



ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

**ISTINITOST MEDIJSKI POSREDOVANIH INFORMACIJA KAO  
PREDUSLOV RJEŠAVANJA KRIZNIH SITUACIJA U DRUŠTVU**

**- magistarski rad -**

**Kandidatkinja:**

Danijela Sikima

**Broj indeksa:** 1078/II-K

**Mentor:**

Prof. dr. Lejla Turčilo

Sarajevo, jul 2023. godine

## SADRŽAJ

UVOD.....	4
1. TEORIJSKO-METODOLOŠKI DIO .....	6
Problemsko pitanje.....	6
Ciljevi istraživanja.....	6
Hipoteze .....	7
Planirani doprinos teze teoriji i praksi.....	7
Istraživačke metode.....	8
2. POJAM KRIZNOG KOMUNICIRANJA .....	9
2.1. Načini djelovanja tokom krize .....	13
2.2. Dezinformacije i manipulacija u kriznim situacijama.....	15
2.3. Prošireni model paralelnog procesa – PMPP .....	17
3. POJAM ISTINITOSTI I TAČNOSTI INFORMACIJA.....	20
3.1. Svijet ograničene istine .....	24
3.2. Istina kao temeljna vrijednost .....	26
3.3. Značaj istine .....	27
3.4. Istina u novinarstvu .....	28
4. TAČNOST IZVJEŠTAVANJA ILI MANIPULACIJA INFORMACIJAMA TOKOM KRIZE.....	29
4.1. Lažne vijesti u online medijima .....	30
4.2. Manipulacija i propaganda.....	32
4.3. Profesionalna etika novinarstva .....	35
5. NOVINARSKO IZVJEŠTAVANJE U SVIJETU TOKOM PANDEMIJE COVID-19.....	37
6. IZVJEŠTAVANJE NA WEB PORTALIMA U BOSNI I HERCEGOVINI ZA VRIJEME PANDEMIJE COVID-19 .....	42
6.1. Izvještavanje web portala Klix.ba .....	44
6.2. Izvještavanje web portala Avaz.ba.....	48
6.3. Izvještavanje web portala Oslobođenje.ba .....	50
6.4. Izvještavanje web portala Source.ba .....	51
6.5. Izvještavanje web portala Radiosarajevo.ba .....	53
7. ANALIZA I INTERPRETACIJA ANKETE.....	57
7.1. Metodologija istraživanja.....	57
7.2. Rezultati istraživanja i njihova analiza.....	60

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA .....	66
LITERATURA .....	68
PRILOG 1 .....	73
PRILOG 2 .....	74
BIOGRAFIJA .....	75
IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA.....	76

## UVOD

Mediji se u savremenom društvu smatraju ključnim akterima demokratije, odnosno oni predstavljaju institucije koje garantuju javnosti ostvarenje prava na objektivne, nepristrasne informacije, te mogućnost da dobiju dovoljnu količinu i kvalitetna saznanja o svijetu u kojem žive. To je jedini pravi način kako bi javnost, odnosno građani mogli da donose ispravne odluke. Uloga medija je svakako uloga posrednika između različitih elemenata društvenog i političkog sistema i javnosti. Pored toga, oni imaju ulogu i edukatora, jer upoznaju javnost o određenim situacijama, ekonomskim, političkim i društvenim problemima, nepredviđenim okolnostima i slično.

U ljudskoj prirodi je da u kriznim situacijama povećavaju svoj interes i potrebu za informacijama. Novinari kao pripadnici društveno odgovorne profesije stavljaju se pred dodatni izazov – zadovoljenje interesa građana, odnosno potrebu za povećanom količinom informacija, a istovremeno dužnost da se zadrži odgovarajući nivo kvalitetnih informacija, koji se ogleda u tačnosti, objektivnosti, jasnoći i nepristrasnosti.

Motiv za rad o ovoj temi i samo istraživanje odnose se na istinitost informacija u kriznoj situaciji, što će se analizirati na primjeru pandemije COVID-19, zdravstvene krize koja je pogodila čitavu planetu početkom 2020. godine, način na koji su novinari u Bosni i Hercegovini izvještavali i informisali javnost, te kakav su uticaj imale plasirane informacije na pojedinca i društvo u cjelini. Problemu će se pristupiti prvenstveno sa komunikološkog, ali neodvojivo povezano i sa psihološkog i sociološkog stanovišta. COVID-19 bolest je disajnih puteva, otkriven u kineskom gradu Wuhanu krajem 2019. godine. Naučno je dokazano da ovo oboljenje izaziva virus iz porodice virusa nazvanih SARS-CoV-2. Svjetska zdravstvena organizacija 11. marta 2020. godine proglasila je COVID-19 globalnom pandemijom i pozvala vlade da preduzmu hitne mjere kako bi se spriječile posljedice širenja ovog virusa. Poslije Drugog svjetskog rata pandemija COVID-19, najveća je kriza sa kojom se svijet suočio. Ova, za sada još uvijek nedovoljno istražena pojava, nepovratno je donijela jedno novo doba, izmijenila našu svakodnevicu i život, a u medijskom svijetu napravila dodatnu podlogu za širenje netačnih, neprovjerenih i manipulativnih medijskih sadržaja. U kriznom vremenu, poput ovoga u kome se nalazimo usljed pandemije COVID-19, ogleda se vjerodostojnost, odnosno nevjerodostojnost novinarskog izvještavanja, jer je tada najlakše pokleknuti u profesionalnom smislu, dok je put manipulaciji pojednostavljen do krajnjih granica (Ćoralić 2016). Pojava dezinformacija za vrijeme pandemijske krize, zastupljena kako u tradicionalnim, tako i u novim medijima, poznata je još i kao „infodemija“ (Karović

2021). S obzirom na to da je novinarsko izvještavanje širok pojam, tokom izrade ovog istraživačkog rada fokus će biti na izvještavanju na web portalima tokom pandemije COVID-19, odnosno na istinitost objavljenih informacija. Razlog tome jesu odlike online novinarstva kao što su interaktivnost, multimedija, koji novinarstvo usmjeravaju prema novom obliku iskorištavanja ovih potencijala, dok klasično novinarstvo sve više postaje periferno i gubi na važnosti među korisnicima (Kovačić, Musa i Tomić 2019). „Primat sada pripada online medijima koji svoj uspjeh duguju isključivo razvoju tehnologije“ (Turčilo i Buljubašić 2012).

Cilj ovog završnog rada jeste da se pokaže koliko je objektivno i istinito novinarsko izvještavanje bilo tokom krize, izazvane pandemijom COVID-19, odnosno da li je bilo senzacionalizma, lažnih vijesti, širenja panike i kako je to sveukupno uticalo na javnost.

## 1. TEORIJSKO-METODOLOŠKI DIO

### *Problemsko pitanje*

U kontekstu krize u kojoj se našao cijeli svijet, a naročito novinari koji o toj krizi izvještavaju, istraživanje će dati odgovore na osnovno problemsko pitanje:

„Koliko je objektivno i istinito novinarsko izvještavanje o krizi izazavanoj pandemijom COVID-19 neophodno i važno za javnost“?

Iz gore navedenog neophodno je definisati ključne pojmove u ovom radu:

a) Kriza (grč. krisis) označava presudu ili odluku, to jeste presudni trenutak koji odlučuje o daljem pozitivnom ili negativnom razvoju neke stvari ili situacije. Kao pojam često je korišten u svakodnevnom govoru, a predstavlja potencijalnu prijetnju za konkretan događaj koji može određenu zajednicu, naciju ili cijeli svijet veoma brzo gurnuti u stanje haosa (Milašinović i Jevtović 2013).

b) COVID-19 (eng. SARS-CoV-2 ) predstavlja ozbiljni akutni respiratorni sindrom korona virus 2. COVID-19 ime je pandemijske bolesti koju izaziva korona virus, koji se raširio po cijelom svijetu, a prijeteći da ozbiljno ugrozi zdravlje ljudi (Radio Slobodna Evropa, 2020).

c) Mediji (lat. medius) koji znači sredina ili između. Novinari i mediji nezaobilazan su element djelovanja, posebno u kriznom vremenu. Vjerodostojnost novinarskog izvještavanja u kriznim situacijama stalno je na testu, jer se baš u takvim trenucima veoma brzo gubi kredibilitet (Ćoralić 2016). Najvažnija obaveza svakog novinara jeste da tačno, objektivno i blagovremeno izvještava o događajima koji su od interesa za javnost, poštujući pri tome pravo javnosti da sazna istinu, ma kakva ona bila. Uz novinarsku objektivnost, koja je u suštini nedostižni ideal, stoji i nešto što se može primjeniti u praksi, a to je novinarska etika, kao najvažniji princip novinarskog djelovanja.

d) Informacija, istinitost i tačnost. Informacija (lat. informatio) što u bukvalnom prevodu znači stvaranje u tačno određenoj formi i oblikovanju. Informacija se može definisati i kao primljena i shvaćena poruka. Osnovne osobine informacije jesu: tačnost, istinitost, cilj, pouzdanost, jasnoća, blagovremenost... (Veliki Rečnik 2016). Svaka kredibilna informacija mora biti istinita, odnosno utemeljena na činjenicama, dokazima i izvorima.

### *Ciljevi istraživanja*

Ciljevi istraživanja ovog rada su i društvenog, ali i naučnog karaktera. Glavni cilj ovog istraživanja jeste pridonijeti spoznajama o tome na koje načine novinarsko izvještavanje

na web portalima dopire do publike, te kako publika te sadržaje percipira i prihvata. Takođe, ovim istraživanjem važno je ustanoviti koliko publika ima povjerenja u informacije objavljene na internet portalima, kada je u pitanju tema COVID-19. U srži ovog rada stoji potreba za objektivnošću i novinarskom etikom u izvještavanju u kriznim situacijama, kao osnovnim načelima novinarskog rada i djelovanja, a koji se često ne poštuju. Prilikom izvještavanja, neophodno je da se novinari zalažu za zaštitu javnog interesa, što znači da korisnici plasiranih informacija treba da dobiju činjenice i podatke. Nedvojbeno, novinarsko izvještavanje treba biti takvo da čitatelje, gledatelje ili slušatelje zaštiti od stresa, neugodnosti i trauma posebno kada su u pitanju krizne situacije. Cilj ovog rada jeste dobiti stvarni uvid na koji način su novinari izvještavali o aktuelnoj pandemiji, te kakav utisak i uticaj su ostavili na javnost. Istovremeno, neophodno je dubinsko shvatanje javnosti o dobijanju kvalitetnih informacija, koje su od životne važnosti, naročito u periodu krize kakva je pandemija COVID-19.

### ***Hipoteze***

Generalna hipoteza: Istinite i tačne informacije ključne su da bi javnost razumjela krizu u kojoj se našla.

Postoje takođe dvije pomoćne hipoteze ovog rada, a to su:

1. Istinite i tačne informacije ključne su da bi javnost naučila kako se nositi sa novonastalom situacijom.
2. Istinite i tačne informacije ključne su da bi se javnost tokom krize osjećala sigurnom i zaštićenom.

### ***Planirani doprinos teze teoriji i praksi***

Kroz istraživanje načina novinarskog izvještavanja tokom krize izazvane pandemijom COVID-19 doći će se do saznanja kako su plasirane informacije uticale na formiranje stava i mišljenja bosanskohercegovačkih građana o ovoj temi. Neophodno je takođe da javnost shvati koliko su istinite, potpune i pouzdane informacije važne kada je riječ o pitanjima koja su od javnog značaja, iz čega se može zaključiti da jedino medijski pismeni i informisani građani mogu stati u kraj širenju dezinformacija i manipulacija, posebno u vrijeme COVID-19 krize u kojoj se nalazi cijeli svijet.

### ***Istraživačke metode***

U ovom magistarskom radu koristiće se anketa i analiza sadržaja, kao metode koje bi pomogle prilikom samog istraživanja. Takođe, koristiće se sva adekvatna literatura, koja je bliska ovoj temi, ali i sadržaji na web stranicama, kao i e-knjige. Anketa kao metoda istraživanja otkriće koliko je način novinarskog izvještavanja na web portalima tokom pandemije COVID-19 uticao na svijest javnosti, kao i koliko publika vjeruje u objavljene sadržaje. Na osnovu ankete dobiće se odgovori koliko su novinari u svom izvještavanju bili nezavisni, profesionalni i da li su služili javnom interesu i demokratiji za vrijeme krize. Anketa će se provoditi online putem, obuhvatiće dobnu skupinu građana od 18 do 45 godina starosti i više, a pružiće uvid u kojoj mjeri mlađa i starija populacija zaista koriste web portale kao relevantne izvore informacija. Pored metode ankete u radu će se koristiti i metoda analize sadržaja objavljenih na web portalima, kako bi se utvrdili načini i sadržaji novinarskog izvještavanja o aktuelnoj pandemiji COVID-19.



## 2. POJAM KRIZNOG KOMUNICIRANJA

Komuniciranje je kompleksan sistem misli i iskustava kako se čovjek ponaša u društvu. Nastaje kada sistem utiče na izvor, cilj i pošiljaoca poruke i kada izaziva na akciju da poruku prenese preko kanala za komuniciranje (Kečko-Isaković 2006: str. 16). To je ljudska sposobnost da razmjenjuje znake i da ih adaptira datim tehničkim uslovima, a da ih koristi za razumijevanje stvarnosti i koordinaciju djelovanja u određenom društvu. Komunikacija je, dakle, socijalni proces kroz koji dva ili više prostorno povezanih centara aktivnosti jezikom ili drugim simbolima nastoje uticati na jednu sredinu ili je mijenjati uz pomoć novostečenih informativnih sadržaja. To jednostavno znači da se komunikacijom nastoji izmijeniti ili promijeniti određeno društvo ili svijet i odvija se uvijek u nekom mikrokosmosu. Radi se zapravo o opisu, razumijevanju i objašnjenju neke komunikacione strukture koja se istražuje kroz konkretne načine problematiziranja (Kečko-Isaković 2006: str. 18).

Riječ kriza se često koristi, kako u različitim naučnim disciplinama, tako i u svakodnevnom govoru. Upotrebljava se u različitim kontekstima, a najčešće se odnosi na nepovoljna stanja, lične probleme, poslovne, ali i probleme društva u cjelini. Riječ kriza potiče od grčke riječi *krisis* što znači *preokret, obrt*. U našem jeziku sinonimi za ovaj pojam su riječi *prekretnica, poremećaj, zbrka*. Iako se riječju kriza opisuje određena zbrka i preokret, nije nužno za očekivati da će posljedice, koje su iz takvog stanja proizašle, biti negativne. Kriza može dovesti do propasti, ali i do prilike iz koje će se desiti nešto pozitivno.

U savremenoj socijalnoj teoriji kriznim se naziva „stanje u kome su upadljivo zaoštrene protivriječnosti zbog sukoba interesa ili nepredviđenog incidenta“ (Pavlović 2004, prema: Vučinić 2015, str. 24). Dakle, kriza je prekid očekivanog toka, neplaniran i neželjen proces koji traje određeni vremenski period i koji se može okončati na pozitivan ili negativan način.

Iako je za krizu svojstveno da se javlja iznenada i bez najave, nisu sve krize uvijek neočekivane. Neke krize se mogu predvidjeti, ali se dešava da rukovodstvo i vlast često zanemare prve znake krize zbog čega ona eskalira. Kada kriza nastupi, dolazi do nesigurnosti, stresa, panike i zbunjenosti, kako kod rukovodilaca, tako i kod građana, što dodatno otežava donošenje brzih i pravih odluka (Vučinić 2015).

Sa kriznim komunikacijama povezana je komunikacija rizika koja se odnosi na informisanje javnosti o postojanju rizika po zdravlje i bezbjednost ljudi i životne sredine. U literaturi se navodi nekoliko faktora koji utiču na percepciju javnosti:

- Rizik koji se dobrovoljno preuzima bolje se prihvata od rizika koji je nametnut i nad kojim pojedinci imaju malu ili nikakvu kontrolu.
- Što je situacija složenija i problematika manje razumljiva, povećava se percepcija rizika.
- Ako su situacije poznate i javnost razumije problem i faktore koji na njega utiču, ona rizik percipira kao manji.
- Percepcija rizika se povećava kada su poruke eksperata kontradiktorne i prema značaju koji su dobili u udarnim vijestima.
- Ozbiljnost mogućih posljedica utiče na percepciju rizika, pa čak i onda kada je vjerovatnoća da se desi veoma mala (Vučinić 2015: str. 26).

Veoma je značajno razumijevanje navedenih činilaca koji utiču na percepciju javnosti o riziku, jer komunikacija rizika, ukoliko se njom ne upravlja na pravi način, može da preraste u kriznu komunikaciju. „Krizno komuniciranje predstavlja posebno područje odnosa s javnošću koje obuhvata predviđanje mogućih kriznih događaja, pripremu na njih i rješavanje kriza i komuniciranje sa zainteresovanim javnostima organizacije, kao i postkrizno ocjenjivanje preduzetih mjera“ (Novak 2001, prema: Kešetović 2020: str. 151). Krizno komuniciranje predstavlja značajan dio procesa upravljanja krizama, a može se definisati kao „verbalna, vizuelna ili pisana interakcija, odnosno komunikacija između organizacije i njene javnosti (najčešće posredstvom masovih medija) prije, za vrijeme i poslije negativnog događaja (Fearn-Banks 2001, prema: Kešetović 2020: str. 152).

Govoreći o krizi, potrebno je navesti da postoje različiti tipovi kriza jer ih nije moguće svrstati u jedan tip. Shodno tome, krize se dijele na:

- prirodne krize;
- tehnološke krize;
- krize uzrokovane sukobom;
- krize uzrokovane zlonamjernošću;
- krize uzrokovane iskrivljenim vrijednostima upravljanja;
- krize uzrokovane obmanom;
- krize uzrokovane lošim poslovanjem uprave i
- poslovne i ekonomske krize (Cutlip, Center, Broom 2003, prema: Mihalinčić 2018: str. 18).

Iako postoje različite definicije kao i tipovi krize, moguće je izvesti njene osnovne dimenzije, a to su:

- tačka preokreta u razvojnom slijedu događaja i aktivnosti;
- stvara situaciju u kojoj je visoka hitnost djelovanja;
- predstavlja opasnost za ciljeve i vrijednosti;
- iz nje proizlaze važne posljedice za budućnost;
- proizlazi iz slijeda događaja koji rezultira novim uslovima;
- stvara neizvjesnost u procjeni situacije i ovladavanju potrebnog razvoja alternativa;
- smanjuje kontrolu nad događajima i njihovim posljedicama;
- povećava hitnost, stres i strah;
- raspoložive informacije uobičajeno su nedovoljne;
- povećava vremenski pritisak;
- mijenja odnose između članova i
- povećava napetost (Mihalinčić 2018: str. 19).

Na osnovu prethodno navedenog može se zaključiti da je kriza veoma složena pojava koja zahtijeva brzo, ali organizovano i smisleno djelovanje. Posljedice krize mogu biti pozitivne i negativne, što zavisi od više faktora. Kriza se ne može predvidjeti, ali je moguće na pravi način reagovati, postupati i djelovati.

Krizna komunikacija se može posmatrati na dva načina: kao informisanje i kao strategija. Krizna komunikacija kao strategija odnosi se na potrebu prikupljanja i širenja informacija tokom određene krize (Coombs 2005, prema: Šestić 2019). Upravljanje kriznim situacijama zahtijeva vještinu komuniciranja u kriznim situacijama. Važno je unaprijed odrediti ko, kada i kakve informacije može dati. Nekontrolisano plasirane informacije u javnost mogu biti uzrok panike, konfuzije, nepovjerenja, straha i slično. Pogrešna informacija stvara pogubne i dugotrajne posljedice, dok pravilno upravljanje informacijama može čak i u nepovoljnim situacijama proizvesti korisne učinke.

Kako bi se adekvatno upravljalo kriznim situacijama, potrebno je oformiti krizni komunikacijski tim. Osnovne funkcije i aktivnosti ovog tima moguće je podijeliti u sljedeće grupe:

- Priprema za krizu – uspostavljanje i razvoj odnosa s internim i eksternim javnostima organizacije, predviđanje kriznih situacija i kako se unaprijed nositi s njima;
- Identifikovanje javnosti – predviđanje ko treba primiti koju informaciju tokom krizne situacije;

- Osmišljavanje i kreiranje poruka – definisanje sadržaja koji će biti prosljeđen javnosti organizacije te se nakon toga kreiraju poruke koje su srž prethodno odabranog sadržaja;
- Izborom medija za prenos poruka i informacija – izbor najboljeg i najučinkovitijeg načina za prenos poruka javnosti. Izbor najbolje metode zavisi od niza faktora, kao što su priroda javnosti kojoj je poruka namijenjena, vrsta krize, stepen odgovornosti organizacije tokom krize;
- Odgovor na povratnu informaciju – primanje povratnih informacija od internih i eksternih grupa te odgovaranje na njih;
- Ocjenjivanje uspjeha – upravljači komunikacijom tokom krize moraju analizirati i ocijeniti preduzete mjere i donijeti planove za budućnost, u slučaju ponavljanja kriznih situacija (Jugo 2017: str. 31).

Najznačajnija opšta pravila efektivnog kriznog komuniciranja pretpostavljaju prihvatanje javnosti kao partnera, poznavanje potreba javnosti i različitih masovnih medija, kao i jasno, jednostavno, blagovremeno i vjerodostojno saopštavanje informacija. Potrebno je davati tačne i istinite informacije, dok su laganje, poluistine ili manipulacija i prećutkivanje važnih činjenica apsolutno zabranjeni, posebno ako se radi o krizama u kojima su ugroženi zdravlje i bezbjednost ljudi, te okolnosti u kojima bi prećutkivanje važnih informacija imalo štetne posljedice po život, zdravlje i bezbjednost ljudi i njihove imovine (Kešetović 2018, prema: Kešetović 2020).

Pored navedenog, važan faktor kriznog komuniciranja jeste i empatija, izbjegavanje stručnog jezika, žargona i skraćenica, odgovornost, kredibilitet, profesionalno znanje i dostupnost za medije. U kriznoj komunikaciji posebno su važni i usklađenost riječi i djela kao i konzistentnost poruka od strane svih komunikatora (Coombs 2007, prema: Kešetović 2020). Veoma značajno je i obraćanje odgovarajućim emocionalnim tonom, smirenost i podsticanje ljudi da izdrže kriznu situaciju, zatim usklađivanje verbalne i neverbalne komunikacije, kao i korištenje sredstava komunikacije koja su primjerena ciljnim grupama.

Tokom svake krize generiše se velika količina informacija, a vrijeme za njihovo procesuiranje i obradu je veoma kratko, te se često pojavljuje *situaciona opterećenost informacijama (situational informational overload)* (Sundelius, Stern, Bynander 2001, prema: Mihalinčić 2018). Stvara se veliki stres kod onih koji upravljaju informacijama, te dolazi do smanjivanja njihovih sposobnosti za analizu istih. U takvim okolnostima stvara se mogućnost pojave *zamke vjerodostojnosti (credibility trap)* koja je tokom kriznog

komuniciranja veća i iz te se situacije teško izvući, što se dalje negativno odražava na krizno upravljanje (Fuller, Aldag 1997, prema: Mihalinčić 2018). Na osnovu toga može se tvrditi da informacije predstavljaju značajnu komponentu u kriznim situacijama koja utiče na ključne procese upravljanja i rješavanja krizne situacije (Mihalinčić 2018).

Kada je riječ o ulozi medija u vremenu kada se dešava kriza, ona može biti dvostruka u odnosu na vladinu agendu: proaktivna, skrećući pažnju zvaničnika na određene probleme, s jedne strane, ili pasivna, djelujući u cilju mobilizacije javnosti za određene teme kojima su zvaničnici naklonjeni, u procesima koji te medije često instrumentalizuju (Milutinović, 2020). Veliki izazov u novinarstvu predstavljala je kriza u svijetu izazvana pandemijom COVID-19, koja je pokrenula lavinu netačnih informacija, dezinformacija i pogrešnih informacija. Javnost je bila zbunjena oprečnim izjavama koje su davali zvaničnici, što je podsticalo širenje panike među građanima. Pored toga, svakodnevno su plasirane teorije zavjere čemu su u velikoj mjeri doprinosili mediji.

### ***2.1. Načini djelovanja tokom krize***

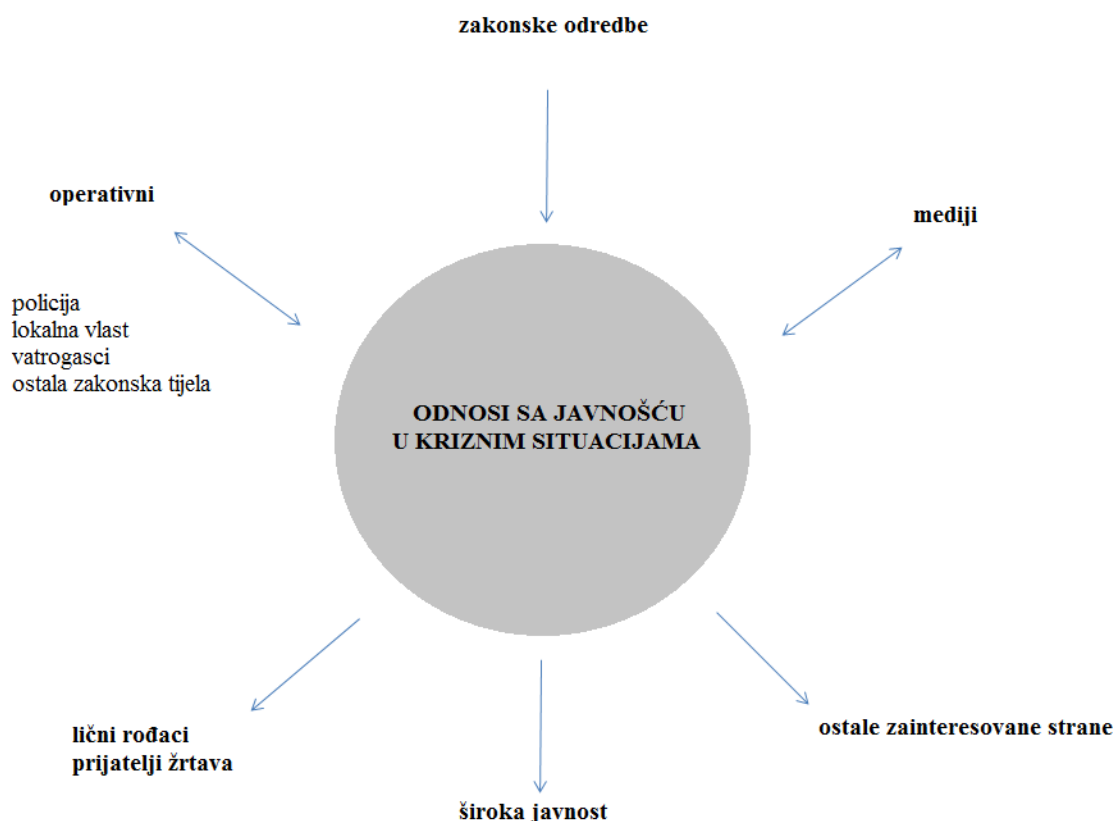
Nesreće i krize nisu nova pojava u društvu, naprotiv, ali izvjestan broj dramatičnih slučajeva u proteklom periodu je stavio fokus na taj problem. Jedna od takvih kriza jeste pandemija COVID-19. Nesrećan slučaj ili katastrofa je prvenstveno problem rukovodstva, ali događaj odmah postaje predmet medijskog interesovanja, naročito ako se radi o izgubljenom ljudskom životu ili povredama. Takav događaj može da ima ozbiljne posljedice po kompaniju, čak može da dovede u pitanje i njenu budućnost. Zbog toga se krizno poslovanje odnosi i na krizno poslovanje odnosa sa javnošću. Krize obično buknu odjednom i šire se nevjerovatnom brzinom. Zbog toga je važno da se na vrijeme pripreme odgovarajući planovi, kako bi se moglo trenutno odgovoriti. Svaka kriza je drugačija i zato se čak i najbrižljivije razrađeni planovi moraju stalno procjenjivati i ažurirati (Blek 1993: str. 168).

Potencijalne krize se mogu razvrstati kao poznato o nepoznatom i nepoznato o nepoznatom. U granama privrede kao što su željeznice, vazdušni saobraćaj, hemijska industrija, naftovodi, nuklearne elektrane i slično, postoji realna mogućnost da se u nekom trenutku dogodi nesreća. Opasnost je „poznata“, ali da li ili kada će se dogoditi je „nepoznato“. Osim nezgoda sa gubitkom ljudskih života, postoje i druge krizne situacije finansijske prirode, kao nedobronamjerne licitacije za preuzimanje, kompjuterski kriminal, smrt predsjednika ili bankrotstvo dobavljača ili dužnika. Ako je neka organizacija podložna

takvom poznatom o nepoznatom, postaje gotovo imperativ da sve pažljivo predvidi planom, prije nego što akcija stvarno i zatreba. Zvanična politika treba da bude „budi spreman na sve“ (Blek 1993: str. 168).

Sasvim je drugi scenario kada se radi o nepoznato nepoznatom. Krizne situacije te vrste ne mogu se predvidjeti. One podrazumijevaju tzv. Božju volju, na primjer zemljotrese, vulkanske erupcije ili poplave, a sada se u ovu grupu sve više uključuju i kriminalne radnje kao što su trovanja hrane ili lijekova po supermarketima. Veoma je teško unaprijed isplanirati kako da se takvi vanredni slučajevi preduprije, ali kada kriza bukne, trenutna akcija je izuzetno važna.

### Slika 1. Prikaz različitih grupa uključenih u kriznu situaciju



*Izvor: Blek 1993: str. 171.*

Postoje četiri načina da se krizna situacija povoljno riješi:

1. Odgovarajuća priprema. Izrada plana. Obuka kadra. Obezbjedjivanje komunikacijskih veza.
2. Primjenjivanje planova koji su dobro urađeni i redovno testirani.
3. Kontakti sa medijima koji će neprestano tražiti svježe vijesti i objašnjenja.

4. Posvećivanje pažnje zabrinutim rođacima i prijateljima, tako što će posebna telefonska linija biti namijenjena samo za njihove pozive.

Djeluje veoma utješno ako se vjeruje da će krizni plan, koji se stalno provjerava i doraduje, omogućiti organizaciji da se uhvati u koštac sa iznenadnom krizom. Sigurno je da će plan pružiti šansu organizaciji da se izbjegnu teškoće sa medijima, ali je iskustvo pokazalo da svaka kriza ukazuje na različite probleme.

U izradi kriznog plana treba obratiti pažnju na logistiku i fizičke kvalitete. Da bi se zadovoljili mediji, treba pripremiti liste tehničkih podataka koje bi se uručile predstavnicima medija, kao činjenična informacija sve dok im se ne dostavi vjerodostojna informacija o incidentu. Ako se ta činjenična informacija plasira i ako se stalno ažurira, pokazaće se dragocjenom u prvim danima, kada treba odgovarati na novinarska pitanja, a ima veoma malo činjenica da se saopšti (Blek 1993: str. 172).

Ukoliko želimo da nam u trenucima krize koriste, pripreme i detaljno planiranje se moraju ozbiljno shvatiti. Inicijativu za pripremanje poslova u kriznim situacijama može dati i služba za odnose sa javnošću, ali je za izradu planova potrebna saradnja mnogih odjeljenja.

Ako su pripreme sprovedene na zadovoljavajući način, tretiranje krize će u samom početku teći lakše i smirenije. Ipak, nekih opštih pravila se treba držati, a to su:

- Na interesovanje medija treba trenutno reagovati.
- Treba objaviti samo poznate činjenice. Po svaku cijenu treba izbjegavati proizvoljne procjene žrtava ili uzroka katastrofe.
- Poželjno je sazvati konferenciju za štampu čim se prikupi dovoljno čvrstih podataka koji se mogu objaviti. Na samoj konferenciji je potrebno saopštiti samo potpune informacije i treba odgovarati na sva pitanja.
- Konferencijom za štampu treba da predsjedava generalni direktor ili predsjednik kompanije, ako je moguće (Blek 1993: str. 172).

## ***2.2. Dezinformacije i manipulacija u kriznim situacijama***

Veliki broj dezinformacija koje se plasiraju, kao i manipulacija javnim mnijenjem su karakteristične za krizne situacije. Karakteristično za krizu jeste da se uvijek rješava pod budnim okom i velikim pritiskom javnosti i medija. „Krizni događaj je za medije sirovina koja se propušta kroz njihov filter, umnožava i konačno prodaje kao roba“ (Kronja, 2008, prema: Cebalović, Jevtović 2018: str. 406). Kriza za medije postaje prilika kojom se služe da ljudsku nesreću i katastrofu iskoriste kako bi povećali gledanost i čitanost. U takvoj situaciji

usuđuju se da objavljuju nedovoljno provjerene informacije koje u određenim uslovima mogu da izazovu ogromnu štetu. Masovni mediji ponekad predstavljaju i jedini izvor informisanja što pokazuje kolika je njihova društvena odgovornost. Posebno u kriznim situacijama od njih se očekuje da u najkraćem roku pružaju tačne, nepristrasne i vjerodostojne informacije kako bi javnost mogla da stvori realnu sliku o onome što se događa i kako bi bila obavještena o posljedicama krize (Lučić, Dašić 2015).

Savremene krize često se nalaze u žiži interesovanja društvenih mreža, na kojima građani preuzimaju ulogu novinara i počinju sa kreiranjem javnog mnijenja. Oni prvi obavještavaju javnost o krizi, posebno ukoliko zvanični izvori koji su zaduženi za obavještavanje čekaju saglasnost na tekst saopštenja za javnost.

Kriza u doba mira može da bude prilika da se težište sa uzroka krize i načina rješavanja prebaci na politički teren. Tako kriza izazvana pandemijom neke bolesti može da postane poprište političkih sukoba, dezinformisanja i propagande, a sve u cilju da se vlast prikaže kao spasilac koji sve čini da riješi krizu ili potpuno suprotno, da se okrivi za nereagovanje koje krizu još više produbljuje.

Posao propagandiste je da „manipulišući simbolima ograniči slobodu izbora, da podstakne druge da se ponašaju onako kako se ne bi inače ponašali, naivno vjerujući da svoje odluke donose sami” (Doob, 1948; Lasswell, 1950; Fraser, 1957, prema: Senjković 2001: str. 35). Sam termin propaganda se može definisati kao „aktivnosti velikih organizacija, naroda ili grupe na pridobijanju javnosti za sopstvene interese putem stavljanja u prvi plan atraktivnih zaključaka upakovanih tako da se sakrije, kako njihova prava svrha, tako i odsustvo valjanog obrazloženja“ (Sproule, 1997, prema: Cebalović, Jevtović 2018: str. 407).

Za vrijeme kriza javnost informacije dobija preko medija. Sve što se putem medija objavi, uglavnom je od strane javnosti prihvaćeno kao istina. Mediji to koriste kao priliku za zloupotrebu i manipulaciju. Izazov savremenog novinarstva jeste da se pronađe način kako bi se premostila često sukobljena profesionalna, komercijalna i etička stanovišta koja su u vezi sa pronalaskom i prezentacijom vijesti, a da se istovremeno naglasi i prihvati percepcija novinarstva kao profesije koja ima istaknutu društvenu ulogu (Burns, 2009, prema: Cebalović, Jevtović 2018).

Televizija je medij koji u krizama primjenjuje *medijski manevar*. U pitanju je planirana manipulacija medija koja postaje važno propagandno oružje. Zbog toga se u kriznim komunikacijama posebna pažnja mora obratiti na rad sa elektronskim medijima i izradu i plasiranje video materijala (Klun 2000).



Razvoj savremenih tehnologija i pojava novih medija koji bi trebalo da podstaknu tradicionalne medije da se vrate profesionalnim standardima, kako navode autori, donio je novu katastrofu. Iako posjeduju satelitske telefone i internet, pa vijesti i fotografije stižu u medije u realnom vremenu, izvještači iz kriznih područja ne daju javnosti realnu sliku tih dešavanja. Ključni činilac u krizama postali su njihova medijska prezentacija i izvještavanje gdje su vrijeme događanja i vrijeme primanja informacija identični. Primalac poruke nema vremena da je obradi, razumije je i da joj smisao (Klun 2000). Ovakav primalac poruke je pogodan za manipulaciju i predstavlja metu za sve vrste manipulacija.

Internet i društvene mreže koje su zamišljene da podstaknu globalnu razmjenu mišljenja i političko organizovanje, otišle su u suprotnost. Internet je danas široko polje za dezinformisanje, širenje laži i propagandu. Preplavljen je različitim informacijama i dezinformacijama, a građani moraju biti osposobljeni da sami prepoznaju lažne vijesti i da kritički sagledaju informacije koje im se plasiraju.

### ***2.3. Prošireni model paralelnog procesa – PMPP***

Pandemije predstavljaju veoma ozbiljne krizne situacije u kojima je važno ljudima na odgovarajući način objasniti vrstu, obim i intenzitet opasnosti, odnosno bolest i njen uzrok, zatim način na koji treba da se ponašaju kako bi umanjili rizike od zaraze, kao i kako da se ponašaju u slučaju da osjete simptome zarazne bolesti.

Odgovorni za kriznu komunikaciju u pandemijama u prvom redu jesu zdravstvene vlasti (Ministarstvo zdravlja, Nacionalni institut i slično) dok se nosioci najviših političkih funkcija oglašavaju veoma rijetko kako bi prenijeli poruke podrške, ohrabrenja, zahvalnosti građanima za pridržavanje preporučenih mjera i dr. Mnoge zemlje i organizacije sačinjavaju krizne planove za slučaj pandemije koji uključuju medicinske, epidemiološke, psihološke i etičke aspekte priprema. Važan segment ovih planova su i komunikacijske strategije zasnovane na utvrđenim smjernicama za efektivnu kriznu komunikaciju koje su ponudile Svjetska zdravstvena organizacija i druge relevantne medicinske institucije (Kešetović 2020).

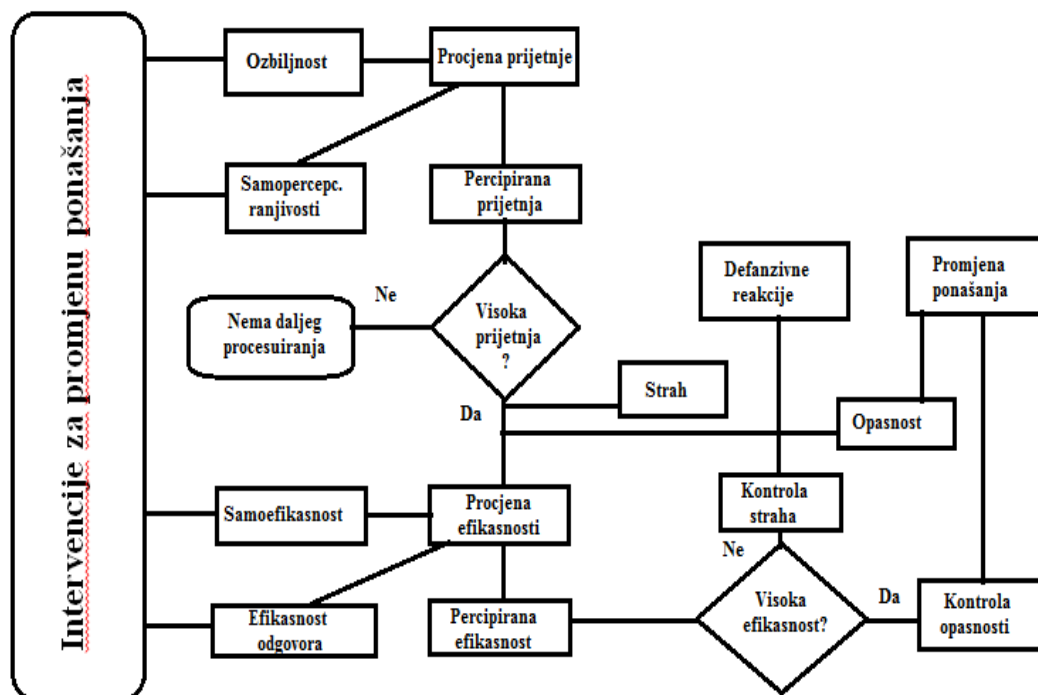
Kao najuspješnije mjere kontrole nepoželjnih posljedica izdvojile su se one koje se lako prate i razumiju. Osim zdravstvenih preporuka, fokus se stavljao na preporuke koje su se bazirale na to šta zdravstvene ustanove i ustanove socijalne zaštite treba da urade u pogledu zaštite zaposlenih, promjene organizacije rada, osnovnih higijensko-epidemioloških mjera i kontrole okoline, kako bi se širenje virusa maksimalno usporilo i zaustavilo. Centri za socijalni rad, kao i sve druge ustanove socijalne zaštite, morale su imati plan postupanja u

vanrednim situacijama. Izradom ovog plana centar za socijalni rad priprema se za reagovanje u slučaju vanredne situacije izazvane prirodnom ili drugom nesrećom. Pored izrade plana postupanja u vanrednim situacijama, zadatak centra je da formira timove za realizaciju tog plana. To podrazumijeva i precizno definisanje linije komunikacije i koordinacije u timu, da bi se jasno znalo ko, koga i kada informiše i na koji način komunicira (Marković i sar. 2020).

Uspjeh krizne komunikacije u krizi izazvanoj pandemijom zavisi od plana komunikacija i njegovog sprovođenja. Da bi krizni plan bio uspješno implementiran potrebno je da krizni komunikatori posjeduju sposobnosti, vještine i kredibilitet, ali i da postoji povjerenje građana u državu, njene institucije, ali prije svega u sistem zdravstvene zaštite (Kešetović 2020).

Kao najbolji okvir za komunikaciju poruka koje se odnose na javno zdravlje izdvaja se Prošireni model paralelnog procesa – PMPP (*The Extended Parallel Process Model – EPPM*). Navedeni model služi za kreiranje efektivnih zdravstvenih poruka, a poruke su efektivne kada se ljudi ponašaju u skladu sa preporukama, što se označava pojmom *kontrola opasnosti*. Ova kontrola se dešava kada ljudi čine sve potrebno kako bi izbjegli ili umanjili prijetnju koja vreba (Coombs, 2020, prema: Kešetović 2020).

**Slika 2. Prošireni model paralelnog procesa – PMPP**



Izvor: Coombs, 2020, prema: Kešetović 2020.

PMPP nudi smjernice za dizajniranje efektivnih zdravstvenih poruka. Komunikacija poruka koje se odnose na ljudsko zdravlje je efektivna kada se ljudi ponašaju u skladu sa preporukama, što se označava terminom *kontrola opasnosti*. Ova kontrola se dešava onda kada ljudi preduzimaju korake da bi izbjegli ili smanjili prijetnju sa kojom se suočavaju, npr. u slučaju COVID-19 temeljno peru ruke, poštuju mjere samoizolacije, fizičke distance i sl. (Coombs, 2020, prema: Kešetović 2020).

PMPP definiše ključne faktore koji mogu rezultirati preduzimanjem preporučene mjere kontrole opasnosti ili nepoželjnu kontrolu straha od strane ljudi (kao što je npr. ignorisanje prijetnje). Prvi korak u ovom modelu je percepcija prijetnje. Ljudi se u prvi mah susreću sa prijetnjom i procjenjuju je, a ta procjena određuje na koji način će oni dalje djelovati. Nakon bazične procjene karaktera prijetnje (bolesti, zaraze), ljudi procjenjuju da li su ranjivi na prijetnju (samopercepcija) i da li je prijetnja dovoljno ozbiljna da privuče njihovu pažnju (percipirana ozbiljnost). Ukoliko ljudi smatraju da prijetnja za njih nije relevantna i/ili nije tako ozbiljna, ona će biti ignorisana i proces evaluacije završen, što je onda problem za krizne menadžere. Ako se prijetnja posmatra kao relevantna, ljudi su motivisani da procijene efikasnost predloženog odgovora, tj. akcija koje mogu da preduzmu da bi umanjili ili eliminisali prijetnju (Coombs, 2020, prema: Kešetović 2020).

U PMPP kontrola opasnosti odražava željeni odgovor pošto ukazuje da ljudi primjenjuju predložene mjere da smanje prijetnju. Procjena efikasnosti uključuje efikasnost plana i samoefikasnost. Efikasnost plana se odnosi na to da li ljudi vjeruju ili ne vjeruju da će preporučene aktivnosti biti djelotvorne, odnosno da li će im pomoći da izbjegnu prijetnju. Ljudi ne slijede pravac akcije ako ne vjeruju da će biti efikasan. Samoefikasnost se odnosi na to da li ljudi vjeruju da su osposobljeni da primijene mjere koje su preporučene u pravcu akcije. Ukoliko ljudi smatraju da ne mogu primijeniti preporučene mjere i ispuniti plan, oni to neće ni pokušati. Ukoliko su oba navedena elementa snažna, ljudi će se angažovati u kontroli opasnosti i povećati otpornost. Ukoliko su oba elementa slaba, ljudi će se opredijeliti za kontrolu straha i pokazaće nedostatak otpornosti. PMPP nam pomaže da razumijemo kako ljudi prelaze sa prijetnje na preduzimanje akcije u odnosu na prijetnju ili jednostavno izbjegavanje ili ignorisanje prijetnje (Coombs, 2020, prema: Kešetović 2020).

### 3. POJAM ISTINITOSTI I TAČNOSTI INFORMACIJA

Prije nego što razjasnimo šta predstavlja pojam istinitosti i tačnosti informacija, navešćemo neke od definicija pojma informacija.

Najjednostavnije rečeno informacija je „zapisano saznanje (registrovano) u pisanoj (štampanoj ili digitalnoj), usmenoj ili audio-vizuelnoj formi na nekom mediju“ (Le Koadik, 2005: str. 8). Riječ informacija nastala je od latinske riječi *informatio* što u bukvalnom prevodu znači informacija. Informacija mora da ima i određeni smisao. To je značenje koje se prenosi svjesnom biću posredstvom poruke upisane na određenom prostorno-vremenskom medijumu: štampanom mediju, električnom signalu, zvučnom talasu itd. (Rauyer, 1954, prema: Le Koadik 2005). Taj zapis sačinjen je uz pomoć sistema znakova, a znak je sastavni element jezika koji udružuje onoga ko je označio i ono što je označeno: alfabetski znak, riječ, znak interpunkcije (Le Koadik 2005).

Pojam informacija može se sagledati i sa različitih stanovišta, te su tako nastale sociološke, kulturološke i društvene definicije informacija. Pored toga ustanovljena je i razjašnjena razlika između humane i kibernetске informacije.

Prema sociološkoj definiciji informacija predstavlja „stečeno saznanje saopšteno jezičkim i nejezičkim sistemima značenja, kako bi se omogućila razmjena među subjektima komunikativnih činova, kao simbolički posredovano iskustvo od značaja za smjer i efikasnost ljudske prakse“ (Đorđević, 1998, prema: Fejzić 2008: str. 55). Ova sociološka definicija vezana je za opštu ljudsku djelatnost.

Umberto Eco, italijanski autor, kulturološki definiše informaciju na sljedeći način: „Kada saznamo koji će se od dva događaja (očekivana) ostvariti, dobili smo informaciju“ (Fejzić 2008: str. 57). Ovaj autor u svojoj knjizi pominje i najkraću definiciju informacije navodeći da je informacija sve ono što je novo.

Sa sociološkog aspekta informacija predstavlja sredstvo društvenog sporazumijevanja, razmjene iskustava, usmjeravanja društva, društvenih grupa i pojedinaca u skladu sa dogovorenim i prihvaćenim odnosima (Repovac 2004, prema: Fejzić 2008). Iako se informacije najčešće prenose verbalnim putem, veoma značajna je i neverbalna komunikacija tokom koje se poruke prenose govorom tijela, mimikom, ali i šutnjom.

Dakle, informacija se prenosi komunikacijom, a komunikacija predstavlja suštinski element čovjekovog sporazumijevanja, saradnje i ukupnog djelovanja u društvu. Komuniciranje je proces posredovanja značenja između živih bića, prenos poruka između

komunikacijskih partnera. Medij je materijalni nosilac poruka, samo su uz njegovu pomoć mogući prenos informacije i posredovanje značenja uopšte (Vreg 1991).

Informacija se najprije sagleda kao humani čin, kao odnos koji se uspostavlja među ljudima. Za razliku od njih postoje i informacije drugačijeg oblika i sadržaja, a one su predmet kibernetičko-matematičkih teorija. Cilj ove teorije informacija je da se kroz dati kanal komuniciranja koji je ograničen, prenese maksimalna količina informacija. Ova teorija može se prikazati kroz sljedeću šemu: izvor – predajnik – kanal – prijemnik – recipijent – prijemni signal.

Prema Wessingovoj i Bolingovoj klasifikaciji humana komunikacija, a uz nju i humana informacija, ima sljedeće karakteristike:

- Informacija je nosilac poruke;
- Informacija je zajednički deskriptor za sve jezičke i nejezičke interakcije među ljudima;
- Informacija je znanje;
- Informacija je odraz stvarnosti;
- Informacija je značenje;
- Informacija je promjena slike o nečemu;
- Informacija je strukturisana potvrda naspram strukture realnosti (Fejzić 2008: str. 57).

Pošto su navedene osnovne definicije pojma informacije, potrebno je utvrditi šta predstavlja tačnu i objektivnu informaciju.

Osnovno i veoma važno pitanje kada je riječ o medijima jeste utvrđivanje istinitosti i tačnosti informacije. Današnji konzumenti vijesti uglavnom su veoma svjesni da vijest koju novinari plasiraju nije apsolutna istina i zbog toga smatramo važnim analizirati i predstaviti šta se pretpostavlja pod pojmom istinitosti i tačnosti informacije.

Dakle, kao što je navedeno, često se putem sredstava javnog informisanja plasiraju informacije koje nisu istinite i objektivne. U praksi novinarstva pojmovi objektivnost i tačnost nisu identični. Objektivnost informacije je tek jedan od kriterijuma istinitosti informacije, to je njen donji prag ispod koga slijedi laž. Dakle, istinitost informacije je šira od elementarne objektivnosti koju zagovara svaka teorija i praksa novinarske profesije. Ipak, sam odabir „fundamentalnih entiteta“ informacije podrazumijeva određenu primarnu interpretaciju, tj. izbor podataka i činjenica po autorskom (novinarskom) izboru i to predstavlja prvobitnu selekciju istine i objektivnosti koja se očekuje od komunikatora (Fejzić, 2008).

U novinarskom smislu istinitosti kao praga objektivnosti, može se govoriti o tri vrste istinitosti, koje nastaju i variraju u procesu enkodiranja i dekodiranja poruke:

- istinitost konkretne informacije („fundamentalnih entiteta“),
- istinitost čovjekovog okruženja i
- istinitost čovjekovog iskustva (Fejzić 2008: str. 82).

Istinitost konkretne informacije provjerava se ukupnom objektivnošću informacije, odnosno, transparentnošću upotrebljenih simbola koji su učestvovali u enkodiranju profesionalne informacije. Istinitost konkretne informacije u potpunosti zavisi od komunikatora. Sami simboli učestvuju u kreiranju informacije. Svaka istina, pa i informativna, podvrgava se sumnji, a sumnja je ono što pokreće individuu i zajednicu. Sumnja u praktičnom informativno-profesionalnom angažmanu je ono što pokreće komunikatora na dnevno istraživanje, traganje, saznavanje novog, neočekivanog i obično se radi o stvaralačkoj, a ne defetističkoj sumnji (Fejzić 2008).

U novinarstvu se smatra da je informacija istinita ako je njena sastavna faktografija istinita, tj. ako su upotrijebljeni simboli (fakti, podaci, činjenice, faksimili, izjave, iskazi...) istiniti. Ipak i tada, zbog interpretacije kao subjektivnog čina, informacija ne mora biti istinita. To se dešava naročito onda kada se simboli ne provjeravaju, kada se kao pripremljeni od izvora informacije, samo koriste ili čak i izmišljaju (Fejzić 2008).

Simboli koji se koriste u informaciji moraju biti stavljeni u najmanji semantički sistem – rečenicu – kako bi dobili ono značenje i smisao koje im komunikator nalaže, ali po mogućnosti na denotativnom nivou. Ukoliko bi se previše operisalo sa konotativnim nivoom upotrebe simbola, onda bi se radilo o otežanom diskursu poruke ili informacije, kada dođe red na recipijenta (Fejzić 2008).

Istinitost čovjekovog okruženja najčešće stoji naspram istinitosti konkretne informacije. Tu nastaje diskrepancija ili raskorak između istine stvarnog života, empirije i informacija mas-medijskih sadržaja. To dalje znači da i komunikator i recipijent istovremeno i ireverzibilno postoje u dvije stvarnosti, jednoj koja je medijska (virtuelna) i drugoj koja je stvarna (empirijska). U te dvije realnosti obojica postoje mimo svoje volje. Ako komunikator nastoji fabrikovati događaje ili činjenice (kao elemente manipulacijskog posla novinarstva), onda on nastoji etablirati medijske istine (Fejzić 2008).

Medijske istine mogu biti i polovične ili lažne istine, ili čiste laži, ali je njihova uloga upravo etabliranje traženih, zamišljenih, insinuativnih ili samo potrebnih istina u datom vremenu i prostoru. Svrha ovako etabliranih istina postaje manipulisanje, vladanje

recipijentima i njihovo pretvaranje u konzumente mas-medijskih sadržaja bez stava i vlastitog kritičkog mišljenja.

Može se dogoditi da recipijent mas-medijske informacije postavi u svoje postojeće iskustveno polje i ako se *novumi* (nove okolnosti i saznanja) podudaraju sa njegovim postojećim iskustvenim poljem, čini to spontano. Ako recipijent ne uspijeva da nađe novume koji se uklapaju u njegove stavove, etiku, mišljenje, ideje, onda postaje zbunjen. Tada recipijent, u razvijenoj medijskoj situaciji i kad može da bira različite kanale i sadržaje, najčešće bira svoj medij i svoje informacije (Fejzić 2008).

Istinitost čovjekovog iskustva je treći važan faktor složene problematike prijema ili diskursa istinitosti informacije. Naša realnost pokazuje da nove elite, posebno mas-medijske, uspješno okružuju recipijente simboličkim informacijama, koje često samu stvarnost zamjenjuju slikama stvarnosti. Na taj način odnos istine i laži postaje komplikovaniji i nejednoznačniji.

Profesionalni komunikator mora računati na objektivno recipijentovo iskustvo. Recipijent je individua, ali i pripadnik grupe, društva, strukture društva. Komunikator mora, bar u određenoj mjeri, voditi računa o recipijentovom iskustvu, njegovoj tradiciji, etici, vjeri, ideologiji. Kruženje laži medijima komuniciranja direktno je proporcionalno opštem trendu rasta lažne strane mogućih ljudskih interpretacija svijeta. Moralna uloga komunikatora time je dovedena do maksimuma, ali i njihova odgovornost za opštu i pojedinačnu sudbinu budućnosti (Fejzić 2008).

U prethodnom tekstu utvrdili smo koji faktori utiču na istinitost informacije, a u narednom ćemo predstaviti kriterijume pomoću kojih se određuje da li je vijest koja treba da se plasira tačna i objektivna.

Kako se ne bi dovodila u pitanje objektivnost informacije, novinarska profesija utvrdila je kriterijume objektivnosti postavljajući pet ključnih pitanja: *ko, šta, gdje, kada, kako* – kojima se još dodaju i *zašto*, kao i dva izvora podataka. Međutim, pojedini autori smatraju da je novinarski kriterijum koji uključuje šest pitanja (*ko, šta, kada, gdje, zašto i kako*) dovoljan za izvještavanje o događajima kao što su saobraćajne nesreće ili poplave, ali ne i za složene situacije, kao što je utvrđivanje uzroka rata (Štavljanin 2013). U anglosaksonskom modelu prevladava stav da je novinarstvo objektivno, jer insistira isključivo na činjenicama koje se predočavaju javnosti. Time se kreira snažna slika o sebi i sistemu vrijednosti koji je ključan za novinarsku profesiju (Louw, 2005, prema: Štavljanin 2013).

Pored navedenih kriterijuma objektivnosti, u literaturi se navode i sljedeća uputstva koja treba da služe kao osnova za objektivno novinarstvo: tačnost, potpunost, važnost, pravednost mjerila, uravnoteženost, različitost, preciznost, argumentovanost, neutralnost, oslobađanje od vrijednosnih sudova, pravičnost, odvajanje vijesti od vlastitih komentara, itd. (Kunczik, Zipfel 2006).

Veoma važna karakteristika medija jeste njihova vjerodostojnost od koje zavisi na koji način će recipijenti posmatrati informaciju koja im je plasirana. „Medijska vjerodostojnost je procjena i evaulacija medijskog kapaciteta da ispuni očekivanja istinite informacije data od obje strane, proizvođača i potrošača, s obzirom na to da je ta informacija za korisnike relevantna materija od i za s tim povezane konverzacije” (Bauer, 2007, prema: Udovičić 2012: str. 215). Publicitet, aktuelnost, odgovornost, zatim korisnost i dostupnost treba uzeti kao medijski specifične poruke izgrađene unutar odnosa između medija i njegovog recipijenta. Rad medija je vjerodostojan ako je transparentan u metodama rada, u selektivnim faktorima, u korištenju povjerljivih izvora, novosti, u priznavanju grešaka ako su one počinjene, te u praćenju principa deontološke etike, koji su između ostalog: publicitet, aktuelnost i pouzdanost. (Bauer, 2007, prema: Udovičić 2012).

Vjerodostojnost medija utiče na to kako će recipijent prihvatiti informaciju koja mu se nudi. Komunikacija koja dolazi od izvora koji je klasifikovan kao nevjerodostojan, više se percipira kao netačna i iskrivljena. Vjerodostojni komunikatori kratkoročno su efikasniji nego nevjerodostojni. Ta efikasnost nije posljedica povećane pažnje ili boljeg razumijevanja. Pretpostavlja se da vjerodostojnost povećava kratkoročnu spremnost za prihvatanje argumenata (Kunczik, Zipfel 2006).

### ***3.1. Svijet ograničene istine***

Kada je 1996. godine objavljena knjiga *Primary Colors*, po kojoj je kasnije snimljen i istoimeni film, to je izazvalo čitav niz spekulacija u novinarskoj zajednici. Ta knjiga donosi uvijeni prikaz Klintonove kampanje i uloge štampe u njoj. Umjesto imena autora na koricama je pisalo „Anonimno“, kao fascinantna pokušaj kamuflaže identiteta autora, na ravni političkih intriga iznijetih u knjizi. Poslije višemjesečnih demantija kolegama iz *CBS News-a*, *Washington Post-a* i *New York Times-a*, kolumnista magazina *Newsweek*, Džo Klajn je priznao da je on napisao knjigu, ali prijateljima i kolegama nije ponudio nikakvo izvinjenje zbog toga što ih je prethodno lagao. Prevara je počela da se otkriva kada je *Washington Post*



objavio rezultate uporedne analize rukopisa Klajna i bilježaka na ranijem rukopisu *Primary Colors* (Carvajal 1996: str. 11).

Uporedo sa velikim bejzbol *mečom All-star Game* u Filadelfiji 1996. godine, tabloid *Philadelphia Weekly* objavio je na naslovnoj strani reportažu od 4000 riječi o „nedavno otkrivenim ljubavnim pismima Džimija Foksa, jednog od najvećih igrača bejzbola svih vremena, i starlete Džudi Holidej“. Reportaža je sadržala čak i lično svjedočenje o ovom odnosu. List *Philadelphia Weekly* kasnije je priznao da je priča izmišljena kao šala. Urednik lista Tim Vitaker nije ponudio nikakva izvinjenja, samo je u svojoj kolumni obećao da to više neće raditi (Dej 2004: str. 99). Na ovakva izvrtnja istine novinari i kritičari su često reagovali brzo i bez opraštanja. Nakon prevare u vezi sa Džimijem Foksom, kolumnista lista *Philadelphia Daily News* je napisao: „Najšokantniji dio ove frke je to što se Vitaker ne izvinjava. Pošto kaže da nije uradio ništa loše, slobodan je da lažira i sljedeću priču“ (Dej 2004: str. 99).

Slično su reagovali i drugi kritičari. *CBS News*, gdje je Klajn radio kao konsultant i komentator vijesti tokom vikenda, optužio je Klajna što nije bio otvoreniji. Urednik lista *Columbia Journalism Review* Suzan Braun Livajn rekla je: „Novinari o sebi misle kao o bratstvu u kojem su svi iskreni jedni prema drugima, čak i ako sa strane niko nije iskren prema njima. Izuzetno su osjetljivi na kritike i prevare. A šta je gore nego kad vas prevari neko vaš“ (Dej 2004: str. 100)?

Ovakve reakcije iz medija i van njih uvijek su dobrodošle jer služe kao dokaz da takve prevare nisu neizbježno standardna pojava u medijskoj industriji. Optimističko gledište je da dalje očuvanje morala može poslužiti kako bi se spriječilo da ovakvi etički propusti postanu patološka pojava. Pesimističko gledište je da epizode kao što je ova predstavljaju sve neobavezniji odnos prema istini kao etičkom imperativu. Stvarnost vjerovatno leži negdje između optimističkog i pesimističkog gledišta.

Dokazi sve više ukazuju da kao društvo na svijet gledamo iz perspektive sve većeg moralnog relativizma. Čak i oni koji ne odobravaju laganje, svjesno često nisu spremni da javno priznaju postojanje jasne linije između istine i laži. Zanimljivi su rezultati studentske vježbe o predsjedniku SAD i štampi organizovanoj na Univerzitetu Južne Kalifornije. Vježba se odnosila na seksualni odnos predsjednika Bila Klintona i pripravnice u Bijeloj kući Monike Levinski. Vježbu je vodio kolumnista Ričard Rivz, koji je studente podijelio u dvije grupe – savjetnike Bila Klintona i vašingtonske novinare. Svaki student je napisao preporuku svom pretpostavljenom o tome kako postupati u aferi Levinski. Iako su postojale izvjesne razlike između dvije grupe, svi su se složili da nije važno da li su informacije koje daju ili

pišu istinite. Klintonovi savjetnici su rekli da nije važno da li njihov šef govori istinu – „To nije njihov problem!“ Novinari su rekli da nije važno da li njihovi „izvori“ govore istinu niti da li su izvještaji u drugim medijima tačni, „To nije njihov problem!“ Nijedna grupa nije prihvatila odgovornost za pomaganje u širenju dezinformacija, čak i kada se ispostavilo da su njihove informacije bile netačne. Mogli su da se distanciraju od učesća u ovoj epizodi čiste savjesti. Organizator je u kolumni o vježbi napisao da se iz iste može izvući pouka da živimo u svijetu ograničene istine (Reeves 1998: str. 8).

### ***3.2. Istina kao temeljna vrijednost***

Laganje i obmanjivanje su dvije srodne, ali ne automatski i iste stvari. Obmanjivanje znači „razmjenu poruka namjenjenih da zavedu druge, da ih navedu da vjeruju u ono u šta mi sami ne vjerujemo“. Obmanjivanje se postiže riječima, ponašanjem, gestovima, pa čak i ćutanjem. Uskraćivanje informacija javnosti smatra se činom obmanjivanja. Laganje je zapravo podkategorija obmanjivanja i podrazumijeva razmjenu netačnih informacija za koje onaj koji šalje zna ili vjeruje da nisu tačne. Ideja istine kao pozitivne vrijednosti duboko je usađena u filozofiju morala i prava. Neke od ranih osuda laganja sadržane su u zakonima protiv lažnog svjedočenja i krivokletstva, kao što je drevni Zakonik Hamurabija, nedvosmisleno kažu: „Ako se građanin pojavi pred sudom kao lažni svjedok, biće pogubljen“ (Shibles 1985: str. 19-20). Judeo-hrišćanski izraz ovog ideala nalazimo u devetoj zapovijesti: „Ne svjedoči lažno protiv bližnjega svoga.“

U sekularnom svijetu i drevni i savremeni filozofi najviše su se bavili ulogom istine u odnosima među ljudima. Sokrat je osuđen na smrt zbog kritičkog ispitivanja i tako je postao prvi mučenik slobode govora. Džon Milton je u djelu *Areopagitica*, objavljenom 1644. godine, iznio uvjerljiv argument u prilog slobode misli kada je istinu i laž opisao kao suparnike na tržištu ideja. Smatrao je da istina uvijek pobjeđuje u fer borbi. Više od 200 godina kasnije, Džon Stjuart Mil i dalje zastupa tu ideju koja se zalaže za pravo ljudi na slobodno izražavanje mišljenja, bez straha od državne cenzure. Naravno, Milona i Mila je vjerovatno više zanimao intelektualni značaj istine od njene primjene u filozofiji morala. Drevni filozofi jesu bili posvećeni idealima istine, ali je čak i Platon postavljao pitanje da li je istina uvijek korisna. Kada se suočio sa pitanjem da li bi trebalo da laže ako će to spasiti drugog od ubice, Platon je rekao da. A kada istina nije poznata, onda čak i neistina može izgledati kao istina i ići nama naruku (Rivers, Mathews 1988: str. 15). Naša mitologija, narodni običaji i literatura prepuni su primjera obmane i laganja kao legitimnih načina

ispunjenja nećijih ličnih interesa. Slobodno se može reći da obmana, a ne istina, zauzima više mjesta u literaturi kako bi oslikala ljudsku prirodu. Reklo bi se da živimo u dobu relativizma, gdje se na optužbe o moralnim prestupima odgovara sa: „Sve je relativno“. Ipak, ako hoćemo da ostanemo moralna bića, u privatnom i profesionalnom životu, moramo biti spremni da branimo odstupanja sa puta istine na osnovu nekih čvrstih moralnih temelja (Christians, Rotzoll i ostali 1995: str. 80).

### 3.3. Značaj istine

Pojedini etičari čvrsto stoje u odbrani istine kao temeljne vrijednosti i drže se kantovskog gledišta da je laganje samo po sebi pogrešno. Postoji nekoliko razloga zbog kojih bi civilizovano društvo trebalo da prihvati posvećenost istini kao temeljni princip. Odsustvo integriteta u komunikaciji među ljudima potkopava *autonomiju pojedinca*. Racionalna bića zavise od istinitih i tačnih informacija na osnovu kojih mogu donositi sudove o nizu radnji, kao što su izbor javnih funkcionera, koje proizvode da kupe, koje TV programe da gledaju i slično. Ljudi većinu vremena provode konzumirajući vizuelne i zvučne stimulanse koje im pružaju masovni mediji, te zato kao autonomni pojedinci imaju pravo da očekuju od medijskih radnika da se ponašaju s istim stepenom integriteta kao i ostatak društva (Dej 2004: str. 104).

Šteta koja može nastati iz napada na istinu dobro se može ilustrovati spornom debatom u Senatu u vezi sa imenovanjem sudije Vrhovnog suda Klerensa Tomasa 1991. godine. Suočen s optužbama bivše profesorke prava Anite Hil za seksualno zlostavljanje, Tomas je energično demantovao sve optužbe, a proceduru u Senatu nazvao „visokotehnoškim linčovanjem“. Iako se istina možda nikad neće saznati, deset godina kasnije bivši novinar lista *American Spectator* Dejvid Brok priznao je u jednoj knjizi da su ga neposredno prije debate u Senatu Tomasove desničarske pristalice angažovale da uništi reputaciju Hilove. Brok tvrdi da je on objavio „skoro sve negativne i često kontradiktorne optužbe“ na račun Hilove, kako bi pridonio da ona izgleda „malo blesavo i malo droljastvo“ (Carlson 2001: str. 28). U međuvremenu, u kolektivnoj svijesti javnosti, nad sudijom Vrhovnog suda i osobom koja je protiv njega iznijela optužbe još lebdi sijenka. Pojam autonomije pojedinca djelimično se zasniva na slobodi izbora. Obmanjivanje može da potkopa povjerenje u naše izbore, što nas može učiniti nesigurnim da u budućnosti ispoljavamo svoju autonomiju. Na primjer, odsustvo istinoljublja među pripadnicima reklamne industrije i službi za odnose s javnošću razumljivo bi stvorilo klimu nepovjerenja

javnosti u poslovnu zajednicu. Zato je izraz društvena odgovornost ušao u rječnik medijskih radnika, uz riječ sloboda kao koncept koji se odražava i u kodeksima raznih medijskih profesija (Dej 2004: str. 104).

### ***3.4. Istina u novinarstvu***

Iz novinarske perspektive, postoji obilje stavova o tome šta čini istinito novinarsko izvještavanje. Tri koncepta leže u osnovi pojma istine u izvještavanju. Prvi koncept podrazumijeva da izvještavanje mora biti tačno. Činjenice se moraju provjeriti, moraju se zasnivati na čvrstim dokazima. Ako postoji sumnja ili spor u vezi sa činjenicama, to treba otkriti publici. Trebalo bi provjeriti i tačnost izjava. Sa stanovišta etičke prakse, mijenjanje direktnih izjava, kako bi se izbjegle neprijatnosti po govornika, sumnjivo je. Ako postoji problem u tom smislu, trebalo bi koristiti indirektne, prenesene izjave ili parafraze. Kada novinar ne prisustvuje lično nekom događaju ili kada informacije nisu opšte poznate, novinar bi morao da navede ko je izvor informacija. To je osnovni zahtjev tačnog izvještavanja. Pronalaskom interneta i neizbježne privlačnosti internet novinarstva, problem incestuoznog izvještavanja, u kojem novinari slobodno pozajmljuju informacije jedni od drugih, najvjerojatnije će se uvećavati. Onaj ko je objavio originalnu vijest, eventualne netačnosti može da ispravi odmah, ali će te netačnosti najvjerojatnije opstati u pričama nastalim na osnovu originalne. Drugi zahtjev za novinarskom istinom jeste da bi istinita priča, osim što mora biti tačna, trebalo i da promovise razumijevanje. Vremenska i prostorna ograničenja nekada sprečavaju davanje detaljnih objašnjenja, odnosno razumijevanje svake situacije. Cilj bi trebalo da bude davanje suštinski kompletnog izvještaja. Priča bi trebalo da sadrži što više dostupnih relevantnih informacija, a od suštinskog značaja je to da se prosječnom čitaocu ili gledaocu ponudi bar objašnjenje činjenica i njihovog konteksta. Treći kriterijum istinitog članka je taj da on mora biti pošten i uravnotežen. Ta dva udvojena koncepta podrazumijevaju izbjegavanje bilo kakve primjetne novinarske pristrasnosti. Osim toga, poštenje i ravnoteža zahtijevaju da novinari prepoznaju ona gledišta koja produbljuju razumijevanje teme. Treba uložiti svaki trud da se ta gledišta iznesu pošteno i proporcionalno njihovom značaju za temu (Dej 2004: str. 106).

#### **4. TAČNOST IZVJEŠTAVANJA ILI MANIPULACIJA INFORMACIJAMA TOKOM KRIZE**

Svaka profesionalna informacija koja objektivno registruje događaje, stanja, stavove, mišljenja, služi nekom interesu. Taj najjednostavniji interes – puko registrovanje, već pripada sferi interesa, a da se i ne pominju svi ostali mogući interpretacijski i reinterpetacijski interesi. U opštoj komunikaciji različitih interesa funkcioniše novinarstvo, a bez novinarstva danas se ne bi moglo govoriti ni o kvalitetu dnevnog traganja za istinom (Fejzić 2008).

Odnos istinitih i lažnih vijesti predstavlja kompleksan i višeslojan problem koji se izražava kroz objektivan odnos prema izboru kanala poruke, opštedruštvene interese, kontekst plasmana određene lažne poruke, dobru volju komunikatora, njegov etički personalitet i ljudski kredibilitet, ali i funkciju informacije kao čina traganja za istinom.

Geneza laži je veoma složena, a njena istorija duga. Čovjek se često brani lažima. O lažima koje plasiraju mediji govorili su mnogi filozofi. Hannah Arendt je smatrala da je demokratija kao društveno-politički oblik uređenja najpovoljnija forma za samoobmanjivanje (Fejzić 2008).

Kada je riječ o laganju u medijskom smislu, primat se daje slici. Umjesto klasične izgovorene laži, češće se koriste slikovne laži. Čovjek će prije povjerovati u vijest koju vidi, nego u onu koju samo čuje. Zbog toga su mediji veoma značajni stvaraoci slike o nečemu, a ta se slika servira recipijentu, te je on lako prihvata kao istinu.

Ambijentalni karakter informacije utiče na odnos istinitosti i lažnosti informacije. Istraživanja su pokazala da su štampani mediji najčešće najbliži istini i ovi mediji najviše formalno poštuju pravilo o 5-7w. Štampani mediji nastoje da im u profesionalnoj poruci faktografski element informacije bude dominantan i kad god mogu nastoje izbjeći vrijednosni sloj. Elektronski mediji u informaciji često zastaju na pravilu 3w, 4w, smatrajući već samo svoje prisustvo dovoljnim opravdanjem da bi često izostavljali ostala profesionalna pitanja i odgovore (Fejzić 2008).

Moderni (globalni) mediji ne informišu recipijente o realnosti svijeta, već sami stvaraju svoju istinu svijeta, preferirajući i etablirajući medijsku istinu. Nekada je ova privilegija stvaranja svoga svijeta bila rezervisana samo za umjetnost. Danas je ta privilegija pripala i novinarima. Moderni mediji toliko utiču na svijest ljudi da o realnosti sude više na osnovu onoga što prezentuju mediji, nego što sami, iskustveno i čulno, percipiraju i zaključuju, makar postojala velika razlika između medijske i empirijske razlike (Fejzić 2008).

Odnos istinitih i lažnih vijesti predstavlja kompleksan i višeslojan problem koji se izražava kroz objektivni odnos prema izboru kanala poruke, opštedruštvene interese, kontekst plasmana određene lažne poruke, dobru volju komunikatora, njegov etički personalitet i ljudski kredibilitet, ali i funkciju informacije kao čina traganja za istinom.

#### **4.1. Lažne vijesti u online medijima**

Lažnih vijesti je bilo oduvijek, ne samo u medijski posredovanoj, već i u svakodnevnoj komunikaciji. Kada je riječ o medijima, pojava takozvanog žutog novinarstva krajem XIX vijeka donosi i prve oblike lažnih, prenapumpanih i senzacionalističkih vijesti. Sa razvojem elektronskih medija početkom XX vijeka dolazi i poplava crne propagande, odnosno lažnih vijesti. Konačno, razvoj interneta donosi snažnu eksploziju velikog broja različitih online kanala i platformi putem kojih se lažne vijesti mogu brže širiti. Razvoj interneta je stvorio uslove za bujanje lažnih vijesti u javnom prostoru. Razlog tome je postojanje mnogo više kanala koji mogu da posjeduju ovakve sadržaje za koje niko ne mora da snosi odgovornost (Vukojević, Vučetić 2022).

Razlozi za proizvodnju i plasiranje laži su najčešće političke i ekonomske prirode. Društvene mreže su pogodne za širenje lažnih vijesti putem interneta. Tačnije rečeno, društvene mreže predstavljaju pogon za proizvodnju i plasiranje lažnih vijesti. Lažni internet portali imaju mnogo veću vidljivost kada svoje sadržaje dijele na društvenim mrežama. Ekspanzija ovakvih internet portala uticala je na izmjenu karaktera tradicionalnog novinarstva uopšte. Internet je omogućio različitim pojedincima da objavljuju sadržaje bez kontrole i odgovornosti mnogo brže nego što to rade tradicionalni mediji (Vukojević, Vučetić 2022).

Izgleda da masovni mediji gube trku za ekskluzivnim vijestima. Publika više nije u mogućnosti da najsvježije informacije saznaje od masovnih medija jer su one već ranije dospjele na neku od internet platformi. Često se zna desiti da tradicionalni mediji bez provjere, a u želji za ekskluzivnom viješću, preuzimaju netačne vijesti s nepouzdanih internet portala. Na taj način nesvjesno obmanjuju javnost i krše etičke norme novinarske profesije (Vukojević, Vučetić 2022).

Internet portali čine značajan segment medijskog sistema Bosne i Hercegovine. Kako se publika sve više informiše putem njih, odgovornost u radu informativnih internet portala trebalo bi da bude na visokom nivou. Postoji određeni broj internet portala u Bosni i Hercegovini koji rade ili nastoje da rade u skladu sa profesionalnim standardima,

pridržavajući se Kodeksa za štampu i online medije Bosne i Hercegovine. Kako navode autori Vukojević i Vučetić (2022) u tu kategoriju mogli bi se svrstati portali kao što su *Klix*, *Buka*, *Mojahercegovina*, *Depo*, *Portal*, *Slobodna Bosna* itd. Njihova profesionalnost ogleda se, između ostalog, u tome što imaju jasno istaknute informacije o uredničkoj strukturi, kao i neke informacije o vlasničkoj strukturi. Ukoliko na stranicama portala ne postoji nikakav kontakt, vlasnička i urednička struktura, takvi portali mogu da preuzmu i objave sadržaje sa drugih medija bez njihove dozvole, a da za tu aktivnost ne snose nikakvu odgovornost. Pored toga, navedeni portali su često poligon za plasiranje lažnih i neprovjerenih informacija koje su ekonomski i politički motivisane (Vukojević, Vučetić 2022).

Osim politički motivisanih lažnih vijesti, na online portalima u Bosni i Hercegovini često su zastupljeni klikbejt sadržaji kojima je cilj profit i zabava. Suština je da se senzacionalističkim naslovom privuče pažnja i namame čitaoci kako bi kliknuli na link. Sadržaj takvih tekstova ne odgovara naslovu, ali to nije bitno pošto je osnovni cilj zarada, a ne vjerodostojnost. Ovi sadržaji se putem društvenih mreža šire munjevito i postaju viralni (Vukojević, Vučetić 2022).

Savjet za štampu Bosne i Hercegovine je institucija koja prati rad online medija, ali, budući da je u pitanju samoregulatorno tijelo, nema mogućnost provođenja bilo kakvih sankcija. Moguće rješenje kada je u pitanju širenje lažnih vijesti jeste donošenje strože zakonske regulative, ali i stvaranje registra svih online medija kako bi se povećala transparentnost, a time i stvorili uslovi za profesionalniji rad ovih medija (Vukojević, Vučetić 2022).

Novinari su izloženi brojnim političkim i ekonomskim pritiscima i često su stavljeni u situaciju da biraju između etike i egzistencije. Stanje medijske pismenosti je na izuzetno niskom nivou u Bosni i Hercegovini. Situacija sa medijama iz godine u godinu se pogoršava i javnost je izložena djelovanju brojnih medija i veoma je teško razlikovati laž od istine, s obzirom na to da su se negativni uticaji dodatno raširili zahvaljujući razvoju medijske tehnologije (Turčilo, Buljubašić 2019). Medije, uglavnom, pokreće profit, a javni interes nije u fokusu vlasnika, kao ni urednika, koji slijede ono što kreatori medijskih agendi od njih očekuju. I javni i privatni mediji su izloženi različitim uticajima. Politički pritisci su češći na javne servise, s obzirom na to da građani svoje povjerenje više daju njima, jer profit ne predstavlja osnovni cilj njihovog postojanja. Novinarstvo treba da služi društvu, zajednici, opštem dobru, demokratiji. Ali, to košta! Novinari ne uspijevaju naći odgovarajuće komercijalne modele za svoje djelovanje, dok istovremeno *low cost* sadržaji dobijaju sve veći zamah i sve više se komercijalno isplate. Nikada kriza novinarstva nije bila veća usljed

činjenice da je javni interes sve manje zanimljiv javnosti. Porast lažnih vijesti u medijskom prostoru je značajan problem, jer se javni interes gotovo ne uzima kao bilo kakav standard u pristupu. Nove medijske okolnosti su dovele do toga da u medijskom okruženju djeluju novinari kao medijski djelatnici, *free lanceri* i građani novinari. Lažne vijesti nisu vijesti, ili je nešto laž ili je vijest, odnosno “vijest je ili istinita ili nije vijest” (Malović 2005: str. 11). Ovo se ne odnosi samo na činjenično neutemeljene informacije, odnosno laži u medijima i potrebno ga je shvatiti mnogo šire. Jedna od definicija lažnih vijesti je ona Hunta Allcota i Matthewa Gentzkowa (2017) koja pod lažnim vijestima podrazumijeva “članke/objave namjerno i dokazano lažne čime mogu dovesti čitaoce u zabludu”. Lažne vijesti su, dakle, svaki manipulativni sadržaj u medijima koji donosi profit bilo kome drugom, a ne javnosti (Turčilo, Buljubašić 2019). Ovako shvaćene lažne vijesti su one koje promovišu interese bilo političkih ili ekonomskih moćnika, kao i interese samih medija, a ne intrese javnosti. One su prisutne u vidu propagande, manipulacije i neprofesionalizma, gotovo otkako je medija i masovnih komunikacija. Lažne vijesti nisu samo laži, ma koliko to na prvi pogled apsurdno zvučalo. Cijeli koncept lažnog novinarstva je zapravo manipulativna kategorija, usmjerena na manipulaciju javnošću i ovladavanje tom javnošću. Ali, kako bi se ovladalo javnošću, smatra se da je nužno ovladati samim medijima i nametnuti im *fake* koncept kao standard, kao ishod i kao cilj, jer se tako predstavlja kao jedina dostupna forma vijesti. Tabloidizacija tako postaje dominantna. Ovakvo “novinarstvo” nema nikakve dodirne tačke i stvarne veze sa novinarstvom kao profesijom zasnovanom na časnom pristupu i etičkim standardima. Zbog toga ga i nazivaju anti-novinarstvom (Turčilo, Buljubašić 2019). Anti-novinari su novinari koji su spremni da služe, ali ne javnosti i javnom interesu, nego onome ko ponudi više ili ko ucijeni snažnije. Anti-novinari koji se koriste *fake news* pristupom svoju moć u publikovanju važnih pitanja i tema o kojima javnost raspravlja stavljaju u službu političkih i ekonomskih moćnika, a to svakako nije novinarstvo niti demokratija (Turčilo, Buljubašić 2019).

#### **4.2. Manipulacija i propaganda**

Mediji se danas smatraju ključnim akterima demokratije, odnosno institucijama koje garantuju građanima ostvarivanje prava na fer, objektivne, nepristrasne, izbalansirane informacije, te mogućnost dobijanja dovoljne količine odgovarajućeg kvaliteta saznanja o svijetu u kome žive, kako bi građani mogli donositi informisane izbore i odluke. Upravo iz tog razloga mediji se nazivaju četvrtim staležom, pored zakonodavne, izvršne i sudske vlasti, a njihova ključna pozicija u društvu je pozicija posrednika između drugih elemenata



društvenog i političkog sistema. Pored informativne, mediji imaju i edukativnu funkciju (obrazovanje javnosti) i interpretativnu funkciju (kontekstualizacija događaja i pružanje šire slike) (Turčilo 2017).

Mediji imaju moć uobličavanja i unifikacije svijesti. Oni oblikuju narode propisujući im sliku koju o njima stvara. Evolucija tehničkih inovacija, posebno kompjutera, stvorila je paradigmu komunikacijskog društva gdje bilo ko može da ima pristup bilo čemu, bilo gdje, u svako vrijeme i na svaki način (Nuhanović 2010).

Obilje vijesti koje se plasiraju javnosti dovode do problema u izboru informacije te se gubi povjerenje u medije. Zbog toga je potrebno misliti o informaciji koja nagoni na razmišljanje, a ne zadovoljava se pukim posmatranjem. Čest oblik uobličavanja svijesti koji koriste mediji je manipulacija. „Manipulacijom se teži stvaranju slike stvarnosti koja izgleda kao da jeste stvarnost” (Breton, 2000, prema: Nuhanović 2010: str. 165). Zahvaljujući krizi pojedinci i grupe postaju svjesni stvarnih problema društva koji su preko mas medija prikazivani kao lažni problem (Nuhanović 2010).

U procesu manipulacije, poruka se u svojoj saznajnoj ili afektivnoj ravni konstruiše tako da zavara, uvede u zabludu, ubijedi u nešto što nije tačno. Takva poruka nije zasnovana na istini, na objektivnom prikazivanju realnog svijeta, već je to laž. Ovdje je potrebno naglasiti razliku između branjenog stanovišta o određenoj temi i raznih iskaza koji se u njegovu odbranu konstruišu i koriste. Bitno obilježje manipulacije je i to što ona treba da savlada otpor, odnosno sporo prihvatanje onoga u šta se ubjeđuje. U propagandi i manipulaciji se ne teži dokazivanju određenog stava, već njegovom nametanju. Propagandom i manipulacijom se želi na silu prodrijeti u nečiji duh kako bi se usadilo neko mišljenje i ponašanje, a njen uspjeh se ogleda u vještoj prikrivenosti (Nuhanović 2010).

U medijima se danas manipuliše tako što se ne poštuje sedam ključnih kriterijuma, odnosno pitanja i odgovora na njih, već informacije sadrže tri do četiri pitanja i odgovora u zavisnosti od ineteresa i potreba onih koji plasiraju vijest. Na taj način se kreira privid objektivnosti u cilju uvjeravanja javnosti u tačnost određene informacije. „Globalne informacije u globalnim masovnim medijima imaju, prije svega, intenciju da *uvjere mase da je nešto istinito*, dok su smanjene njihove intencije da *izvijeste o samoj istini*, dakle umjesto *stvarne istine* preferiraju *uvjerljivu istinu*” (Fejzić 2004: str. 15).

Metode medijske manipulacije su: netačan podatak, negativna selekcija i pristrasnost, manipulacija podacima, podmetnuta vijest, anketa, nepravovremena informacija, jedan izvor, TV i radio performans, originalni i odglumljeni dokument, manipulacija naslovom, atributi, zloupotreba svjedoka, izvlačenje iz konteksta, upotreba stereotipa i predimenzioniranje

(Udovičić 2012). Sa informativne strane najopasniji, ali dugoročno i najvidljiviji oblik manipulacije jeste upotreba netačnog podatka. Iako netačan podatak može da bude posljedica medijske neprofesionalnosti, posljedice njegove upotrebe su razorne za funkciju medija u javnosti. Dalje, Lippmannova konstatacija “Selekcija vijesti je jednako politički čin, kao i komentar o njoj” (Lippmann 1992: str. 254), jedna je od najkraćih i najefikasnijih definicija koje oslikavaju metodologiju moći medija. Negativna selekcija informacija je neprofesionalni izbor podataka i činjenica koji može učiniti autor teksta. Manipulacija se ovdje ne sastoji u iskrivljavanju podataka ili njihovoj netačnosti, već u izboru samo onih informacija koje u negativnom svjetlu pokazuju događaj, njegove aktere ili neku pojavu. Manipulacija podacima je moguća tamo gdje ne postoje čvrsti kvantitativni podaci (utemeljeni, opšteprihvaćeni, neistraženi) (Udovičić 2012). Podmetnuta vijest je uglavnom izmišljena ili zasnovana na poluistini i njeno objavljivanje treba da postigne radikalne efekte u javnosti ili njenom dijelu. Podmetanje vijesti često je u funkciji propagandnog rata i dan danas se u dijelu ratnih doktrina smatra legitimnim, ali se novinarstvo takvim metodama i u ratnim okolnostima sve više opire. Anketa je ilustrovana forma reagovanja građana ili predstavnika kvalifikovane javnosti na temu ili povodom događaja o kojem piše ili govori medij. Ona ne može biti stav javnosti jer se do stavova javnosti dolazi metodama istraživanja, a ne izjavama slučajno odabranih građana. Anketa je legitimni profesionalni oblik saznavanja informacija i stavova, a kao žurnalističku formu novinari je često koriste da bi ilustrovali i medijski učinili zanimljivijim neki stav, dali mu potvrdu, opovrgli ili pokazali različitost mišljenja koja o njemu postoje među ljudima. Pravovremenost je jedan od ključnih kriterija za ostvarivanje informativne funkcije medija. Vremenom objavljivanja vijesti može se manipulirati, odnosno birati najpogodniji trenutak objavljivanja kako bi se postigla povoljnija situacija za ostvarivanje ciljanog efekta. Novinarsko pravilo je da se u izvještavanju o svim kontroverznim događajima, naročito gdje postoje različiti uglovi posmatranja i gdje je javno mnijenje podijeljeno, koristi više izvora informacija. Medij je dužan da se korištenjem više izvora u traganju za više informacija približava istini. Nekorištenje više izvora je česta praksa u mnogim medijima, kada je u pitanju konformističko ponašanje novinara i aljkavost u radu, ali u brojnim slučajevima to je metod manipulacije publikom (Udovičić 2012). TV performans spada u novije oblike manipulacije sa velikim posljedicama u javnosti. Televizija kao najupečatljiviji medij sa svojim kreativnim i tehničko-tehnološkim mogućnostima visokog uticaja na percepciju gledalaca zna poslužiti za različite oblike manipulacije. U nastojanju da priča o interesantnom događaju bude što uvjerljivija i televizijski zanimljivija, neke televizije u Evropi znaju pribjeći kombinovanju originalnih dokumenata i insceniranju

stvarnog događaja. Dobar poznavalac televizije i samog događaja to može da primijeti, ali većina gledalaca se uživi u ovakve storije kao do kraja autentične (Udovičić 2012). Dobro organizovane redakcije imaju novinare – urednike koji se bave samo naslovima, podnaslovima, međunaslovima. Dobar naslov privlači čitaoca i prodaje novine. Važno je da naslov bude ekspresivan i zanimljiv, te da u kratkoj formi označi suštinu teksta koji slijedi. Korak dalje od ove legitimne uloge naslova jeste izbor bombastičnih poruka koje nisu suština u tekstu, a zatim i onih koje su izmišljene ili “prerađene” i koje navode čitaoca u smjeru u kojem čak ni autor nije namjeravao da ide. Iza toga slijedi čista manipulacija. Postoji staro novinarsko pravilo – služi se što manje atributima, bićeš vjerodostojniji sa argumentima. Mnogo je slučajeva da se novinari služe atributima i kada nemaju, ali i kada imaju čvrste argumente u rukama (Udovičić 2012). Svjedok u novinarstvu bi trebao da bude vjerodostojna osoba, pa je zbog toga njegov izbor da se pojavi u mediju velika odgovornost novinara. Klasičan oblik manipulacije svjedokom je izbor “podobnog svjedoka” koji može da ima snažan uticaj u javnosti, naročito ukoliko je ona već frustrirana medijskim i političkim manipulacijama (Udovičić 2012). Izvlačenjem iz konteksta se služe mediji koji prenose izjave i stavove iz drugih medija ili prenose dijelove izjava i saopštenja koji im služe kao izvor. Medijsko baratanje stereotipima je najpogodnija vrsta manipulacije i resurs za usmjeravanje društvenih procesa u željenom pravcu. U svakom stereotipu ima istine. Uostalom, oni i jesu nastali zbog svojevremenih karakterizacija neke grupe ili ponašanja. Predimenzioniranje je medijsko davanje mnogo veće pažnje i značaja pojedinim događajima u odnosu na njihov kontekst i ulogu u stvarnom životu. Medijsko predimenzioniranje često ima agitatorsku i političku ulogu (Udovičić 2012).

Kao što se može uvidjeti iz prethodnog teksta, manipulacija i propaganda se često povezuju sa nekom krizom. Pandemija COVID-19 koja je zahvatila cijeli svijet doprinijela je tome da su se mediji utrivali ko će brže plasirati vijesti, koje su često bile senzacionalističke. Ogromna količina informacija navodi na zaključak da je plasiran i veliki broj poluistina, da ne kažemo laži. Širenje panike, restriktivne mjere koje je vlast donosila u svrhu opšteg dobra, uslovljavanje egzistencije vakcinacijom i svakodnevno izvještavanje o broju oboljelih i preminulih može se posmatrati kao vid manipulacije javnim mnijenjem.

#### ***4.3. Profesionalna etika novinarstva***

Prije nego što kažemo nešto o profesionalnoj etici novinarstva, definišaćemo pojam etika. Etika (ethos, grč. običaj) dio je filozofije koji pokušava opisati i objasniti moralne

osjećaje te kriterijume i mjerila za dobro i pravedno djelovanje (Thomas, 1998, prema: Kunczik, Zipfel 2006: str. 104). U novinarstvu etika znači pitanje o novinarski ispravnom i dobrom izvještavanju. U demokratskom društvu novinarstvo ima javni zadatak, a to je pribavljanje i širenje informacija o stvarima od javnog interesa, zauzimanje stava i kritikovanje kako bi se uticalo na proces formiranja mišljenja. Novinari podliježu relativno malim pravnim ograničenjima koja su samo grubi okvir za njihovo djelovanje. Zbog toga je potrebno u praksi koristiti taj okvir samoograničavanjem koje se pojavljuje u obliku izuzetno važne novinarske profesionalne etike (Kunczik, Zipfel 2006).

Kada je riječ o normama koje bi trebale voditi novinare u njihovom radu, kreirani su dokumenti nacionalnih i međunarodnih udruženja i izdavača, novinskih sindikata, strukovnih disciplinskih institucija, a i pojedinih medijskih ustanova. Martin Löffler (1961, prema: Kunczik, Zipfel 2006: str. 109) naveo je deset profesionalnih načela koja važe na internacionalnom nivou, iako podliježu interpretacijskim oscilacijama:

- Svijest o odgovornosti novinara pri obavljanju javnog rada u službi opštega;
- Čuvanje unutrašnje i vanjske nezavisnosti;
- Zauzimanje za ljudska prava, posebno za temeljna prava slobode mišljenja, slobode štampe i slobode djelovanja elektronskih medija;
- Tolerancija prema pripadnicima drugih nacija, rasa i religija; Zauzimanje za mir i razumijevanje među narodima;
- Poštovanje istine, tačno informisanje javnosti uz provjeru izvora, korekcija netačnih informacija;
- Čuvanje profesionalne tajne na kojoj počiva povjerenje prema novinarima;
- Poštovanje privatnosti i intimne sfere;
- Izbjegavanje difamacije (namjernog širenja laži), osim ako je prijeko potrebna zbog opravdane zaštite javnog interesa;
- Bez uljepšavanja nasilja, brutalnosti i nemoralna; Obzir prema posebnoj situaciji mladih;
- Obrazovni nivo novinara primjeren njegovoj velikoj odgovornosti.

U istraživanju 31. evropskog kodeksa novinarske etike Tiina Laitila (1995, prema: Kunczik, Zipfel 2006: str. 109) je identifikovala načela koja su se najčešće navodila:

- odanost prema istini tokom prikupljanja i plasmana informacija,
- odbrana slobode mišljenja i govora,
- zabrana diskriminacije zbog rasnih, polnih, religijskih i drugih razloga,

- čestitost uz isključivo korištenje poštenih metoda tokom prikupljanja informacija,
- poštovanje integriteta izvora i autorskih prava,
- nezavisnost/integritet odbijanjem podmićivanja i ostalih eksternih uticaja na rad te pozivanje na klauzulu o savjesti.

Novinarski profesionalizam je praktična primjena teorijskih novinarskih postulata i iskustava iz prakse kako bi se primaoci poruka informisali (Udovičić 2012). Načela novinarskog rada, prema Međunarodnoj federaciji novinara su uređivačka i izvjestiteljska nezavisnost, sloboda misli i izražavanja, poštovanje profesionalnih i etičkih standarda, zakonodavstvo: pravedni i pristojni radni te ravnopravni uslovi<sup>1</sup>. “Novinarski profesionalizam je način rada novinarskog i uredničkog kadra u masovnim medijima u cilju obezbjeđivanja informacija disperzivnoj publici putem produkcije jasnih tekstualnih, vizuelnih i auditivnih formi smisaono zasnovanih na provjeri činjenica koje se prezentuju, različitim izvorima tih činjenica, nepristrasnom odnosu prema tim izvorima i činjenicama, a u slučaju iznošenja subjektivnih novinarskih stavova, oni moraju biti bazirani na dobrom poznavanju konteksta i šireg društvenog ambijenta” (Udovičić 2012: str. 243).

## **5. NOVINARSKO IZVJEŠTAVANJE U SVIJETU TOKOM PANDEMIJE COVID-19**

Pandemija COVID-19 izazvala je velike promjene u novinarskom izvještavanju širom svijeta. Kako je epidemiološka situacija napredovala, tako su se mijenjale i metode rada novinara, informisanje javnosti postalo je intenzivnije, a izvještavanje sve brže.

Briga za sigurnost novinara bila je prioritetna u vrijeme pandemije. Mnogi novinari su prestali raditi s terena ili su se obezbijedili zaštitnom opremom kako bi mogli sigurnije raditi. Neki su čak prešli na virtuelno izvještavanje putem video poziva, umjesto snimanja na terenu. Informisanje o pandemiji bilo je svakodnevni zadatak za novinare. Vrhunac izvještavanja bili su svakodnevni izvještaji vlada o epidemiološkoj situaciji, te izvještaji o broju zaraženih i preminulih lica od posljedica korona virusa.

Osim toga, novinari su se našli pred izazovom suočavanja sa velikim brojem netačnih informacija ili lažnim vijestima koje su se često širile društvenim mrežama. U vezi s tim, novinari su bili dužni provjeravati izvore informacija i pronalaziti tačne podatke, kako bi javnost bila pravilno obaviještena o pandemiji i kako bi se izbjeglo širenje panike i netačnih informacija. Ipak, pandemija COVID-19 izrodila je i niz dobrih primjera saradnje i inovacija

---

<sup>1</sup> International Federation of Journalists, [www.ifj.org](http://www.ifj.org), pristupljeno 29. 3. 2023. godine

u novinarstvu. Podrška novinarima u vrijeme pandemije bila je učestala, jer su razne novinarske udruge i organizacije međusobno sarađivale kako bi poboljšale kvalitet izvještavanja i zaštitile novinare u borbi s pandemijom. U nekim zemljama, novinari su se čak okupili u novinarstvu "crne brigade" kako bi ublažili strah ljudi u zajednici i dali glas ljudima koji su patili u vrijeme pandemije. Istovremeno, neki su se novinari prilagodili novom načinu izvještavanja kroz COVID-19 direktorij i preporuke za sigurniji način rada tokom pandemije. U cjelini, pandemija COVID-19 izazvala je niz promjena u novinarstvu širom svijeta, ali je takođe zbližila novinare, donijela inovativne pristupe u izvještavanju i pokazala važnost njihovog rada u kriznim situacijama.

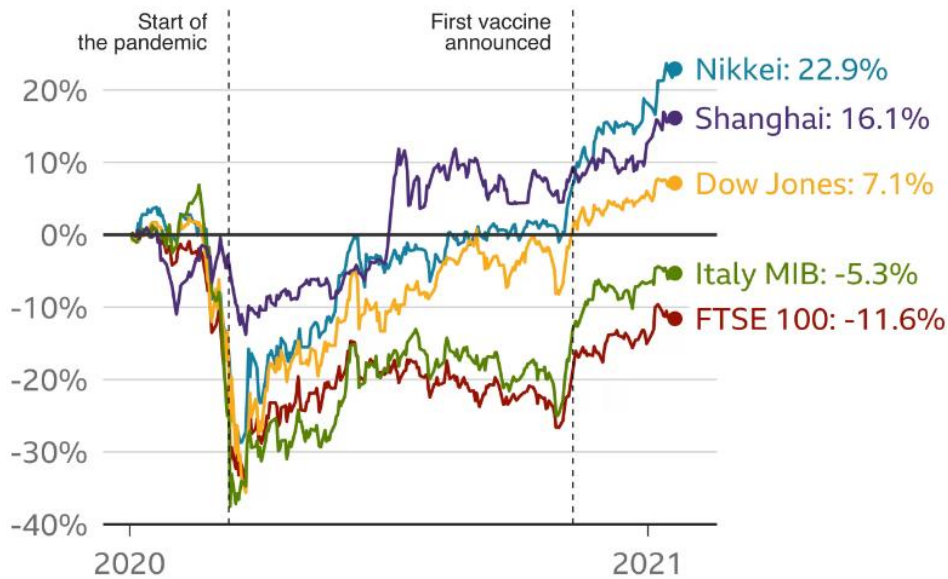
*Covid coverage by the U.S. national media is an outlier, a study finds.*

Give this article



Izvor: <https://www.nytimes.com/2021/03/24/world/covid-coverage-by-the-us-national-media-is-an-outlier-a-study-finds.html> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine)

## The impact of coronavirus on stock markets since the start of the outbreak



Source: Bloomberg, 24 January 2021, 00:01 GMT

BBC

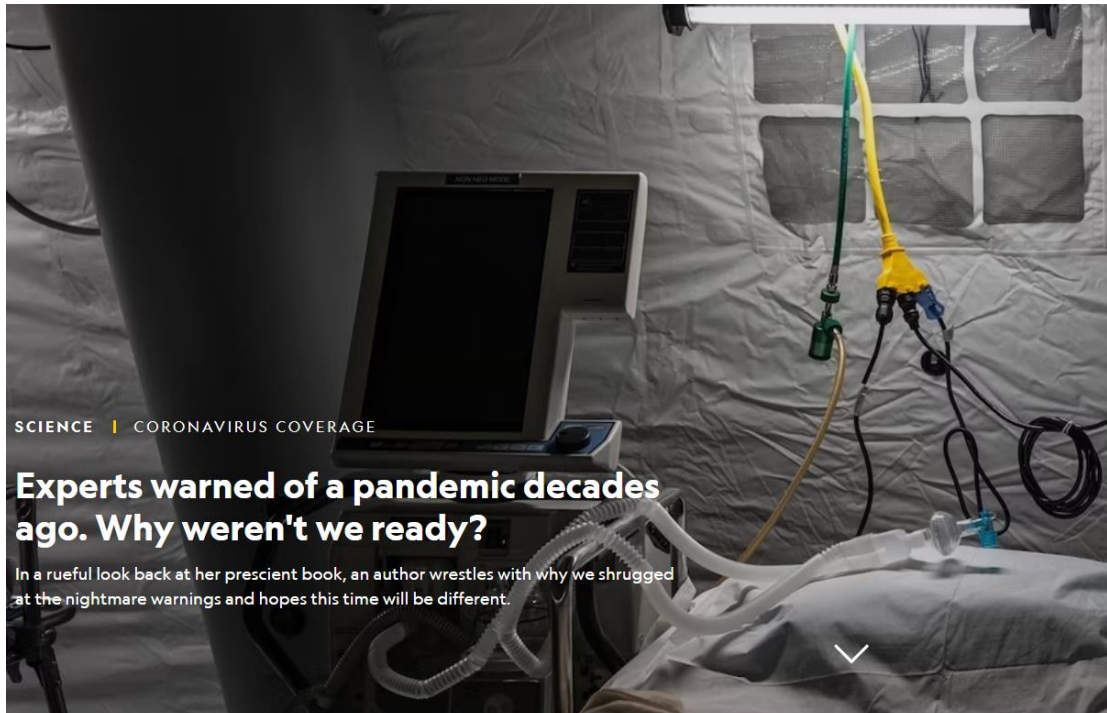
Izvor: <https://www.bbc.com/news/business-51706225> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine)

## Coronavirus: Latest news on the Covid-19 global pandemic



Izvor: <https://edition.cnn.com/world/coronavirus-pandemic>, (pristupljeno 1. 4. 2023. godine)





Izvor: <https://www.nationalgeographic.com/science/article/experts-warned-pandemic-decades-ago-why-not-ready-for-coronavirus> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine)

## NHS Covid booster appointments available to millions in England

About 5 million people eligible for jab until end of June as vaccinations get under way across 3,000 sites



📍 A sign in Slough, Berkshire. Eligible people include those who are 75 and over, and anyone aged five or over who has a weakened immune system. Photograph: Maureen McLean/Shutterstock

Izvor: <https://www.theguardian.com/world/2023/apr/17/nhs-covid-coronavirus-booster-appointments-england>, (pristupljeno 1. 4. 2023. godine)



Svi ovi naslovi obrađuju temu COVID-19 i njen uticaj na svijet. Svaki naslov ima drugačiji pristup ovom problemu, ali svi sadrže relevantne informacije koje novinari prikupljaju od stručnjaka iz cijelog svijeta. Autori nastoje da pruže čitaocima najnovije informacije i analize kako bi bolje razumjeli pandemiju i njen uticaj na društvo.

Naslovi se nalaze u vodećim medijima poput The New York Times, BBC News, CNN, The Guardian, Al Jazeera, National Geographic i NBC News, što ukazuje na činjenicu da su to ugledni novinari i da su informacije koje pružaju pouzdane i poučne.

Navešćemo nekoliko naslova o dobrom izvještavanju o COVID-u:

1. "Uprkos pandemiji, zdravstveni radnici širom svijeta pokazuju neumornu predanost u borbi protiv COVID-19"
2. "Transparentnost i brza reakcija ključni su u suočavanju s izazovima pandemije"
3. "Naučni napredak u razumijevanju COVID-19 pomaže u borbi protiv virusa"
4. "Dobra praksa u upravljanju krizama: Primjer Singapura u suzbijanju širenja COVID-19"
5. "Solidarnost i saradnja među državama ključni su u borbi protiv pandemije"

Ovi naslovi pokušavaju prikazati pozitivnu stranu izvještavanja o COVID-19 krizi. Fokusiraju se na pozitivne primjere i prakse te ističu važnost transparentnosti, naučnog napretka i međunarodne saradnje u borbi protiv virusa. Pozitivna praksa izvještavanja podrazumijeva:

- Objektivno izvještavanje o aktuelnim slučajevima i trendovima COVID-a širom svijeta.
- Praćenje naučnih i medicinskih istraživanja i vješto prevođenje složenih tema u razumljiv, jasan oblik za javnost.
- Intervjui s pouzdanim zdravstvenim stručnjacima, pažljivo organizovani i planirani kako bi se osigurao pravilan domet i razumijevanje tematike.
- Prikazivanje humanitarnih priča o ljudima i lokalnim zajednicama koje su pogođene pandemijom COVID.

Takođe, navodimo i nekoliko naslova o lošem izvještavanju o COVID-u:

1. "Lažne vijesti i dezinformacije o COVID-19 štete zdravlju i sigurnosti građana"
2. "Kontroverze oko restriktivnih mjera: Nepoštovanje pravila od strane pojedinaca i političke opozicije"
3. "Katastrofalne posljedice pandemije po globalnu privredu"
4. "Nedostatak opreme i kapaciteta u zdravstvenim sistemima širom svijeta"

5. "Sve veće razlike u prihvatanju mjera zaštite i ograničenja prema različitim socio-ekonomskim grupama"

Ovi naslovi ističu loše posljedice i probleme koji su nastali kao rezultat pandemije. Fokusiraju se na negativne primjere i kontroverze, te kritikuju pojedinca ili državu za nedostatak akcije ili neadekvatnu reakciju u borbi protiv virusa. Loši primjeri izvještavanja u svijetu uključuju:

- Senzacionalizam i preveliko isticanje detalja koji izazivaju paniku i strah u javnosti, što dovodi do povećane anksioznosti i stresa.
- Širenje dezinformacija ili lažnih vijesti o COVID-u i načinima liječenja, što može izazvati rizik za zdravlje ljudi.
- Negiranje ili omalovažavanje ozbiljnosti pandemije, čime se može smanjiti rizik i potreba za socijalnom distancom ili nošenjem maski.
- Nepotpuno ili neizvjesno izvještavanje o novim slučajevima ili mjerama zaštite od COVID-a, što može uzrokovati nedostatak informacija i frustraciju javnosti.

## **6. IZVJEŠTAVANJE NA WEB PORTALIMA U BOSNI I HERCEGOVINI ZA VRIJEME PANDEMIJE COVID-19**

Masovni mediji su odavno prepoznati kao moćne sile koje oblikuju način na koji doživljavamo svijet oko sebe, ali i nas same. Vijesti u periodu krize su veoma značajne i mogu uticati na ljude, da se prije svega osjećaju bezbiježno i sigurno, naravno pod uslovom da su iznesene na pravi način. Dezinformacije u vezi sa zdravljem mogu mnogo da naštetu svakodnevnom životu. Takve vrste dezinformacija dešavale su se i tokom trajanja pandemije COVID-19. Svaka kriza pruža plodnu osnovu za širenje dezinformacija, pa je tako i ova kriza bila jedan od pokretača mnogobrojnih lažnih vijesti u vezi sa zdravljem, podizanje panike i negativnog uticaja na svijest ljudi. Pandemija COVID-19 stvorila je globalnu zdravstvenu krizu koja je ostavila dubok trag na to kako doživljavamo svijet, ali i svakodnevni život. Masovni mediji su igrali značajnu ulogu u oblikovanju percepcije javnosti o rizicima, utičući na nivo učešća javnosti u preventivnim mjerama. Lažne informacije nikada ne treba dijeliti, ali dezinformacija tokom pandemije je posebno strašna, jer može da ometa napore da se spriječi širenje bolesti. Nestručnjaci u medijima ne bi trebalo da daju i objavljuju lažne izjave.

Izvještavanja na portalima u Bosni i Hercegovini za vrijeme pandemije COVID-19 bilo je veoma intenzivno i informativno. Vodeći portali u zemlji, poput Klix, Avaza, Radio Sarajeva i slično, redovno su pratili situaciju u vezi sa pandemijom. Portali su objavljivali

vijesti vezane za broj zaraženih, preminulih, testiranja, mjera koje su donijele vlade na različitim nivoima, kao i o tome kako se pandemija odražava na ekonomiju, društvo, obrazovanje i druge aspekte života. Pored toga, portali su objavljivali savjete i preporuke stručnjaka o tome kako se zaštititi od virusa, ali su pratili i situaciju u drugim zemljama i izvještavali o novostima u vezi sa pronalaskom vakcine i njenom distribucijom. Obzirom na veliki uticaj koji je pandemija COVID-19 imala na društvo, izvještavanje na web portalima je bilo od velikog značaja za informisanje javnosti i pomoć u borbi protiv virusa.

Analizom je obuhvaćeno pet bosanskohercegovačkih web portala i to: portal Klix.ba, Avaz.ba, Oslobođenje.ba, Source.ba i Radiosarajevo.ba. U narednoj tabeli će biti navedeno koliko je na svakom od analiziranih portala ukupno pregledano sadržaja.

**Tabela 1. Analiza sadržaja web portala**

Portal	Sadržaj	Datum pristupa
Klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/lifestyle/zdravlje/kineski-virus-koliko-bismo-trebali-bit-zabrinuti/200120144">https://www.klix.ba/lifestyle/zdravlje/kineski-virus-koliko-bismo-trebali-bit-zabrinuti/200120144</a>	15. 4. 2023. godine
Klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/vijesti/bih/prvi-slucuj-koronavirusa-u-bih-zabiljezen-u-banjoj-luci/200305012">https://www.klix.ba/vijesti/bih/prvi-slucuj-koronavirusa-u-bih-zabiljezen-u-banjoj-luci/200305012</a> <a href="https://www.klix.ba/vijesti/bih/prvi-slucuj-koronavirusa-u-bih-zabiljezen-u-banjoj-luci/200305012">https://www.klix.ba/vijesti/bih/prvi-slucuj-koronavirusa-u-bih-zabiljezen-u-banjoj-luci/200305012</a>	15. 4. 2023. godine
Klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/vijesti/bih/bosna-i-hercegovina-ima-najvecu-stopu-smrtnosti-od-korone-u-regiji/201215143">https://www.klix.ba/vijesti/bih/bosna-i-hercegovina-ima-najvecu-stopu-smrtnosti-od-korone-u-regiji/201215143</a>	15. 4. 2023. godine
Klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/vijesti/bih/u-sarajevo-stiglo-jos-5-000-doza-vakcina-iz-srbije-za-federaciju-bih/210312125">https://www.klix.ba/vijesti/bih/u-sarajevo-stiglo-jos-5-000-doza-vakcina-iz-srbije-za-federaciju-bih/210312125</a>	15. 4. 2023. godine
Klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/vijesti/svijet/strucnjaci-upozoravaju-koronavirus-je-samo-prva-u-nizu-pandemija-koje-nam-slijede/200323140">https://www.klix.ba/vijesti/svijet/strucnjaci-upozoravaju-koronavirus-je-samo-prva-u-nizu-pandemija-koje-nam-slijede/200323140</a>	15. 4. 2023. godine
Klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/lifestyle/moze-li-mask-a-za-lice-zaustaviti-covid-19-evo-provjerenih-i-dokazanih-cinjenica/200316191">https://www.klix.ba/lifestyle/moze-li-mask-a-za-lice-zaustaviti-covid-19-evo-provjerenih-i-dokazanih-cinjenica/200316191</a>	15. 4. 2023. godine
Avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/globus/svijet/699593/dr-kerkova-znamo-da-nova-varijanta-koronavirusa-ima-veliki-broj-mutacija">https://avaz.ba/globus/svijet/699593/dr-kerkova-znamo-da-nova-varijanta-koronavirusa-ima-veliki-broj-mutacija</a>	16. 4. 2023. godine
Avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/vijesti/crna-hronika/730412/sipa-na-vise-lokacija-izvrsila-pretrese-povezane-s-laznim-covid-potvrdama">https://avaz.ba/vijesti/crna-hronika/730412/sipa-na-vise-lokacija-izvrsila-pretrese-povezane-s-laznim-covid-potvrdama</a>	16. 4. 2023. godine
Oslobođenje.ba	<a href="https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/panika-zbog-korona-virusa-zene-se-potukle-ok-toalet-papira-12871">https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/panika-zbog-korona-virusa-zene-se-potukle-ok-toalet-papira-12871</a>	20. 4. 2023. godine
Oslobođenje.ba	<a href="https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/obustava-nastave-u-fbih-zbog-koronavirusa-postavit-cemo-polica-jce-koji-ce-pratiti-kretanja-13346">https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/obustava-nastave-u-fbih-zbog-koronavirusa-postavit-cemo-polica-jce-koji-ce-pratiti-kretanja-13346</a>	20. 4. 2023. godine
Oslobođenje.ba	<a href="https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/koronavirus-opustosio-pek-ing-koji-izgleda-kao-grad-duhova-7538">https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/koronavirus-opustosio-pek-ing-koji-izgleda-kao-grad-duhova-7538</a>	20. 4. 2023. godine
Source.ba	<a href="https://www.source.ba/clanak/BiH/519348/Korona-zahvatila-sve-zemlje-bez-diskriminacije--Broj-presao-milion-i-nastavlja-rasti">https://www.source.ba/clanak/BiH/519348/Korona-zahvatila-sve-zemlje-bez-diskriminacije--Broj-presao-milion-i-nastavlja-rasti</a>	22. 4. 2023. godine

Source.ba	<a href="https://source.ba/clanak/BiH/582555/dt">https://source.ba/clanak/BiH/582555/dt</a>	22. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/hatvardski-epidemiolog-sirenje-virusa-vise-se-ne-moze-zaustaviti/369966">https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/hatvardski-epidemiolog-sirenje-virusa-vise-se-ne-moze-zaustaviti/369966</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/federalna-inspekcija-ima-pune-ruke-posla-uruceno-16092-rjesenja-iz-izolaciji/371497">https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/federalna-inspekcija-ima-pune-ruke-posla-uruceno-16092-rjesenja-iz-izolaciji/371497,</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/misteriozni-virus-iz-kinese-seli-se-dalje/364228">https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/misteriozni-virus-iz-kinese-seli-se-dalje/364228</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/stravicni-snimci-iz-kinese-preplavili-drustvene-mreze/365081">https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/stravicni-snimci-iz-kinese-preplavili-drustvene-mreze/365081</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/naucnik-s-harvarda-mozda-i-do-70-posto-populacije-u-svijetu-bude-zarazeno-koronavirusom/367790">https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/naucnik-s-harvarda-mozda-i-do-70-posto-populacije-u-svijetu-bude-zarazeno-koronavirusom/367790</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/covid-19-broj-mrtvih-presao-60-hiljada-u-spaniji-za-24-sata-umrlo-809-osoba/372725">https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/covid-19-broj-mrtvih-presao-60-hiljada-u-spaniji-za-24-sata-umrlo-809-osoba/372725</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/lokalne-teme/sutra-masovna-vakcinacija-za-stanovnike-ilidze/428364">https://radiosarajevo.ba/vijesti/lokalne-teme/sutra-masovna-vakcinacija-za-stanovnike-ilidze/428364</a>	25. 4. 2023. godine
Radiosarajevo.ba	<a href="https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/stigla-nova-ispоруka-doslo-jos-12870-doza-pfizer-vakcina/425442">https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/stigla-nova-ispоруka-doslo-jos-12870-doza-pfizer-vakcina/425442</a>	25. 4. 2023. godine

### **6.1. Izvještavanje web portala Klix.ba**

Klix je jedan od glavnih web portala u Bosni i Hercegovini, a tokom pandemije evidentno je da je ovaj portal redovno objavljuvao informativne tekstove o pojavi i posljedicama COVID-19, od trenutka pojave virusa pa do danas. U periodu kada je situacija bila najkritičnija, Klix je često objavljuvao ažuriranja o broju zaraženih, brzim izmjenama propisa, informacije o novim mjerama koje su donijete i izvještaje iz bolnica. Kada su u pitanju članci o koronavirusu, Klix se u svojim izvještajima fokusirao na dostupnost informacija i naizgled je dao prednost tačnim i objektivnim izvještajima, a izbjegao senzacionalistički pristup vijestima.

Jedan od prvih naslova koji se pojavio na portalu Klix o pandemiji koronavirusa je “Kineski virus: koliko bismo trebali biti zabrinuti” objavljen 20. januara 2020. godine<sup>2</sup>. Ovaj članak izvještava o virusu, do sada nepoznatom naučnicima, koji uzrokuje tešku bolest pluća i da je otkriven u kineskom gradu Wuhan i u dvije druge države.

Još jedan važan naslov koji je privukao pažnju čitalaca portala Klix u vrijeme pandemije koronavirusa bio je “U BiH potvrđena prva infekcija koronavirusom” objavljen 5.

<sup>2</sup> Klix.ba, <https://www.klix.ba/lifestyle/zdravlje/kineski-virus-koliko-bismo-trebali-biti-zabrinuti/200120144>, pristupljeno 15. 4. 2023. godine

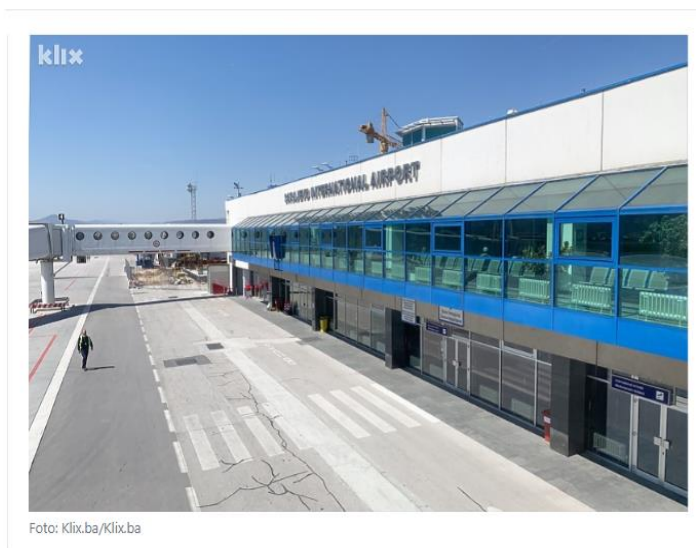
marta 2020. godine<sup>3</sup>. Klix je izvjestio da je prvi slučaj zaraze koronavirusom potvrđen u BiH, i to kod muškarca koji se nedavno vratio iz Italije.

Naslov "Bosna i Hercegovina ima najveću stopu smrtnosti od korone u regiji" objavljen 16. decembra 2020. godine je još jedan primjer važnog naslova koji je privukao pažnju čitalaca<sup>4</sup>. U ovom članku, portal Klix je izvještavao o rekordnom broju preminulih i novih infekcija koronavirusom u BiH, kao i o teškom stanju u medicinskim ustanovama širom zemlje.

Portal Klix je uredio niz članaka i vijesti o pandemiji koronavirusa u vrijeme njenog trajanja, koji su davali važne informacije o razvoju pandemije, nacionalnim i međunarodnim mjerama za suzbijanje pandemije, kao i o broju zaraženih i preminulih u BiH i šire.

"Više od 5.000 vakcinisanih u BiH: Veliki odziv građana na početku vakcinacije" – Ovaj naslov pokazuje da postoji značajan interes i potražnja za vakcinom. Taj broj ljudi koji se vakcinisao vrlo je visok.

## U Sarajevo stiglo još 5.000 doza vakcina iz Srbije za Federaciju BiH



Izvor: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/u-sarajevo-stiglo-jos-5-000-doza-vakcina-iz-srbije-za-federaciju-bih/210312125> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine)

"Loše vijesti: U BiH od početka pandemije koronavirusa propalo blizu milion i po vakcina" – Ovaj naslov govori o ograničenim zalihama i održavanju vakcina, što može biti razočaravajuće za neke građane koji žele biti vakcinisani.

<sup>3</sup> Klix.ba, <https://www.klix.ba/vijesti/bih/prvi-slucaj-koronavirusa-u-bih-zabiljezen-u-banjoj-luci/200305012>, pristupljeno 15. 4. 2023. godine

<sup>4</sup> Klix.ba, <https://www.klix.ba/vijesti/bih/bosna-i-hercegovina-ima-najvecu-stopu-smrtnosti-od-korone-u-regiji/201215143>, pristupljeno 15. 4. 2023. godine

## U BiH od početka pandemije koronavirusa propalo blizu milion i po vakcina



Foto: D. S./Klix.ba

Izvor: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/u-bih-od-pocetka-pandemije-koronavirusa-propalo-blizu-milion-i-po-vakcina/220803079> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine)

Navedeni su pouzdani izvori informacija kao što su novinske agencije, poput Rojtersa, Fene, Srne, ali i veliki broj autorskih članaka. Svaki tekst opremljen je i prikladnim fotografijama sa navedenim izvorima istih, ali i naslovima u kojima se, kao i kod ostalih portala, može primijetiti određena doza senzacionalizma.

### ZBOG UNIŠTAVANJA PRIRODE

## Stručnjaci upozoravaju: Koronavirus je samo prva u nizu pandemija koje nam slijede

DP  
23.03.2020.

32 komentara    231 dijeljenja

👍 🐦 ✉️ 🗨️



Foto: EPA-EFE

Izvor: <https://www.klix.ba/vijesti/svijet/strucnjaci-upozoravaju-koronavirus-je-samo-prva-u-nizu-pandemija-koje-nam-slijede/200323140> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine)



Povremeno su objavljivani i edukativni ili savjetodavni tekstovi koji čitaocima pojašnjavaju kako treba da postupaju u određenim situacijama – može li maska za lice zaustaviti prenošenje virusa, koji su načini širenja virusa u avionu i gdje je pametno sjediti, da li je bezbjedno putovati, sve o sredstvima za dezinfekciju ruku i sl.

Nadležni organi insistirali su na vakcinaciji i poštovanju propisanih mjera za suzbijanje širenja virusa, te efikasno reagovali na postupke građana koji se nisu pridržavali istih.



The screenshot shows the top navigation bar of the Klix website with categories: Vijesti, Biznis, Sport, Magazin, Lifestyle, Scitech, Auto, Križaljka, Oglašavanje, and Forum. Below the navigation bar is the article title "Može li maska za lice zaustaviti Covid-19? Evo provjerenih i dokazanih činjenica" under the sub-header "ISTINE I LAZI". To the left of the main image is a social media interaction box showing 15 comments and 7 shares. The main image shows a person in a blue protective suit and a clear face shield working in a laboratory setting. A small caption below the image reads "Foto: Unsplash.com".

**Izvor:** <https://www.klix.ba/lifestyle/moze-li-mask-a-za-lice-zaustaviti-covid-19-evo-provjerenih-i-dokazanih-cinjenica/200316191> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine)

Takođe, Klix je pružio podršku tamo gdje je bilo potrebno, promovišući pozitivne primjere zajednice, građanske inicijative i namjenske kampanje. U cjelini, može se zaključiti da je Klix uspješno obavljao svoju ulogu tokom pandemije pružajući tačne informacije i promišljeno izvještavanje o kriznoj situaciji u državi. Naslovi portala Klix.ba o vakcinaciji u vezi s pandemijom COVID-19 uglavnom su pozitivno nastrojeni i pružaju informacije o vakcinisanju i razvoju vakcina. Međutim, postoji i svjesnost ograničenih zaliha vakcina u zemlji i neizvjesnosti u pogledu raspodjele vakcina u različitim regijama i za različite grupe stanovništva.

## 6.2. Izvještavanje web portala Avaz.ba

Portal Avaz je jedan od vodećih bosanskohercegovačkih medija koji je izvještavao o pandemiji COVID-19. Portal je pratio sve najnovije vijesti vezane za koronavirus, uključujući broj zaraženih, broj testiranja, te informacije o medicinskim stručnjacima koji su se na prvim linijama borili protiv pandemije.

Portal Avaz je u periodu krize izazvane korona virusom objavio veliki broj tekstova, čiji su autori novinari iz njihove dopisničke mreže, koja se oslanja na novinare koji pišu za printano izdanje Avaza, a to im svakako omogućava širu pokrivenost prostora.

Od dana kada se vijest o pojavi virusa pojavila u medijima, ovaj portal redovno je izvještavao o tome. Dominante novinarske forme na portalu su vijesti i izvještaji.

Što se tiče autorstva, primjetan je veliki broj autorskih tekstova. Kao izvori najčešće su navedene novinske agencije i saopštenja nadležnih institucija, ali i vaninstitucionalni izvori, poput izjava i stavova stručnjaka i analitičara.



**Dnevni avaz**

NASLOVNICA VIJESTI CRNA HRONIKA SPORT SHOWBIZ LIFESTYLE SCI-TECH VAKTLJA BBI SMRTOVNICE PRETPLATA VREMEN

OGLASILI SE IZ SZO

### Dr. Kerkova: Znamo da nova varijanta koronavirusa ima veliki broj mutacija

Treatat će nam nekoliko sedmica da shvatimo kakav uticaj ima ova varijanta, mnogo posla je pred nama



Dr. Marija Van Kerkova. *Twitter*

Izvor: <https://avaz.ba/globus/svijet/699593/dr-kerkova-znamo-da-nova-varijanta-koronavirusa-ima-veliki-broj-mutacija> (pristupljeno 16. 4. 2023. godine)



Kako je najveći dio sadržaja informativnog karaktera, čitaoci su bili informisani o broju oboljelih, stanju u bolnicama, načinu na koji se virus širi, procesu vakcinacije, načinu na koji se nadležni organi bore protiv krize i slično.

Uz tekstove su dodate i fotografije sa navedenim izvorima, ali treba napomenuti da je većina tekstova sadržavala samo jednu fotografiju.

Portal Avaz je redovno objavljivao stručne savjete i razgovore s medicinskim stručnjacima u cilju pružanja važnih informacija javnosti. Takođe, web portal Avaz je često objavljivao i priče o ljudima i njihovim iskustvima tokom pandemije. Portal je pratio uticaj pandemije na društveni, ekonomski i politički aspekt bosanskohercegovačkog društva, prateći detaljno korištenje sredstava prve pomoći, članove zdravstvenog osoblja kao ključne aktere u borbi protiv virusa, te smanjenje proizvodne aktivnosti.

Veliki broj tekstova bavi se konkretnim mjerama države usmjerenim na očuvanje zdravlja građana, a u odnosu na prethodno navedene portale, na web portalu Avaz je objavljeno nešto više članaka na temu političkih aktivnosti na suzbijanju krize.



**Dnevni avaz**

NASLOVNICA VIJESTI CRNA HRONIKA SPORT SHOWBIZ LIFESTYLE SCI-TECH VAKTILJA BBI SMRTOVNICE PRETPLATA VREMENSKA PROGNOZA

OPERATIVNA AKCIJA

## SIPA na više lokacija izvršila pretrese povezane s lažnim Covid-potvrdama

Pretresi stambenih i pomoćnih objekata u Sarajevu, Visokom, Brezi i Istočnom Sarajevu



SIPA: Od jutros na terenu. Arhiv

E. Č.  
30.3.2022

Facebook Twitter WhatsApp Messenger

Izvor: <https://avaz.ba/vijesti/crna-hronika/730412/sipa-na-vise-lokacija-izvrsila-pretrese-povezane-s-laznim-covid-potvrdama> (pristupljeno 16. 4. 2023. godine)

Uzimajući u obzir sve navedeno, može se zaključiti da je Avaz redovno izvještavao o svakom aspektu pandemije, pružajući kritične informacije tako da čitaoci mogu donositi informisane odluke.

### 6.3. Izvještavanje web portala *Oslobođenje.ba*

Portal Oslobođenje je među prvim medijima u Bosni i Hercegovini koji je izvještavao o pandemiji COVID-19 i intenzivno izvještava o njoj i danas. Kao jedan od vodećih portala u zemlji, Oslobođenje redovno prati sve važne vijesti vezane za epidemiju u Bosni i Hercegovini, ali i širom svijeta. Od 26. januara 2020. godine portal Oslobođenje redovno je izvještavao o novonastaloj situaciji u vezi sa pojavom i širenjem virusa korona.

Portal je pisao o “virusu koji je opustošio Peking, koji izgleda kao grad duhova”<sup>5</sup>, simptomima koji se javljaju kod zaraženih, broju zaraženih, ponašanju pojedinaca, mutacijama virusa i slično.



The screenshot shows the OKANAL website interface. At the top, there is a navigation bar with the OKANAL logo and menu items: POČETNA, MAGAZIN, EMISIJE, SERIJE, VIJESTI, SHOWBIZ, ŽIVOT, PROGRAM. Below the navigation bar, there is a search bar with the text 'Pretraga: korona'. The main content area features a news article with a video thumbnail showing a supermarket aisle. The article title is 'Panika zbog korona virusa: Žene se potukle oko toalet papira'. Below the article, there is a timestamp: 'VIJESTI | 09/03/2020 u 10:46 h'. At the bottom of the screenshot, there is another headline: 'Umjesto da ostane kući: Muškarac namjerno širio virus korona'.

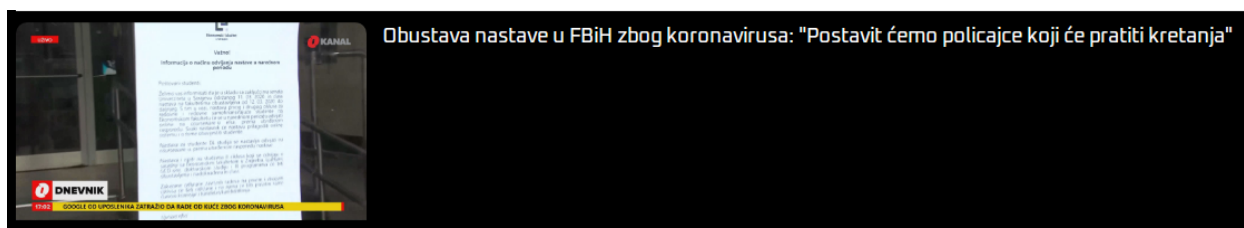
Izvor: <https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/panika-zbog-korona-virusa-zene-se-potukle-oko-toalet-papira-12871> (pristupljeno 20. 4. 2023. godine)

Pored izvora poput CNN-a, Daily Mail-a, agencija, izjava i saopštenja nadležnih organa, primjetan je veliki broj autorskih članaka – istraživačkih i izjava intervjuisanih

<sup>5</sup> <https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/koronavirus-opustosio-pekingski-grad-duhova-7538>, pristupljeno 20. 4. 2023. godine

stručnjaka. Bilo je dosta riječi i o uticaju krize izazvane virusom korona na ekonomiju i turizam.

Kao i mnogi drugi internetski mediji, ovaj portal je pisao o određenim teorijama zavjere poput one da li 5G mreža može da utiče na širenje virusa, mitovima o liječenju bolesti bijelim lukom, ali i panici među građanima koji su pustošili police u marketima, kupujući zalihe toalet papira, hrane i lijekova.



*Izvor: <https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/obustava-nastave-u-fbih-zbog-koronavirusa-postavit-emo-policajce-koji-ce-pratiti-kretanja-13346> (pristupljeno 20. 4. 2023. godine)*

Redovno je izvještavano o načinu na koji se vlast i nadležni organi bore da se riješi kriza i spriječi dalje širenje zaraze – represivne mjere, kazne za one koji ne poštuju policijski sat, onlajn nastava, zatvaranje ugostiteljskih objekata i slično.

Portal je često objavljivao intervjuje s medicinskim stručnjacima, epidemiolozima i drugim stručnjacima koji su davali svoj pogled na trenutnu situaciju i smjernice kako se nositi s krizom.

Kada se sve navedeno uzme u obzir, web portal Oslobodjenje je pružao sveobuhvatno izvještavanje o pandemiji COVID-19 u Bosni i Hercegovini.

#### **6.4. Izvještavanje web portala Source.ba**

Portal Source je pružao vijesti o pandemiji na globalnom nivou, kao i na nivou zemalja i regija. Portal je pratio razvoj i uticaj pandemije na ekonomski sektor, zdravstveni sistem, društvo i pojedince.

Portal Source takođe je pratio novosti u vezi sa pojavom i posljedicama virusa. Najveći dio sadržaja generisan je dnevnim događajima. U poređenju sa ranije navedenim portalima, Source ima nešto manje objavljenih tekstova sa ovom tematikom.

Najčešće teme koje su analizirane su one koje govore o društvenim, ekonomskim i zdravstvenim aspektima, te stanju svijesti i ponašanju društva tokom privredne, društvene i psihičke recesije nastale tokom i nakon “korona krize”.

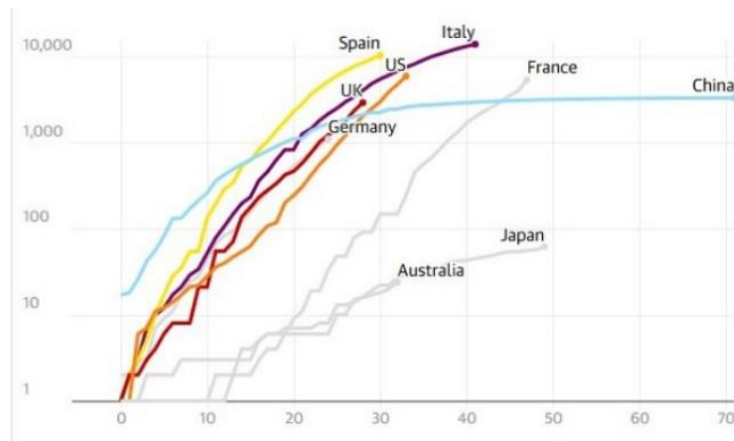
3.4.2020. 8:44

Podijeli na:



Komentari: 0

## Korona zahvatila sve zemlje, bez 'diskriminacije': Broj prešao milion i nastavlja rasti



Izvor: <https://www.source.ba/clanak/BiH/519348/Korona-zahvatila-sve-zemlje-bez-diskriminacije--Broj-presao-milion-i-nastavlja-rasti> (pristupljeno 22. 4. 2023. godine)

U odnosu na druge navedene portale, Source je objavio znatno manje članaka čiji su autori novinari redakcije portala, a pojedini sadržaji uopšte nisu potpisani.

U velikom broju članaka izvori su novinske agencije, kao što su Patria i Fena, zatim sadržaji preuzeti iz drugih medija. U člancima su dodate fotografije, ali ne i izvor istih. Sadržaj fotografija najčešće čine učesnici događaja ili ilustracije, odnosno simbolične fotografije poput laboratorija, šprica, lijekova, mikroskopskih prikaza virusa i sl.

9.10.2021. 16:10

Podijeli na:



Komentari: 0

## Sarajevski klub uveo mjere, ući možete jedino ako ste vakcinisani ili imate negativan test na COVID-19



Izvor: <https://source.ba/clanak/BiH/582555/dt> (pristupljeno 22. 4. 2023. godine)

Uzimači u obzir sve navedeno, Portal Source je pružio kvalitetno i pouzdano izvještavanje o pandemiji COVID-19. Portal je podigao svijest o uticaju pandemije i pružio korisne informacije za zaštitu i prevenciju od virusa, te ostao izvor vijesti koji se temelji na činjenicama i savjetima.

### **6.5. Izvještavanje web portala Radiosarajevo.ba**

Radio Sarajevo je jedan od vodećih lokalnih portala u Bosni i Hercegovini. Tokom pandemije koronavirusa, Radio Sarajevo je bio aktivno uključen u izvještavanje o situaciji u zemlji i regionu, pružajući javnosti relevantne i tačne informacije.

Prvi članak o koronavirusu portal Radio Sarajevo objavio je 16. januara 2020. godine. Prvi slučajevi zaraze „misterioznim virusom iz Kine“ registrovani su u Vuhanu sredinom decembra 2019. godine, a 23. januara 2020. potvrđeni su i prvi slučajevi u Evropi<sup>6</sup>.

Portal je svakodnevno izvještavao o širenju koronavirusa i svemu onome što je virus prouzrokovao – veliki broj zaraženih i preminulih, prepune bolnice, panična kupovina zaliha hrane, karantin, policijski sat, vakcinacija, pojava novih sojeva virusa.

Samo neki od naslova su: „Stravični snimci iz Kine: tijela na ulicama, zatvoreni gradovi...“<sup>7</sup>, „Naučnik sa Harvarda: Možda se i do 70 posto svjetske populacije zarazi koronavirusom“<sup>8</sup>, „Broj mrtvih prešao 60 hiljada“<sup>9</sup>, „Sutra masovna vakcinacija za stanovnike Ilidže“<sup>10</sup>, „Stigla nova isporuka: Došlo još 12.870 doza Fajzer vakcina“<sup>11</sup> ...

---

<sup>6</sup> <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/misteriozni-virus-iz-kine-seli-se-dalje/364228>, pristupljeno 25. 4. 2023. godine

<sup>7</sup> <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/stravicni-snimci-iz-kine-preplavili-drustvene-mreze/365081>, pristupljeno 25. 4. 2023. godine

<sup>8</sup> <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/naucnik-s-harvarda-mozda-i-do-70-posto-populacije-u-svijetu-bude-zarazeno-koronavirusom/367790>, pristupljeno 25. 4. 2023. godine

<sup>9</sup> <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/covid-19-broj-mrtvih-presao-60-hiljada-u-spaniji-za-24-sata-umrlo-809-osoba/372725>, pristupljeno 25. 4. 2023. godine

<sup>10</sup> <https://radiosarajevo.ba/vijesti/lokalne-teme/sutra-masovna-vakcinacija-za-stanovnike-ilidze/428364>, pristupljeno 25. 4. 2023. godine

<sup>11</sup> <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/stigla-nova-isporka-doslo-jos-12870-doza-pfizer-vakcina/425442>, pristupljeno 25. 4. 2023. godine



# Harvardski epidemiolog: Širenje virusa više se ne može zaustaviti

11.03.20. 16:15

Radiosarajevo.ba



Dijeljenja  
241



Foto: You Tube/EPA-EFE / Marc Lipsitch

Izvor: <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/harvardski-epidemiolog-sirenje-virusa-vise-se-ne-moze-zaustaviti/369966> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine)

Sadržaj prvenstveno informiše građane o medicinskim, društvenim, političkim, ekonomskim i drugim aspektima života, pa je najveći dio sadržaja informativnog karaktera. Navođeni su relevantni izvori informacija. Neki od njih su CNN, BBC, Anadolija, Svjetska zdravstvena organizacija, saopštenja Ministarstva zdravstva, kliničkih centara, kriznih štabova, nadležnih organa, a objavljen je i veliki broj autorskih članaka. Uz priče su objavljene i prikladne fotografije, ilustracije ili fotografije sa lica mjesta, uz navedene izvore istih.

Osim izvještavanja o broju zaraženih i preminulih, procesu vakcinacije i slično, na portalu su objavljivane i edukativne priče, savjeti i pojašnjenja u vezi sa virusom i simptomima koji ga prate – kako sačuvati mentalno zdravlje, kako uspješno raditi od kuće, kako se zaštititi od prenošenja virusa, itd.

Radio Sarajevo se držao objektivnih i tačnih informacija s ciljem da se pruže relevantne informacije o situaciji u cijeloj zemlji. Takođe su davali prostor za intervjuje sa relevantnim zdravstvenim stručnjacima i ljudima iz svijeta politike. Jedna od zapaženih stvari u izvještavanju Radio Sarajeva tokom pandemije koronavirusa bila je činjenica da su oni prenijeli i pozitivne priče o ljudima koji su se borili i izborili za život sa ovim virusom.

Veliki broj tekstova bavi se konkretnim mjerama države usmjerenim na očuvanje zdravlja populacije tokom pandemije, kao što su uvođenje vanrednog stanja, policijskog časa, ograničavanje kretanja, okupljanja i slično.

## Federalna inspekcija ima pune ruke posla: Uručeno 16.092 rješenja o izolaciji

24.03.20. 21:56

Radiosarajevo.ba



Foto: FUIP / Intenzivan rad

Izvor: <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/federalna-inspekcija-ima-pune-ruke-posla-uruceno-16092-rjesenja-o-izolaciji/371497>, (pristupljeno 25. 4. 2023. godine)

U cjelini, Radio Sarajevo je bio uspješan u pružanju pouzdanih informacija o pandemiji koronavirusa, s fokusom na relevantne probleme i zalaganjem za objektivnost i tačnost, a istovremeno omogućavajući prostor za pozitivne priče i ljude koji su uspjeli pobijediti virus. Radio Sarajevo je u doba korone pokazao da je u mogućnosti da se prilagodi situaciji i da pokrije različite teme koje su važne za građane BiH, te da pruži korisne informacije u vremenima kada ljudi širom svijeta imaju poteškoće da se izbore s epidemijom.

Portali su navodili relevantne izvore informacija, kao što su novinske agencije, izjave i saopštenja kriznih štabova, Svjetske zdravstvene organizacije i drugih nadležnih organa, ali je evidentan i veliki broj autorskih članaka, s tim što u mnogim člancima autori nisu potpisani imenom i prezimenom, već inicijalima. Analizom grafičke opreme koja se pojavljuje u

člancima, evidentno je da jesu navođeni izvori fotografija, koje su preuzete sa stokova, agencija, drugih medija ili su to autorske fotografije sa lica mjesta. Portali su objavljivali i članke u vidu savjeta ili pojašnjenja u vezi sa određenim pojavama u toku krize izazvane virusom korona.

Međutim, analizom naslova i tekstova može se zaključiti da su portali objavljivali sadržaje senzacionalističkog tipa, jer takvi sadržaji više privlače publiku. Objavljivani su članci s naslovima koji su većinom negativno usmjereni. Na primjer, primjetno je da je objavljeno mnogo više tekstova koji izvještavaju o broju preminulih, nego o broju izliječenih. Osim toga, među brojnim informativnim tekstovima, dosta je i onih koji se tiču tzv. teorija zavjere, koje dovode u pitanje uzroke pojave virusa – da li je riječ o biološkom oružju koje je pušteno iz laboratorije, da li je povezano sa 5G mrežom, da li se uspješno liječi jedenjem bijelog luka i sl. Čitaoci često prepoznaju ciljeve portala i njihovog senzacionalističkog načina izvještavanja, jer što je naslov „uzbudljiviji“ više će ljudi otvoriti i pročitati ga, ali imajući u vidu da slobodni i nezavisni mediji moraju pružati tačne, objektivne i pravovremene informacije, ipak ne bi trebalo da se koriste medijskim spinom, jer na taj način svjesno djeluju kao sredstvo širenja panike i straha.

Neki od primjera spinovanja u vrijeme pandemije, a koji se odnose na „ukrajanje činjenica“ odnosili su se na povezivanje određenih lijekova s prevencijom ili liječenjem COVID-19, što nije bilo samo širenje dezinformacija, nego i davanje lažne nade građanima da sami mogu spriječiti ili liječiti bolest u kućnim uslovima. Činjenica da su se ti lijekovi pokazali kao uspješni u liječenju nekih drugih virusnih oboljenja povezana sa činjenicom da su neki političari poput predsjednika SAD javno rekli da ih uzimaju, kreirala je informacije koje su davale lažnu nadu ljudima i zapravo ih podsticale da i sami primjene iste prakse, što je moglo biti opasno.

Neki mediji su svoju uređivačku politiku bazirali na spinu da je virus izašao iz laboratorije, birajući isključivo goste koji su potvrđivali takve teze, plasirajući poluistinite i neproverene informacije iz nepouzdanih izvora, a sve u svrhu dokazivanja te teze. Dakle, nije se radilo o lažnim informacijama, nego su određeni, ponekad i relativno kredibilni sagovornici prezentovali selektivno one informacije koje idu u prilog tome da je virus laboratorijski proizveden, a da novinar ili medij nije ispitao takve teorije, budući da se i sam s njom slaže. Ovdje je pseudonauka povezana sa teorijama zavjere u svrhu spinovanja.

U medijskom spinovanju koriste se i druge tehnike, poput skretanja pažnje, stvaranja ili ublažavanja nekog problema, korišćenja izuzetno emotivnog vokabulara... Kao primjer u periodu pandemije može se navesti skretanje pažnje sa afere „Srebrna malina“ na neke



druge, manje važne priče i teme, pod izgovorom određenih medija da se „potrebno fokusirati i na druga pitanja, a ne samo na jednu aferu“ ili primjeri povezivanja jednog od aktera te afere sa akterima nekih drugih afera koji su iz istog geografskog područja. Kao medijski spin publika može prepoznati i davanje izuzetno pozitivnih ili izuzetno negativnih epiteta akterima priče, posebno u naslovima, stavljanje fotografija koje izazivaju izuzetno pozitivne ili izuzetno negativne asocijacije, povezivanje logički nepovezivih činjenica u cjelinu koja nekome ide u korist ili na štetu, korištenje „ali premoštavanja“ u medijima (npr. To jeste veliki problem, ALI uzmite na primjer nešto drugo...) i sl.

Medijski spin onemogućava publici da objektivno sagleda situaciju u kojoj se nalaze i reakcije nadležnih vijesti na nju, kako bi na osnovu toga mogla adekvatno odreagovati na situaciju koja joj je relativno nepoznata. Spinovanje u kriznim situacijama dodatno može povećati već prisutnu određenu dozu emotivnog naboja, straha i panike među građanima, jer se nalaze u neizvjesnoj i nepoznatoj situaciji.

Vlast je radila na tome da se kriza riješi, uvodeći različite mjere u cilju suzbijanja širenja virusa korona, pa čak i represivne mjere za one koji ne poštuju policijski čas, zabranu kretanja i druga ograničenja. Ipak, kako je period krize potrajao, na vidjelo su izašli i njihovi negativni postupci, o kojima mediji i danas izvještavaju. Kao primjer može se navesti afera „Respiratori“ u Federaciji BiH ili afera „Korona ugovori“ u Republici Srpskoj. U centru pažnje bili su političari, pa je samim tim velika većina članaka na neki način politizovana.

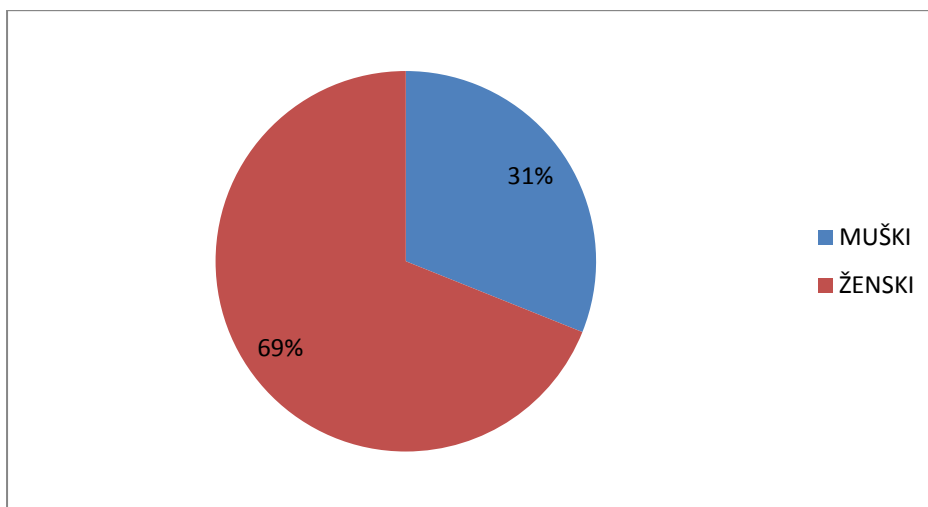
## **7. ANALIZA I INTERPRETACIJA ANKETE**

### ***7.1. Metodologija istraživanja***

Imajući u vidu ciljeve istraživanja, kao najadekvatniji pristup istraživanju izabrana je metoda ispitivanja. Primjenjeni istraživački metod podrazumijeva upotrebu ankete, odnosno prikupljanje deskriptivnih podataka na bazi strukturiranog upitnika. Kao instrument u ispitivanju korišćen je upitnik. Upitnik je prosljeđen elektronski na 174 adrese, posredstvom *Google Forms*, čime je ubrzan postupak prikupljanja podataka i obrade istih. Dobijeno je ukupno 103 popunjena upitnika. Na taj način je obezbijeđen prigodan uzorak od 103 ispitanika oba pola (68,9% ženskog i 31,1% muškog pola). Kako bi se obezbijedilo da ispitanici iskreno i bez bojazni od zloupotrebe bilo kog tipa, daju odgovore na pitanja, već na samom početku stavljeno im je do znanja da je upitnik anonimn i da se odgovori koriste isključivo u svrhu istraživanja. Upitnik (prilog 1) sadrži 9 pitanja, od kojih su prva četiri lična

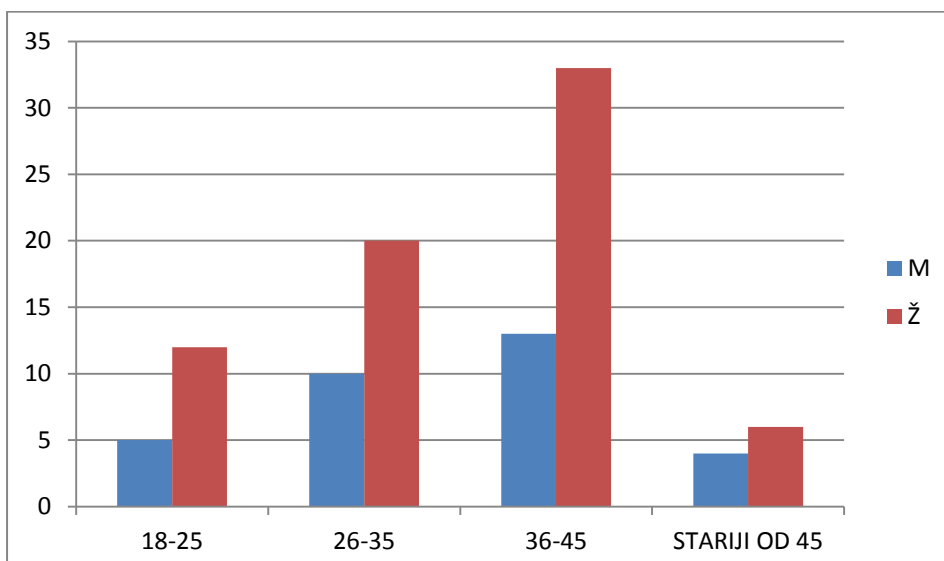
– demografska, u svrhu prikupljanja podataka o polu, starosti, obrazovanju i statusu. Ostatak upitnika je osmišljen sa ciljem da se dobiju informacije o stavovima ispitanika o informacijama koje su dobijali za vrijeme trajanja pandemije COVID-19. Pitanja su postavljena na taj način da budu jasna svim ispitanicima. Sva pitanja su imala ponuđene odgovore, kako bi se skratilo vrijeme potrebno za popunjavanje upitnika. U radu je korišćena deskriptivna statistika na skalama kojima je opisan uzorak (pol, uzrast, obrazovanje, status) i prikazano je narednim graficima.

**Grafik 1. Spol osobe**



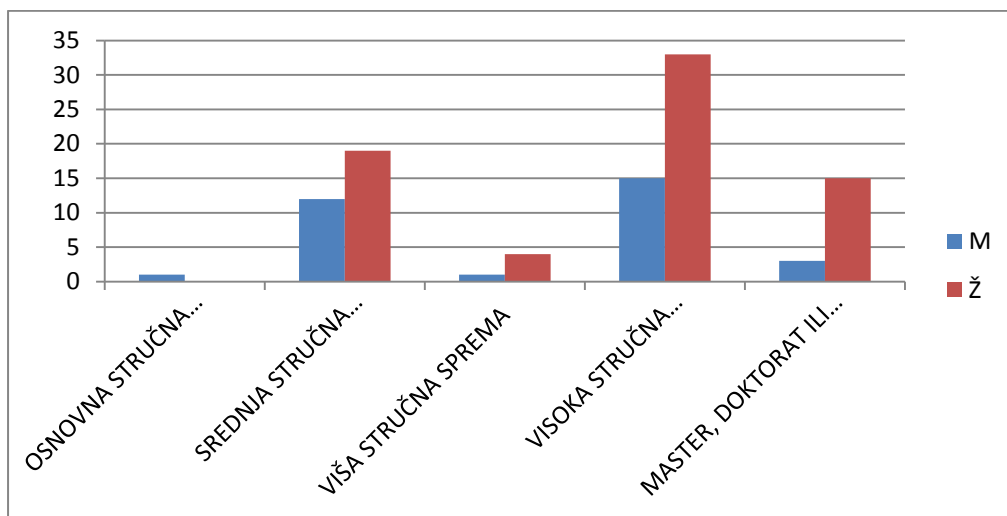
Iz grafikona vidimo da je od ukupnog broja ispitanika (103), obuhvaćeno 32 osoba muškog spola i 71 osoba ženskog spola, što omogućava analizu odgovora u odnosu na spol.

**Grafik 2. Struktura uzorka ispitanika u odnosu na dob osobe**



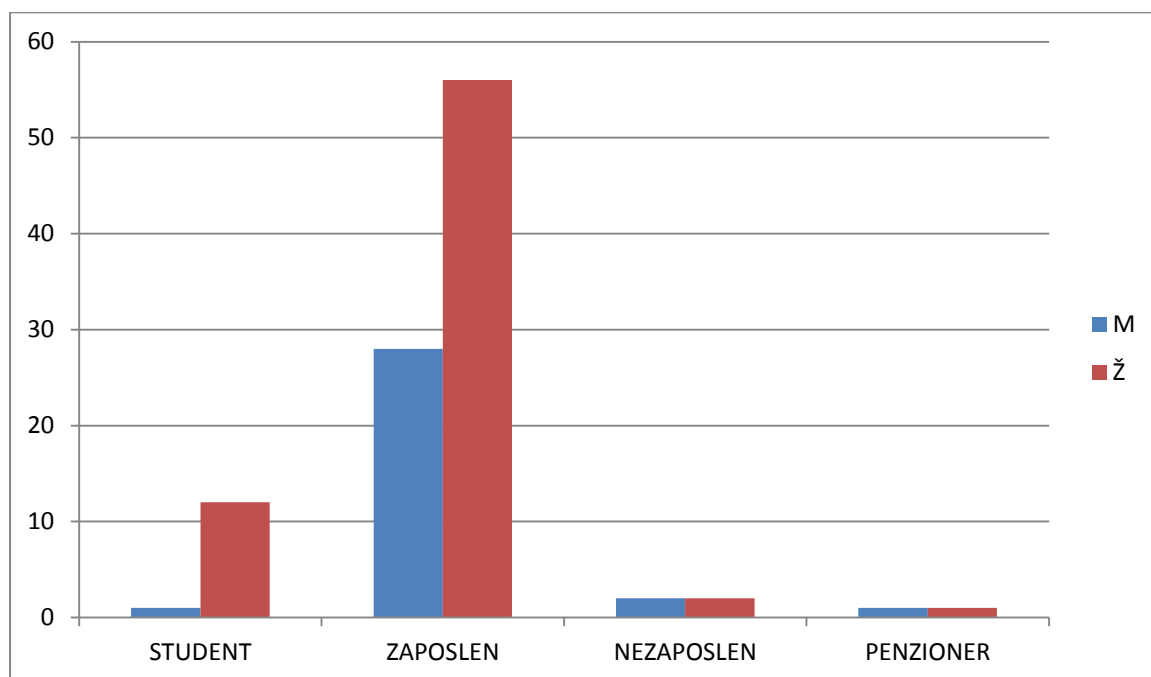
Iz grafikona 2 vidimo da se ukupan broj ispitanika karakteriše sljedećim starosnim grupama, 17 ispitanika je starosti 18-25 godina (od toga 12 osoba ženskog pola, 5 muškog pola), 30 osoba starosti 26-35 godina (od toga 20 osoba ženskog pola, 10 muškog pola), 46 osoba starosti 36-45 godina (od toga 33 osobe ženskog pola, 13 osoba muškog pola) i 10 osoba starosti preko 45 godine (od toga 6 osoba ženskog pola, 4 osobe muškog pola). Podaci pokazuju da je anketom obuhvaćeno najviše osoba starosti 36-45 godina.

**Grafik 3. Struktura uzorka ispitanika u odnosu na stepen obrazovanja/stručnu spremu**



Na grafikonu broj 3 vidimo da se ukupan broj ispitanika karakteriše po sljedećoj stručnoj spremi, 1 ispitanik je osnovna stručna sprema, 31 ispitanik ima srednju stručnu spremu, 5 ispitanika ima višu stručnu spremu, 48 ispitanika imaju visoku stručnu spremu, dok 18 ispitanika ima master, doktorat ili završenu specijalizaciju. Podaci pokazuju da je anketom obuhvaćeno najviše ispitanika sa završenim fakultetom, odnosno visoka stručna sprema.

**Grafik 4. Struktura uzorka ispitanika u odnosu na status osobe**



Na grafikonu 4 vidimo da 13 ispitanika još uvijek studira (od toga 1 ispitanik muškog pola, 12 ispitanica ženskog pola), zaposleno je 84 ispitanika (od toga 28 osoba muškog pola, 56 ženskog pola), 4 ispitanika su nezaposlena (po dva ispitanika oba pola) i dva ispitanika su penzioneri (po jedan ispitanik oba pola). Podaci pokazuju da je anketom obuhvaćeno najviše zaposlenih ispitanika.

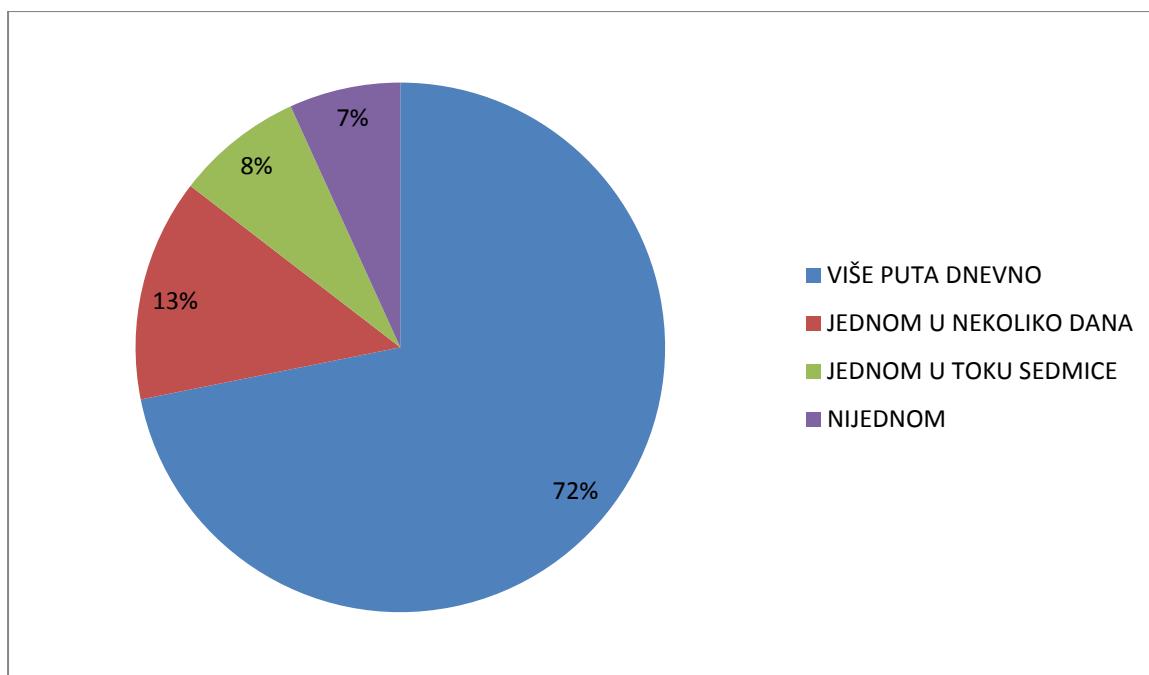
## 7.2. Rezultati istraživanja i njihova analiza

U prvom pitanju ispitanici su se izjasnili o tome koliko su tokom pandemije COVID-19 pratili internet portale.

**Tabela 2. Koliko ste tokom pandemije COVID-19 pratili internet portale?**

		ODGOVORI			
		VIŠE PUTA DNEVNO	JEDNOM NEKOLIKO DANA	U JEDNOM TOKU SEDMICE	U NIJEDNOM
POL	M	22	3	3	4
	Ž	52	11	5	3
UKUPNO		74	14	8	7
PROCENTI		72%	13%	8%	7%

**Grafik 5. Koliko ste tokom pandemije COVID-19 pratili internet portale?**

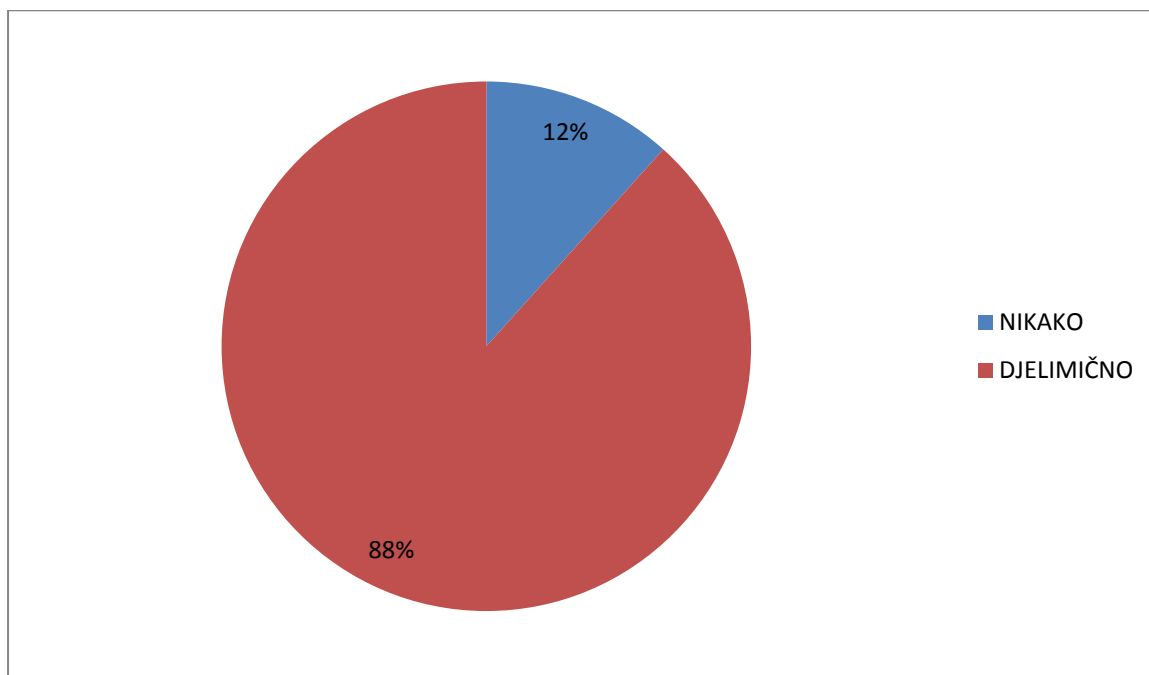


Na ovom grafikonu vidimo da je većina ispitanika, i to 72% pratilo internet portale više puta dnevno (od toga 52 ispitanice ženskog pola i 22 osobe muškog pola), 13% ispitanika je posjećivalo internet portale jednom u nekoliko dana (od toga 11 osoba ženskog pola i 3 osobe muškog pola), 8% ispitanika je posjećivalo internet portale jednom u toku sedmice (od toga 5 osoba ženskog pola i 3 osobe muškog pola), a 7% ispitanika se izjasnilo da nisu posjećivali internet portale nijednom.

**Tabela 3. Koliko ste vjerovali informacijama pročitanim na internet portalima?**

		ODGOVORI		
		NIKAKO	POTPUNO	DJELIMIČNO
POL	M	4	-	28
	Ž	8	-	63
<b>UKUPNO</b>		<b>12</b>	<b>0</b>	<b>91</b>
<b>PROCENTI</b>		<b>12%</b>	<b>0</b>	<b>88%</b>

**Grafik 6. Koliko ste vjerovali informacijama pročitanim na internet portalima?**

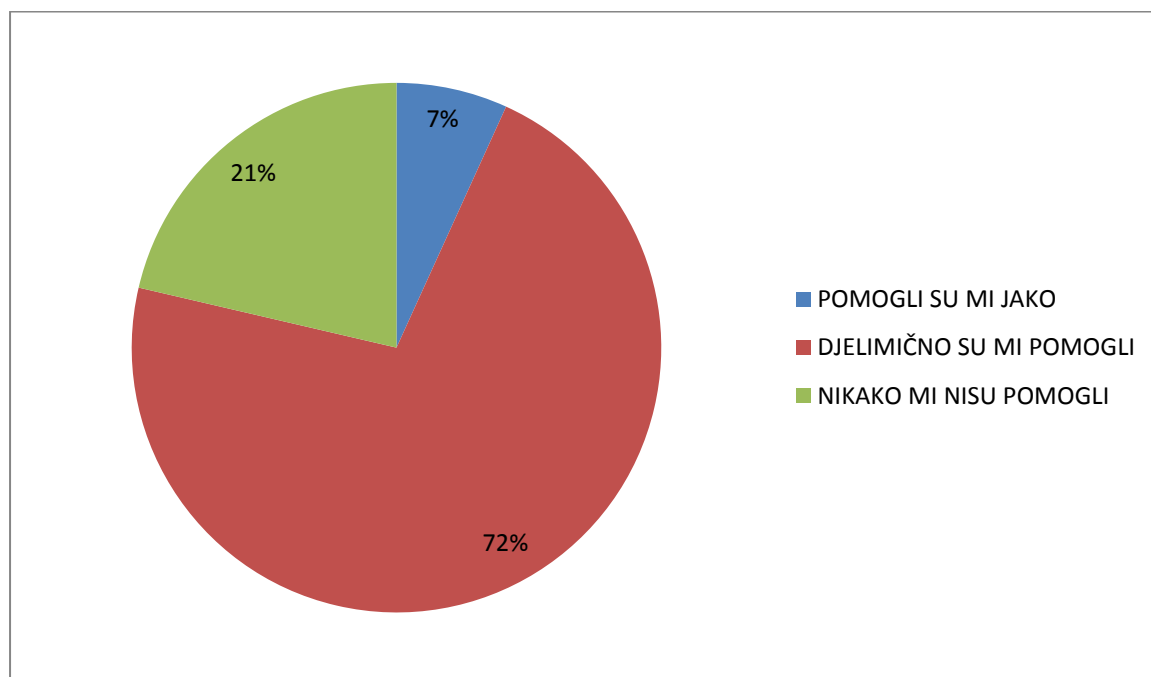


Na ovom grafikonu vidimo da je većina ispitanika, i to 88% ispitanika odgovorilo da su djelimično vjerovali informacijama pročitanim na internet portalima, 12% ispitanika odgovorili su da nisu nikako vjerovali informacijama pročitanim na internet portalima.

**Tabela 4. Kada ste dobijali informacije sa internet portala, koliko su vam pomogli da razumijete šta se dešava sa pandemijom COVID-19?**

		ODGOVORI		
		POMOGLI SU MI JAKO	DJELIMIČNO SU MI POMOGLI	NIKAKO MI NISU POMOGLI
POL	M	2	22	8
	Ž	5	52	14
UKUPNO		7	74	22
PROCENTI		7%	72%	21%

**Grafik 7. Kada ste dobijali informacije sa internet portala, koliko su vam pomogli da razumijete šta se dešava sa pandemijom COVID-19?**

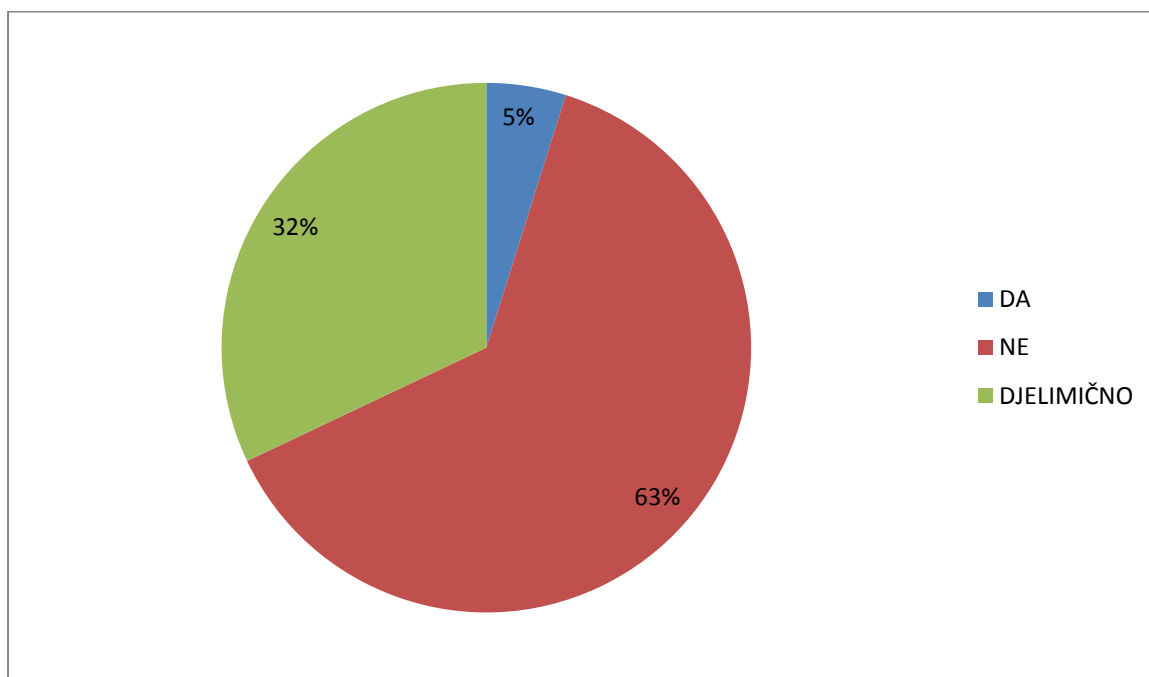


Na pitanje “Kada ste dobijali informacije sa internet portala, koliko su vam pomogli da razumijete šta se dešava sa pandemijom COVID-19?”, ispitanici su odgovorili na sljedeći način: 72% ispitanika su odgovorili da su im informacije sa internet portala djelimično pomogle da razumiju šta se dešava sa pandemijom COVID-19, 21% ispitanika je odgovorilo da im nikako nisu pomogli, dok 7% ispitanika su odgovorili da su im te informacije jako pomogle.

**Tabela 5. Nakon što ste pročitali informacije sa internet portala, da li ste se osjećali sigurno tokom trajanja pandemije?**

		ODGOVORI		
		DA	NE	DJELIMIČNO
POL	M	3	15	14
	Ž	2	50	19
UKUPNO		5	65	33
PROCENTI		5%	63%	32%

**Grafik 8. Nakon što ste pročitali informacije sa internet portala, da li ste se osjećali sigurno tokom trajanja pandemije?**



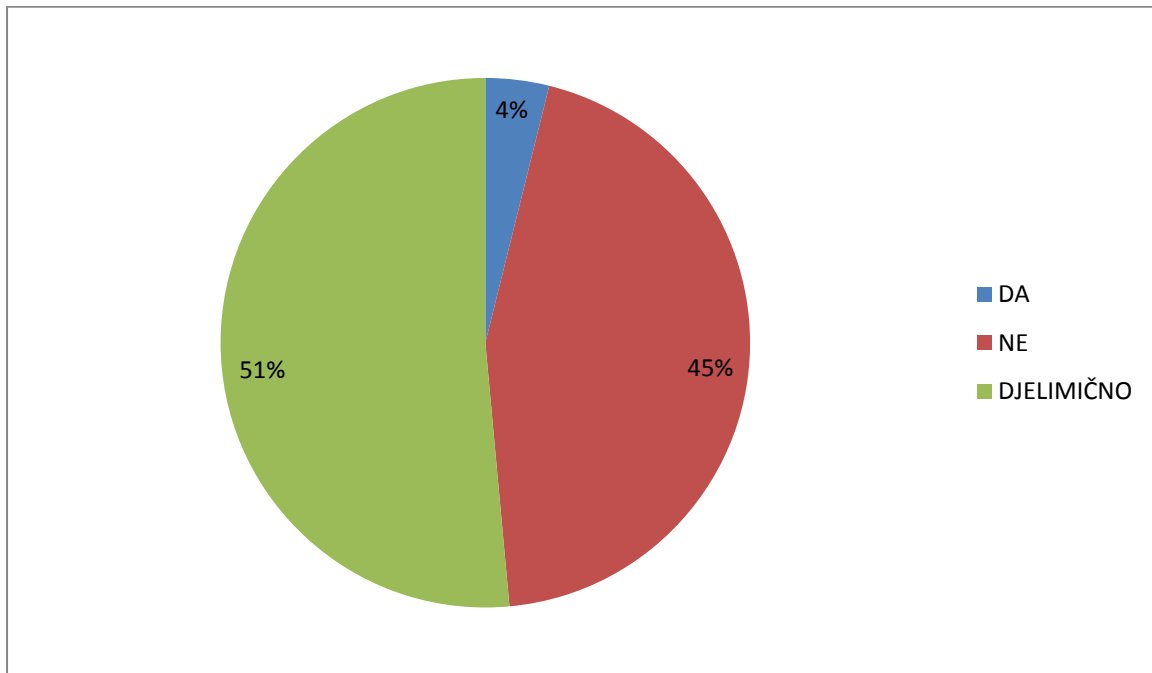
Na ovom grafikonu vidimo da je većina ispitanika, i to 63% ispitanika odgovorili da se nisu osjećali sigurno tokom trajanja pandemije, 32% ispitanika odgovorili su da su se osjećali djelimično sigurnim nakon što su pročitali informacije sa internet portala, dok je 5% ispitanika odgovorilo da su se osjećali sigurno nakon pročitanih informacija sa internet portala.

**Tabela 6. Smatrate li da su internet portali bili profesionalni prilikom izvještavanja o krizi izazvanoj pandemijom COVID-19?**

		ODGOVORI		
		DA	NE	DJELIMIČNO
POL	M	1	16	15
	Ž	3	30	38
UKUPNO		4	46	53
PROCENTI		4%	45%	51%



**Grafik 9. Smatrate li da su internet portali bili profesionalni prilikom izvještavanja o krizi izazvanoj pandemijom COVID-19?**



Na ovom grafikonu vidimo da 51% ispitanika smatra da su internet portali bili djelimično profesionalni prilikom izvještavanja o krizi izazvanoj pandemijom COVID-19, nešto manje procentualno, odnosno 45% se ne slažu sa tim i smatraju da internet portali nisu bili profesionalni prilikom izvještavanja, odnosno 4% ispitanika smatra da su internet portali bili profesionalni prilikom izvještavanja o krizi izazvanoj pandemijom COVID-19.

## ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Generalna hipoteza ovog završnog rada – da su istinite i tačne informacije ključne da bi javnost razumjela krizu u kojoj se našla je potvrđena, kao i dvije pomoćne hipoteze, koje potvrđuju takođe da tačne i istinite informacije su ključne da bi se javnost naučila nositi sa novonastalom situacijom, kao i da su istinite i tačne informacije ključne da bi se javnost tokom krize osjećala sigurnom i zaštićenom. Mediji, odnosno novinari imaju veliki uticaj na čitaoce i društveno odgovornu ulogu, posebno kada je riječ o izvještavanju u kriznim situacijama i događajima o kojima javnost nema dovoljno raspoloživih informacija. U takvim okolnostima neophodno je zadovoljiti potrebu građana za povećanom količinom informacija, što su mediji svakako ispunili.

U periodu pandemije COVID-19 veliki broj medija u Bosni i Hercegovini je na odgovarajući način ispunio svoju društvenu ulogu, postavivši se u poziju prevodioca novonastale stvarnosti, odnosno pomogavši građanima da saznaju sve što bi trebalo da znaju o aktuelnoj krizi, ali i da nauče kako se u datoj situaciji treba ponašati. Određeni broj medija pribjegavao je medijskom spinovanju i iskoristio period krize za manipulaciju javnosti. Oblici medijske manipulacije u kriznim situacijama ne uključuju samo medijsko spinovanje, nego i druge oblike skrivanja ili iskrivljivanja istine, poput dezinformisanja, širenja lažnih vijesti, a u vremenu pandemije posebno i širenja pseudonaučnih informacija i teorija zavjere. Medijski spin teško je prepoznatljiv čitaocima, jer je po svojoj prirodi kontekstualan.

Mediji su bili preplavljeni različitim informacijama, a analizom sadržaja web portala može se zaključiti da su svi navedeni portali redovno izvještavali o novostima o širenju virusa korona, uticaju novonastale situacije na društvo, kao i o uticaju pandemije na zdravstvo, ekonomiju i turizam, na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou. Dakle, mediji na određen način jesu ispunili očekivanu društvenu ulogu, jer su svojim sadržajima informisali građane o medicinskim, socijalnim, političkim, ekonomskim i drugim aspektima života tokom trajanja pandemije COVID-19, odnosno pomogli su čitaocima da saznaju brojne informacije o novonastaloj situaciji.

Anketa kao jedna od metoda istraživanja mišljenja javnosti je pokazala da su građani u velikoj mjeri koristili, odnosno čitali web portale i smatrali ih relevantnim izvorima informacija što se tiče aktuelne krize. Ipak, ponuđene informacije i činjenice nisu bile dovoljne da javnost izrazi mišljenje da su u potpunosti vjerovali plasiranim informacijama vezanim za pandemiju COVID-19. Takođe, ispitanici su iznijeli takvo mišljenje da su se tokom krize samo djelomično osjećali sigurnim i zaštićenim na osnovu dobijenih informacija,

kao i to da novinari tokom svog izvještavanja, odnosno pisanja na web portalima nisu bili u potpunosti profesionalni, a što je rezultiralo nepovjerenjem u medije većem dijelu ispitanika. Ono što je sigurno, jeste da su mediji bili na „prvoj liniji“ u borbi sa virusom koji je odnio mnoge živote, a u našu svakodnevicu unio osjećaj strepnje i ugroženosti. Ključ toga da bi današnji mediji bili nepristrasni i javnosti pružali istinite i tačne informacije, jeste sloboda od okova politike i oglašivača, a koja se čini da je ipak teško dostižna. U to nas je uvjerila pandemija COVID-19. Predstavljanje novinara za vrijeme krize kao onih koji odmažu vlastima u borbi protiv pandemije, onih koji šire paniku, lažne vijesti i dezinformacije maestralan je spin (Turčilo, 2021).

## LITERATURA

### Knjige

1. Alcott, H., Matthew, G. (2017). *Social Media and Fake News in the 2016 Elections*, Journal of Economic Perspectives 31 (2): 211-236.
2. Breton, F. (2000). *Izmanipulisana reč*. Beograd: Clio.
3. Cebalović, M., Jevtović, Z. (2018). *Propagandni lanac dezinformisanja u kriznim situacijama*. Kultura polisa, god. XV, br. 36, 405-421.
4. Čengić Fejić, F. (2016). *Nelagoda s medijima*. Sarajevo: Dobra knjiga.
5. Fejzić, F. (2008). *Uvod u teoriju informacija*. Sarajevo: Promcult.
6. Jugo, D. (2017). *Menadžment kriznog komuniciranja*. Zagreb: Školska knjiga.
7. Kešetović, Ž. (2020). *Krizno komuniciranje u pandemiji COVID-19 u Republici Srbiji – između Hipokrata i Makijavelija*. Kultura polisa, god. XVII, posebno izdanje, 151-165.
8. Klun, B. (2000). *Rat i mediji – etički izazov na kraju stoljeća*. Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije, vol. 6, br. 1, 75-87.
9. Le Koadik, I-F. (2005). *Nauka o informacijama*. Beograd: Clio.
10. Kunczik, M., Zipfel, A. (2006). *Uvod u znanstvenost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
11. Lippmann, W. (1995). *Javno mnjenje*, Zagreb: Naprijed.
12. Lučić, M., Dašić, D. (2015). *Odlučivanje u kriznim situacijama*. Kultura polisa, god. XII, br. 28, 275–290.
13. Malović, S. (2005). *Osnove novinarstva*, Zagreb: Golden Marketing – Tehnička knjiga.
14. Marković, V. i sar. (2020). *Plan rada za intervenciju u kriznim situacijama u ustanovama socijalne zaštite – mjere za smanjenje posljedica pandemije COVID-19*. Banja Luka: Društvo psihologa Republike Srpske.
15. Malović, S., Ricchiardi, Sh., Vilović, G. (2007). *Etika novinarstva*. Zagreb: JETiC.
16. Mihalinić, M. (2018). *Upravljanje krizama i komuniciranje*. Velika Gorica: Veleučilište Velika Gorica.
17. Milutinović, I. (2020). *Politička instrumentalizacija medijskog diskursa o pandemiji Kovida 19 u Srbiji: izveštavanje i neki normativni aspekti*. Političke perspektive, 28-52.

18. Nuhanović, A. (2010). *Demokratija, mediji, javnost – Oglеди o slobodi jednakosti*. Sarajevo: Promocult.
19. Senjković, R. (2001). *Propaganda, mediji, heroji, mitovi i ratnici*. Polemos 4, 33-79.
20. Šestić, I. (2021). *Komunikacija u kriznim situacijama*. Zapređić: Veleučilište.
21. Štavljanin, D. (2013). *Varljiva istina i objektivnost kao strateški ritual*. Časopis za upravljanje komuniciranjem, br. 28, 23-40.
22. Turčilo, L., Buljubašić, B. (2019). *Lažne vijesti u 21. stoljeću: Da li je javni interes interesantan bosanskohercegovačkoj javnosti i ko i kako kreira agendu?*, Tuzla: Zbornik radova „Vjerodostojnost medija: doba lažnih informacija“.
23. Turčilo, L. (2017). *(P)ogledi o medijima i društvu: činioci, eseji, istraživanja*. Sarajevo: vlastita naklada.
24. Udovičić, R. (2012). *Mediji i novinarski profesionalizam, degradacija profesionalnog novinarstva u BiH*. Zbornik radova Verodostojnost medija – izazovi globalizacije i specifičnosti regiona, Sarajevo: Fakultet političkih nauka Institut za društvena istraživanja, 221-244.
25. Vreg, F. (1991). *Demokratsko komuniciranje*. Sarajevo: Narodna i univerzitetska biblioteka BiH.
26. Vučinić, S. (2015). *Strategije komunikacije u kriznim situacijama (doktorska disertacija)*. Beograd: Megatrend.
27. Vukojević, B., Vučetić, V. (2022). *U džepovima medijske stvarnosti*. Banja Luka: Imprimatur.

### **E-knjige**

1. Turčilo, L. (2021). *Medijsko novo normalno: analize i promišljanja u medijima u COVID-19 dobu*. Fakultet Političkih nauka Univerziteta u Sarajevu.

### **Elektronski izvori**

- Karović, A. (2021): *Dezinformisanje tokom pandemije Covid-19: Regionalno istraživanje*. ZastoNe.ba, <https://zastone.ba/dezinformisanje-tokom-pandemije-covid19-regionalno-istrazivanje/> (pristupljeno 28. decembar 2021)
- Kovačić, S., Musa, I., Tomić, Z. (2019): *Online mediji i novinarstvo na društvenim mrežama istraživanje na primjeru društvene mreže facebook*. Hrvatska katolička mreža – Sveučilište u Mostaru, <https://hrcak.srce.hr/file/346664> (pristupljeno 28. decembar 2021)

- Radio Slobodna Evropa. (2020): *Riječnik termina koji se koriste u krizi sa COVID-19*, <https://www.slobodnaevropa.org/a/rje%C4%8Dnik-termina-koji-se-koriste-u-krizisa-covid-19/30519789.html> (pristupljeno 28. decembar 2021).
- Veliki Rečnik (2016): *Veliki Rečnik manje poznatih reči i izraza. Informacija*, <https://velikirecnik.com/2016/09/30/informacija/informacija/> (pristupljeno 28. decembar 2021).
- International Federation of Journalists, [www.ifj.org](http://www.ifj.org) (pristupljeno 29. 3. 2023. godine)
- Portal, New York Times (2021): *Covid coverage by the U.S. national media is an outlier, a study finds*, <https://www.nytimes.com/2021/03/24/world/covid-coverage-by-the-us-national-media-is-an-outlier-a-study-finds.html> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine).
- Portal, BBC (2021): *Coronavirus: How the pandemic has changed the world economy*, <https://www.bbc.com/news/business-51706225> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine).
- Portal, CNN (2023): *Coronavirus: Latest news on the Covid-19 global pandemic*, <https://edition.cnn.com/world/coronavirus-pandemic> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine).
- Portal National Geographic (2020): *Experts warned pandemic decades ago – Why not ready for coronavirus*, <https://www.nationalgeographic.com/science/article/experts-warned-pandemic-decades-ago-why-not-ready-for-coronavirus> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine).
- Portal, The Guardian (2023): *NHS Covid Coronavirus booster appointments England*, <https://www.theguardian.com/world/2023/apr/17/nhs-covid-coronavirus-booster-appointments-england> (pristupljeno 1. 4. 2023. godine).
- Klix.ba (2020): *Kineski virus, koliko bismo trebali biti zabrinuti*, <https://www.klix.ba/lifestyle/zdravlje/kineski-virus-koliko-bismo-trebali-biti-zabrinuti/200120144> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine).
- Klix.ba (2020): *Prvi slučaj koronavirusa u BiH zabilježen u Banjoj Luci*, <https://www.klix.ba/vijesti/bih/prvi-slucaj-koronavirusa-u-bih-zabiljezen-u-banjoj-luci/200305012> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine).
- Klix.ba (2020): *Bosna i Hercegovina ima najveću stopu smrtnosti od korone u regiji*, <https://www.klix.ba/vijesti/bih/bosna-i-hercegovina-ima-najvecu-stopu-smrtnosti-od-korone-u-regiji/201215143> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine).

- Klix.ba (2021): *U Sarajevo stiglo još 5000 doza vakcina iz Srbije za Federaciju BiH*, <https://www.klix.ba/vijesti/bih/u-sarajevo-stiglo-jos-5-000-doza-vakcina-iz-srbije-za-federaciju-bih/210312125> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine).
- Klix.ba (2020): *Stručnjaci upozoravaju koronavirus je samo prva u nizu pandemija koje nam slijede*, <https://www.klix.ba/vijesti/svijet/strucnjaci-upozoravaju-koronavirus-je-samo-prva-u-nizu-pandemija-koje-nam-slijede/200323140> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine).
- Klix.ba (2020): *Može li maska za lice zaustaviti COVID-19 – evo provjerenih i dokazanih činjenica*, <https://www.klix.ba/lifestyle/moze-li-mask-a-za-lice-zaustaviti-covid-19-evo-provjerenih-i-dokazanih-cinjenica/200316191> (pristupljeno 15. 4. 2023. godine).
- Avaz.ba (2021): *Dr Kerkova – znamo da nova varijanta koronavirusa ima veliki broj mutacija*, <https://avaz.ba/globus/svijet/699593/dr-kerkova-znamo-da-nova-varijanta-koronavirusa-ima-veliki-broj-mutacija> (pristupljeno 16. 4. 2023. godine).
- Avaz.ba (2022): *Sipa na više lokacija izvršila pretrase povezane s lažnim COVID potvrdama*, <https://avaz.ba/vijesti/crna-hronika/730412/sipa-na-vise-lokacija-izvrasila-pretrase-povezane-s-laznim-covid-potvrdama> (pristupljeno 16. 4. 2023. godine).
- Oslobodjenje.ba (2020): *Panika zbog korona virusa – žene se potukle oko toalet papira*, <https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/panika-zbog-korona-virusa-zene-se-potukle-ok-toalet-papira-12871> (pristupljeno 20. 4. 2023. godine).
- Oslobodjenje.ba (2020): *Obustava nastave u FbiH zbog koronavirusa postaviti ćemo policajce koji će pratiti kretanja*, <https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/obustava-nastave-u-fbih-zbog-koronavirusa-postavit-cemo-policajce-koji-ce-pratiti-kretanja-13346> (pristupljeno 20. 4. 2023. godine).
- Oslobodjenje.ba (2020): *Koronavirus opustošio Peking koji izgleda kao grad duhova*, <https://okanal.oslobodjenje.ba/okanal/vijesti/koronavirus-opustosio-peking-koji-izgleda-kao-grad-duhova-7538> (pristupljeno 20. 4. 2023. godine).
- Source.ba (2020): *Korona zahvatila sve zemlje bez diskriminacije – Broj prešao milion i nastavlja rasti*, <https://www.source.ba/clanak/BiH/519348/Korona-zahvatila-sve-zemlje-bez-diskriminacije--Broj-presao-milion-i-nastavlja-rasti> (pristupljeno 22. 4. 2023. godine).

- Source.ba (2021): *Sarajevski klub uveo mjere, ući možete jedino ako ste vakcinisani ili imate negativan test na COVID-19*, <https://source.ba/clanak/BiH/582555/dt> (pristupljeno 22. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2020): *Harvardski epidemiolog – širenje virusa više se ne može zaustaviti*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/harvardski-epidemiolog-sirenje-virusa-vise-se-ne-moze-zaustaviti/369966> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2020): *Federalna inspekcija ima pune ruke posla – uručeno 16092 rješenja o izolaciji*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/federalna-inspekcija-ima-pune-ruke-posla-uruceno-16092-rjesenja-o-izolaciji/371497> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2020): *Misteriozni virus iz Kine seli se dalje*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/misteriozni-virus-iz-kine-seli-se-dalje/364228> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2020): *Stravični snimci iz Kine preplavili društvene mreže*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/stravicni-snimci-iz-kine-preplavili-drustvene-mreze/365081> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2020): *Naučnik s Harvarda možda i do 70 posto populacije u svijetu bude zaraženo koronavirusom*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/naucnik-s-harvarda-mozda-i-do-70-posto-populacije-u-svijetu-bude-zarazeno-koronavirusom/367790> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2020): *COVID-19 broj mrtvih prešao 60 hiljada u Španiji za 24 sata umrlo 809 osoba*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/svijet/covid-19-broj-mrtvih-presao-60-hiljada-u-spaniji-za-24-sata-umrlo-809-osoba/372725> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2021): *Sutra masovna vakcinacija za stanovnike Ilidže*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/lokalne-teme/sutra-masovna-vakcinacija-za-stanovnike-ilidze/428364> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).
- Radiosarajevo.ba (2021): *Stigla nova isporuka – došlo još 12870 doza Pfizer vakcina*, <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/stigla-nova-isporka-doslo-jos-12870-doza-pfizer-vakcina/425442> (pristupljeno 25. 4. 2023. godine).



**PRILOG 1.**  
**SPISAK SLIKA, TABELA I GRAFIKA**

NAZIV	BROJ STRANICE
Slika 1. Prikaz različitih grupa uključenih u kriznu situaciju	14
Slika 2. Prošireni model paralelnog procesa – PMPP	18
Grafik 1. Spol osobe	58
Grafik 2. Struktura uzorka ispitanika u odnosu na dob osobe	58
Grafik 3. Struktura uzorka ispitanika u odnosu na stepen obrazovanja/stručnu spremu	59
Grafik 4. Struktura uzorka ispitanika u odnosu na status osobe	60
Grafik 5. Koliko ste tokom pandemije COVID-19 pratili internet portale?	61
Grafik 6. Koliko ste vjerovali informacijama pročitanim na internet portalima?	62
Grafik 7. Kada ste dobijali informacije sa internet portala, koliko su vam pomogli da razumijete šta se dešava sa pandemijom COVID-19?	63
Grafik 8. Nakon što ste pročitali informacije sa internet portala, da li ste se osjećali sigurno tokom trajanja pandemije?	64
Grafik 9. Smatrate li da su internet portali bili profesionalni prilikom izvještavanja o krizi izazvanoj pandemijom COVID-19?	65
Tabela 1. Analiza sadržaja web portala	43-44
Tabela 2. Koliko ste tokom pandemije COVID-19 pratili internet portale?	60
Tabela 3. Koliko ste vjerovali informacijama pročitanim na internet portalima?	61
Tabela 4. Kada ste dobijali informacije sa internet portala, koliko su vam pomogli da razumijete šta se dešava sa pandemijom COVID-19?	62
Tabela 5. Nakon što ste pročitali informacije sa internet portala, da li ste se osjećali sigurno tokom trajanja pandemije?	63
Tabela 6. Smatrate li da su internet portali bili profesionalni prilikom izvještavanja o krizi izazvanoj pandemijom COVID-19?	64

## **PRILOG 2.**

### **ANKETA**

1. Koliko ste tokom pandemije pratili portale?

- više puta dnevno
- jednom u nekoliko dana
- jednom u toku sedmice
- nijednom

2. Koliko ste vjerovali tim informacijama?

- nikako
- potpuno
- djelimično

3. Kada ste dobijali informacije sa portala, koliko su vam pomogle da razumijete šta se dešava sa pandemijom?

- pomogli su mi jako
- djelimično su mi pomogli
- nikako mi nisu pomogle

4. Nakon što ste pročitali informacije sa portala, da li ste se osjećali sigurno tokom trajanja pandemije?

- da
- ne
- djelimično

5. Smatrate li da su portali bili profesionalni tokom izvještavanja, tokom krize COVID-19?

- da
- ne
- djelimično

## **BIOGRAFIJA**

Danijela Sikima je rođena 10. jula 1986. godine u Sarajevu, gdje je završila osnovno i srednje obrazovanje sa odličnim uspjehom. Diplomirala je 2015. godine na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu i stekla zvanje bachelor žurnalistike. Neposredno nakon diplomiranja radila je kao novinar volonter na radiju Slobodna Evropa. Kao pripravnik, godinu dana je radila u JP Gradski radio IS-Radio u Istočnom Sarajevu. U periodu od 2016. godine do 2019. godine bila je stalni zaposlenik Raiffeisen banke. Od 2020. godine zaposlena je u Skupštini grada Istočno Sarajevo na radnom mjestu višeg stručnog saradnika za inspekcijske poslove. Master akademske studije upisuje u decembru 2020. godine na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu, smjer odnosi s javnošću. Udata je i majka dvoje djece.

## IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA

Naziv odsjeka i/ili katedre: Odsjek za komunikologiju  
Predmet: Završni magistarski rad

## IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Danijela Sikima  
Naslov rada: Istinitost medijski posredovanih informacija kao preduslov rješavanja kriznih situacija u društvu  
Vrsta rada: Završni magistarski rad  
Broj stranica: 76

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

**Mjesto, datum**

Sarajevo,

**Potpis**

\_\_\_\_\_