz sankcija protiv američkih zvaničnika kao odgovor na sankcije Zastuda ovi štvari.

Popularnost

OSJEĆANJE DRUGI
Pobjeđuje trenutak kada je Melitopol otetio da Čovak ide na treći entitet

71 komentara
57 objava

NEKA LUDINA VILUŠIĆ
Ključni: Melitopol' ni nikad nije bio javan, bio je prostori spratnje

71 komentara
57 objava

NEKA LUDINA VILUŠIĆ
Ključni: Melitopol' ni nikad nije bio javan, bio je prostori spratnje

71 komentara
57 objava

OSJEĆANJE DRUGI
Pobjeđuje trenutak kada je Melitopol otetio da Čovak ide na treći entitet

71 komentara
57 objava

NEKA LUDINA VILUŠIĆ
Ključni: Melitopol' ni nikad nije bio javan, bio je prostori spratnje

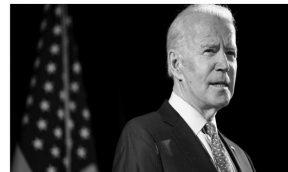
71 komentara
57 objava

UVEDENE SANKCIJE

Bajdenu zabranjen ulazak u Rusiju

Ta mjera je "posljedica ekstremno ruofobčne politika koju vodi sadašnja američka administracija", navodi se u saopćenju

H. J.L.
10.03.2022



Fotografija br. 3 Vijest objavljena na Portalu 1 Fotografija br. 4 Vijest objavljena na Portalu 2

Vijest o uvedenim sankcijama Rusije predsjedniku Sjedinjenih Američkih Država, Joe Bidenu, objavila su oba news portala. Iako je riječ o istim vijestima, naslovi su potpuno drugačiji. Naslov na Portalu 2, „Bajdenu zabranjen ulazak u Rusiju” više teži ka senzacionalizmu i zasigurno više privlači pažnju prosječnom čitatelju. Portal 1, također, navodi američkog predsjednika u naslovu, ali ističe da su „uvedene sankcije američkim zastupnicima”. Izvor vijesti na oba članka nije jasno naveden, ali u ostatku teksta ističu se dijelovi saopćenja Ministarstva vanjskih poslova Ruske Federacije. Na oba članka istaknuta je fotografija Joe Bidena što prati sam tekst. Iako je riječ o potpuno istim vijestima, ovo je dokaz da samo drugačiji naslov može učiniti da se radi o različitim informacijama. Važno je istaknuti da su oba portala koristili najčešće izvore od stranih novinskih agencija, regionalnih novinskih agencija i ostalih regionalnih medija. Također, vrlo često kao jedini izvor informacije su Twitter profili (zvanični i nezvanični profili) koji su objavljivali videozapise ili fotografije iz Ukrajine.

Zaključak

Osnove svakog medijskog izvještavanja, a posebno onog koji se odvija u ratnim dešavanjima i okolnostima jesu tačnost, objektivnost i nepristrasnost. U kontekstu ovog istraživanja, jasno je da u praksi nije tako. Tako se u državama pogođenim ratom poseže za cenzurom, javnost se okreće informiranju putem društvenih mreža. U zemljama geografski bližim ratnom stanju javnost je mnogo više zainteresirana za akteulanim dešavanjima, dok je to u onim udaljenijim znatno manje. Bez obzira na prostornu udaljenost, mediji vrlo često pribjegavaju objavljivanju mnoštvu sadržaja o ratnom stanju, pa posežu i za senzacionalističkim sadržajima. Na sve ukazuju i analizirani sadržaji objavljeni u bh. medijima.

Prilikom izvještavanja u kriznim situacijama zadatak medija, kao i uvijek, jeste informiranje javnosti. Međutim, zbog različitih faktora, u kojima prednjače cilj za ostvarivanje veće gledanosti, čitanosti, clickbaita i samog rejtinga medijske kuće, nerijetko novinari i urednici posežu za senzacionalističkim naslovima, kao i sadržajima preuzetim od neprovjerenih izvora, pa čak i od popularnih influensera. Nažalost, pod konstantnim medijskim utjecajima javnost, vrlo često zbog nedostatka medijske pismenosti, vjeruje objavljenim sadržajima, pa čak iako su neobjektivni, pristrasni ili neprovjereni. Prosječno obrazovanom građaninu teško je u mnoštvu dnevnih informacija provjeravati relevantnost izvora objavljenih informacija, već ih, u većini slučajeva, javnost prihvata informacijom čiji je izvor sam medij koji je objavio taj sadržaj.

S druge strane, razvoj tehnologije nametnuo je medijima brzinu kao ključni faktor u objavljivanju sadržaja, pa novinari u „utrci“ da budu prvi često plasiraju sadržaje za čiju tačnost nisu dobili potvrdu. To može izazvati posljedice jer svako naknadno objavljivanje istinitih, potvrđenih i/ili dodatnih informacija da određeni navodi i objavljene informacije nisu tačni, ne može anulirati pričinjenu štetu. Ovo se posebno treba imati u vidu prilikom izvještavanja o kriznim i ratnim situacijama kada postoji veliki rizik od posljedica koje mogu izazvati strah i paniku među stanovništvom. Poštujući novinare i reportere koji ugrožavajući svoje živote nastoje tačno, pravovremeno i objektivno izvjestiti javnost, svi oni novinari koji objavljuju sadržaje na principu copy – paste sadržaja imaju obavezu, makar prije objavljivanja informacije, provjeriti tačnost sadržaja, pa tek onda javnost informirati i to objektivno, bez izazivanja panike i straha.

THE ROLE OF THE MEDIA IN REPORTING IN CRISIS SITUATIONS

SUMMARY

Although many authors define the media as a means of information, they have long since become a means of influencing and manipulating public opinion. Although they contain many positive elements, technological progress and the convergence of media have brought the possibility of fast and efficient spread of fake news and propaganda. Such influence of the media, unfortunately, is most often visible when reporting on crisis situations, wars, “reality” programs, black chronicles, or when reporting on negative social phenomena. Through manipulative, unverified, inaccurate reporting, except for the fact that they try to achieve greater viewership or readership, they create a negative impression of many events, which affects the behavior and awareness of the public.

Wars are crisis situations and phenomena that leave negative effects on the population. This is also the case with the current war taking place on the territory of Ukraine.

This paper will present the way of reporting on the Russian invasion of Ukraine through the examples of the Bosnian portals, as well as the research of international organizations on this topic. The aim of this paper is to point out the importance of objective and accurate information to the public in crisis situations.

Keywords: media, coverage, crisis, manipulation, war.

Literatura

- Biti, V. (1997). *Pojmovnik suvremene književne teorije*. Matica hrvatska. Zagreb.
- Grmuša, T., Labaš D. (2012). *Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme*. Zagreb.
- Jurčić, D. (2017). *Teorijske postavke o medijima – definicije, funkcije i uticaj*. Mostariensia: časopis za društvene i humanističke znanosti. Vol. 21 No. 1
- Rus-Mol, Š., Zagorac-Keršer Jugoslava, Ana. (2005). *Novinarstvo*. Klio. Edicija. Multimedija. Beograd.
- Sapunar, M. (1995). *Uvod u znanost o novinarstvu*. Epoha. Zagreb.
- Tomić, Z. (2016). *Odnosi s javnošću – Teorija i praksa*. Synopsis. Zagreb – Sarajevo.
- Tucaković, Š. (2004). *Leksikon mas-medija*. Prosperitet. Sarajevo.

Internet izvori:

- <https://www.merriam-webster.com/dictionary/media>
- <http://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnikiforme/dobro-novinarstvo-sirom-sveta>
- <http://webograd.tportal.hr/Miha29/novinari/malaskolanovinarstva/novinarskanacela>
- <https://www.vaspsiholog.com/2011/07/kako-prepoznati-manipulaciju/>
- <https://fujomedia.eu/coverage-of-russias-war-in-ukraine-reinforces-existing-challenges-for-media-freedom-and-impactful-journalism/>