

# Specifičnosti ratnog izvještavanja iz Ukrajine u hrvatskim dnevnim novinama 2022.

---

**Uremović, Kristina**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:722875>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-22**



*Repository / Repozitorij:*

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu  
Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva

Kristina Uremović

SPECIFIČNOSTI RATNOG IZVJEŠTAVANJA IZ UKRAJINE U  
HRVATSKIM DNEVNIM NOVINAMA 2022.

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, rujan 2023.

Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti  
Diplomski studij novinarstva

SPECIFIČNOSTI RATNOG IZVJEŠTAVANJA IZ UKRAJINE U  
HRVATSKIM DNEVNIM NOVINAMA 2022.

DIPLOMSKI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Igor Kanižaj

Student: Kristina Uremović

Zagreb, rujan 2023.

Izjavljujem da sam diplomski rad *Specifičnosti ratnog izvještavanja iz Ukrajine u hrvatskim dnevnim novinama 2022.*, koji sam predala na ocjenu mentoru prof. dr. sc. Igoru Kanižaju, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

---

Kristina Uremović

## Sadržaj:

1. UVOD.....	1
2. MEDIJI U RATU .....	2
2.1. Povijest ratnog izvještavanja.....	2
2.2. Masovni mediji i njihov utjecaj na rat.....	3
2.3. Stručne analize medijske struke u ratnim uvjetima.....	4
3. RATNA FOTOGRAFIJA .....	5
4. RATNA PROPAGANDA.....	7
5. RATNO IZVJEŠTAVANJE .....	8
5.1. Uloga medija u ratnim sukobima .....	8
5.2. Utjecaj ratnog izvještavanja na javnost .....	9
5.3. Kontekst rata u Ukrajini .....	10
6. KARAKTERISTIKE ONLINE MEDIJA I NJIHOVA ULOGA U RATNOM IZVJEŠTAVANJU.....	12
6.1. Koncept online novinarstva .....	12
6.2. Vijest u digitalnom okruženju.....	13
7. SPECIFIČNOSTI ONLINE MEDIJA .....	14
7.1. Komercijalizam.....	14
7.2. Senzacionalizam.....	14
7.3. Clickbait (mamilice).....	15
7.4. Građansko novinarstvo (UGC) .....	17
7.5. Etika novinarstva.....	20
8. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA .....	21
9. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	23
9.2. Kategorizacija naslova.....	26
9.3. Kategorizacija naslovne fotografije.....	30
9.4. Kategorizacija izvora.....	33

10. ZAKLJUČAK.....	35
11. LITERATURA .....	36
12. SAŽETAK – SUMMARY .....	40
13. PRILOZI .....	41

# 1. UVOD

Ratno izvještavanje je najteža, najzahtjevnija i najopasnija grana novinarstva, a ukratko se može opisati kao proces prikupljanja, analiziranja te prenošenja informacija o ratnim sukobima i povezanim događajima. Cilj ratnog izvjestitelja prije svega jest informirati javnost, pružiti im objektivne i provjerene informacije, zatim otkrivati kršenja ljudskih prava, utjecati na političke odluke ako su one društveno problematične te promicati transparentnost i odgovornost. Neupitno je da ratni izvjestitelji i sami imaju veliku odgovornost, kako prema javnosti, tako i prema sudionicima rata, jer rat kao takav ima dubok utjecaj na društvo te na cjelokupnu međunarodnu zajednicu i neodgovorno izvještavanje može rezultirati velikim posljedicama.

U ovom radu prikazat će se povijesni tijek ratnog izvještavanja, od povjesničara poput Tukidida i Homera u antičkoj Grčkoj koji su među prvima zapisivali ratna zbivanja te pionira ratnog novinarstva Williama Howarda, novinara *Timesa* koji je prvi detaljno opisao užase rata o kojima, za vrijeme Krimskog rata, javnost nije znala ništa. Zatim period ratnog izvještavanja nakon pojave masovnih medija za vrijeme Prvog i Drugog svjetskog rata koje je obilježeno, do tada, neviđenom propagandom, te specifičnostima izvještavanja o Vijetnamskom i Zaljevskom ratu o kojima se iscrpno izvještavalo na televiziji. Dotaknut ćemo se i važnosti ratne fotografije te ratne propagande. Nedvojbeno je da ratna fotografija, kao i video materijal, posjeduju moćan utjecaj na javno mišljenje te na percepciju rata jer mogu izazvati snažne emocije, a samim tim potaknuti rasprave u javnosti te međunarodnoj zajednici, a na koncu mijenjati i političke odluke. Ratna propaganda ima sličan učinak na tijek rata što se jasno moglo vidjeti za vrijeme Drugog svjetskog rata kada je, između ostalog, i fotografija postala moćno oružje nacističkog režima. Ono što je zajedničko oružanim sukobima i medijima je upravo njihova ovisnost o komunikacijskim tehnologijama koja uvelike može utjecati na sam tijek rata, kao i ratno izvještavanje. Nadalje, sama povijest ratnog izvještavanja, bitna je za razumijevanje ratnog izvještavanja u današnje vrijeme nakon digitalne revolucije i pojave interneta što je rezultiralo time da pristup informacijama i audiovizualnim sadržajima s mjesta ratnih sukoba nikad nije bio brži ni lakši. Sami korisnici također su postali sudionici u ratnom izvještavanju zahvaljujući društvenim mrežama i *User Generated Content-u*, o kojem će biti više riječi u teorijskom dijelu rada. S obzirom na to da je rat između Ukrajine i Rusije započeo 24. veljače 2022. godine te jedan od značajnijih ratnih sukoba na prostoru Europe nakon Drugog svjetskog rata i Domovinskog rata, u ovom radu analizirat će se kako su hrvatski portali 24sata.hr i večernji.hr izvještavali o prvom tjednu rata između Ukrajine i Rusije.

Rat u Ukrajini, osim što je posebno značajan jer se događa ne tako daleko od Hrvatske, izrazito je relevantan i na globalnoj razini, s posljedicama koje utječu ne samo na milijune ljudi, već i na geopolitičku kartu svijeta, svjetsku ekonomiju i gospodarstvo, opskrbu energentima i hranom.

## 2. MEDIJI U RATU

### 2.1. Povijest ratnog izvještavanja

Još od antičkog doba postoje zapisi o ratu, a ratna izvješća u to vrijeme pisali su uglavnom povjesničari. Tukidid, najveći grčki historičar, u svojoj knjizi *Povijest Peloponeskog rata*, zabilježio je ključne povijesne informacije o broju poginulih, o stanju na terenu te o sudionicima. Također se i Homerova *Odiseja*, zbog izrazito detaljnih opisa, smatra pretečom kako povijesnih informacija tako i ratnog izvještavanja s terena. S druge strane, Herodot iz Halikarnasa je u povijesnim zapisima pristranije pisao o ratu, odnosno iznosio je „vlastite simpatije i antipatije o sukobima, zbog čega su ga prozvali i glasnogovornikom Atene“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 258). Osim povjesničara, i vojskovođe poput Julija Cezara i Aleksandra Velikog vodili su zapisnike o ratu, dok je Maximilijan I, car Svetog Rimskog Carstva bio prvi koji je iskoristio tisak, točnije novine *Neue Zeitungen*, u ratne svrhe kako bi jednostranim izvještajima utjecao na opće raspoloženje u Carstvu.

Kroz povijest, izvještavanje o ratu nije bilo objektivno i nepristrano, već je često bilo pod utjecajem političkih i ideoloških interesa ljudi koji su za vrijeme ratnih sukoba bili na poziciji moći. Kasnije se to definiralo pod pojmom ratna propaganda, odnosno kao namjerno korištenje komunikacijskih tehnika i strategija koje služe za „stvaranje određene slike rata u javnosti, a koja je u interesu vlade ili vojske“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 259), o čemu ćemo detaljnije pisati u nastavku rada.

Jedan od prvih istaknutih propagandista u povijesti bio je i car Rudolf II. koji je, prema Vocelku (1981), a kojeg navode autori Kunczik i Zipfel (2006), prvi iskorištavao periodičke publikacije ne bi li manipulirao javnim mnijenjem u svrhu širenja glasina o strahotama koje je počinila turska vojska.

Ratni sukobi su dugo vremena bili „stvar tajne diplomacije“, sve do dolaska Napoleona, koji je svjestan moći javnog mnijenja, otišao korak dalje te s „ostatkom Europe vodio pravi propagandi rat“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 259 prema Everth, 1931; Sturminger, 1960). Također se u njegovo vrijeme spominju i prvi znakovi cenzure kada se vojska 1809. godine požalila na



novinara britanskog *Timesa*, Henryja Crabbea, da svojim detaljnim izvještavanjem neprijatelju otkriva relevantne informacije o stanju na terenu (Kunczik, Zipfel, 2006).

## 2.2. Masovni mediji i njihov utjecaj na rat

Pojavom masovnih tiskovnih medija, prvotno dnevnih tiskovina u prvoj polovici 19. stoljeća, o ratovima je počelo izvještavati sve više novinara, stoga se Krimski rat (1853-1856) naziva i prvim „novinarskim ratom“. Tako se među prvim profesionalnim ratnim izvjestiteljima istaknuo novinar *Timesa* William Howard. On je svojim necenzuriranim izvještajima s Krima izazvao zgražanje javnosti jer je po prvi put, u njegovim izvještajima, očevidac u novinama opisao ratne užase za koje javnost do tada nije znala iz razloga jer su sve informacije o ratnim sukobima dolazile isključivo iz službenih priopćenja (Kunczik, Zipfel, 2006). Nakon niza optužbi i burnih rasprava o samoj legitimnosti ratnog novinarstva, 25. veljače 1856. godine uvedena je – cenzura, iako ta promjena nije bila suviše značajna za Krimski rat koji je bio pred završetkom, ali je „označila početak vojne cenzure u povijesti novinarstva“ (Kunczik, Zipfel, 2006 prema Haller 1991: 47).

Prvi svjetski rat bio je „važna faza u razvoju masovnih medija kao instrumenata masovne propagande kada je mnogo novca bilo uloženo u cenzuru i nadzor nad informacijama“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 260). Sve je to dovelo do toga da u Drugom svjetskom ratu još više novca bude uloženo u nadzor medija te za usavršavanje ratne propagande. Također su se u tu svrhu, po prvi put masovno počeli koristiti i novi mediji, točnije film i radio koji su zbog svojih audio i vizualnih karakteristika još više u tadašnje vrijeme pridonijeli ‘vjerodostojnosti’ nacističke propagande (Kunczik, Zipfel, 2006).

U knjizi *Ratni reporteri* (1986), koja je skup reportaža iz Drugog svjetskog rata, autor Mihail Popovski detaljno opisuje strahote rata u Njemačkoj za vrijeme fašističke vlasti, donosi ratne crno-bijele fotografije, bilježi iskustva pojedinaca te piše o njemačkoj ratnoj propagandi. Također, piše i o SSSR-u te Jugoslaviji, a u svojevrsnom dnevniku dočarava kako je izgledao život ratnog reportera za vrijeme Drugog svjetskog rata. Osim toga, donosi i niz povijesnih činjenica, kao i političkih ideja kroz formu dnevnika, kao što danas mediji prenose ratne ili neke druge bitne vijesti iz minute u minutu.

Nadalje, kao presudan događaj u povijesti ratnog izvještavanja autori Kunczik i Zipfel (2006) navode rat u Vijetnamu jer je to bio „prvi rat o kojem se iscrpno izvještavalo na televiziji (...) te je bio jedan od rijetkih u kojem nije bilo vojne cenzure“ (Kunczik, Zipfel, 2006: 260). No

autori svakako naglašavaju da, usprkos tome što nije bilo cenzure, ne znači da američka vlada nije ulagala velike napore ne bi upravljala informacijama koje su proizlazile s bojišnica:

*Premda je bilo snimaka visoke simbolične vrijednosti koje su prikazivale ratnu realnost, znanstvenici danas osporavaju mit da je proturatni pokret, koji je naposljetku prisilio SAD da se povuče iz Vijetnama, nastao ponajprije zbog novinarskih izvještaja o ratnim strahotama. (Patterson, 1984 prema Kunczik, Zipfel 2006: 260).*

Kontrola američke vlade nastavila se i u Zaljevskom ratu<sup>1</sup> 1991. godine kada se novinarsko izvještavanje kontroliralo pomoću takozvanih ‘pool-sustava’, odnosno, samo bi se odabrani novinari doveli na točno određene lokacije unutar ratnog područja gdje su radili ‘pod nadzorom’, a bilo im je dozvoljeno svoje materijale dijeliti s ostalim kolegama. Iako je Zaljevski rat bio „prvi rat koji se vodio u realnom vremenu zahvaljujući mobilnoj satelitskoj tehnologiji“, gledatelji su velikim dijelom bili uskraćeni za relevantne informacije:

*Umjesto toga, zelenkaste slike s fleševima noćnih bombardiranja izazivale su privid autentičnosti, a slike koje je stavljala na raspolaganje američka vojska stvarale su iluziju o čistom ratu vođenom preciznim oružjem (Kunczik, Zipfel 2006: 261).*

### **2.3. Stručne analize medijske struke u ratnim uvjetima**

Mnogi autori u svojim znanstvenim radovima analizirali su specifične situacije, događaje i fenomene s kojima su se novinari susretali u ratnim uvjetima. Autorica Marina Mučalo (1999) u članku *Novinarstvo u ratnim uvjetima* piše o opasnostima ratnog izvještavanja te pravilima ratnog novinarstva kao i cenzuri u borbenim akcijama. Također navodi da cenzuriranje izvještaja iz ratom zahvaćenih zemalja, napadi na novinare, batinanja, uhićenja, “izbacivanja” iz zemlje, ali i ubojstva, nisu neuobičajen način razračunavanja s nepoželjnim novinarima. Teško je s potpunom točnošću utvrditi stvarna stradanja novinara, fotoreportera i snimatelja u svjetskim razmjerima, a računa se da je od Drugog svjetskog rata do danas ubijeno više od pet stotina novinara.

Josip Čerina (2012.) u svom radu *Ratno izvještavanje u kontekstu suvremenih oružanih sukoba i novih medijskih tehnologija* bavi se međusobnom ovisnošću medija, novih tehnologija i ratnog izvještavanja u suvremenom vremenu. U članku polemizira ratno izvještavanje za vrijeme Domovinskog rata 1991. godine, kao i manjak dokumentacije u kojoj bi se objašnjavala prava, dužnosti i obveze domaćih te inozemnih novinara u ratnim uvjetima. Piše i o Zaljevskom ratu

---

<sup>1</sup> Napad Sjedinjenih Američkih Država 17. siječnja 1991. godine na Irak zbog invazije na Kuvajt.

u kojem je uvedena cenzura objavljivanja. Pojašnjava da su cenzuru uvele obje zaraćene strane, kako američka tako i iračka te pojašnjava pravila rada na terenu, gdje je, kako smo već naveli u radu, obvezna dozvola zapovjedništva tog područja, koje daje i dozvolu za obilazak pojedinih područja: „Obilazak može biti uvjetovan pratnjom osobe iz službe informiranja pri zapovjedništvu“ (Čerina, 2012: 100). Dozvola zapovjedništva ističe informacije „koje nije dopušteno prikupljati niti objavljivati:

- *brojčano stanje i organizaciju vojnih snaga,*
- *položaj vojnih postrojbi,*
- *naoružanje i količinu streljiva,*
- *planove ratnih operacija,*
- *kretanje vojnih transporta i opskrbi“ (Čerina, 2012: 100).*

Miroslav Tuđman (2009.) u članku *Informacijske operacije i mediji ili Kako osigurati informacijsku superiornost* u uvodu navodi da je u suvremenom svijetu informacija postala oružje, a mediji su postali bojišnicom. Ističe kako je područje Bosne i Hercegovine bilo jedan od prvih poligona za vođenje informacijskih, medijskih i psiholoških operacija u novim međunarodnim okolnostima nastalim nakon raspada komunističkog sustava, Varšavskog pakta i socijalističke Jugoslavije.

Na koncu, Čerina (2012) u svom radu također ističe problem „instant izvještavanja u realnom vremenu pišući da se opasnost od izvještavanja u realnom vremenu ogleda u nedostatku vremena za racionalno razmišljanje i prosuđivanje, već je sve podređeno emocijama“ (Čerina, 2012: 103), ali i profitu što se možda ponajbolje iskristaliziralo na najnovijem primjeru rata u Ukrajini 2022. godine, o čemu ćemo detaljno pisati u nastavku. Između ostalog, u svom radu također ističe da je ratna propaganda također jedan od ključnih faktora za vrijeme rata i ratnog izvještavanja navodeći da je oblikovanje slike o neprijatelju oduvijek bio omiljen postupak stabiliziranja javnog mišljenja u doba rata – što se može uočiti na prethodno navedenim primjerima iz povijesti pa sve do danas.

### **3. RATNA FOTOGRAFIJA**

Ratna fotografija se može definirati kao vrsta fotografije, odnosno fotožurnalizma koja dokumentira ratne sukobe, vojne operacije i njihove posljedice – najčešće prikazuju strahote rata, patnju civila i vojnika, razaranja, ali i herojstvo te solidarnost, a također imaju mogućnost

izazvati snažne emocije, potaknuti rasprave i mijenjati političke odluke. Ujedno i čovjekova potreba za dokumentiranjem strašnih događaja proistječe iz potrebe da se poduče novi naraštaji o vrlo različitim značenjima rata — patnji, junaštvu, stradanju, pojavama o kojima ljudska vrsta ima svijest i brine se da se ne ponove (Klain, 2004). Fotografija je ono što ostaje nakon strašnih događaja i ono što potiče afektivnost kod gledatelja.

Prve ratne dagerotipije nastale su za vrijeme Meksičko-Američkog rata 1847. (Carmichael, 1989., 15). Najznačajniji fotograf 20. stoljeća je Robert Capa koji je pokrio Španjolski građanski rat, Drugi kinesko-japanski rat, Slijetanje u Normandiji, pad Pariza i sukobe 1950-ih sve dok nije poginuo od nagazne mine u Indokini 1954.godine. Bitno je spomenuti i imena Dickey Chapelle, fotografkinja ubijena također od nagazne mine u Vijetnamu 1965., te Joe Rosenthal koji je snimio popularnu fotografiju dizanja američke zastave na japanskom otoku Iwo Jima, a za koju je i dobio Pulitzerovu nagradu. (Francisco, 2005). Ratna fotografija također ima važnu ulogu u očuvanju povijesti i kolektivnog pamćenja, također mogu svjedočiti o događajima koji bi inače mogli biti zaboravljeni ili negirani te na koncu, biti ključni izvori informacija za istraživače, novinare i povjesničare.

Važno je napomenuti da, s druge strane, ratna fotografija može biti kontroverzna i izazvati moralna pitanja. Autor Michael Griffin u svom radu *Slike rata* tvrdi da, ‘po definiciji, ratne fotografije potencijalno nude uvid u, po život opasne, situacije te da takve fotografije kod mnogih pobuđuju zastrašujući, no postojanu znatiželju’ (Griffin, 2010: 7) pa se stoga, takav sadržaj s ratišta konzumira s punom pažnjom. Nerijetko se pri medijskom, odnosno ratnom izvještavanju postavlja pitanje etičnosti snimanja i objavljivanja slika nasilja i ljudske patnje, kao i pitanje manipulacije te selektivnog prikazivanja događaja. Stoga je važno pristupiti ratnoj fotografiji s kritičkim stavom i razumijevanjem konteksta u kojem su fotografije nastale.

Ratni fotografi često riskiraju svoje živote kako bi zabilježili ključne trenutke i događaje tijekom ratova, s ciljem informiranja javnosti, svjedočenja o ratnim zločinima, poticanja promjena ili izazivanja empatije prema žrtvama. U Hrvatskoj, najznačajniji su ratni fotografi iz Domovinskog rata, neki od poznatijih su: Pavo Urban, Zoran Filipović, Romeo Ibršević i Matko Biljak.

Zadaća fotografije u novinarstvu je potkrijepiti pisanu riječ, dočarati ju vizualno, zato i je izrazito bitna za ratno izvještavanje. Na analiziranim primjerima rata u Ukrajini vidimo da se novinari koriste fotografijama s terena ili društvenih mreža u svojim člancima kako bi što bolje i vjernije dočarali čitateljima stanje u Ukrajini. Danas, u vizualnom i brzom svijetu, fotografija

znači više i od pisane riječi pa ne čudi da je u člancima čak sve manje teksta, a sve više fotografija s terena.

#### 4. RATNA PROPAGANDA

Ratna fotografija često se koristi u ratnoj propagandi koja je skup jednosmjernih komunikacijskih aktivnosti koje neka država, tj. vlast, organizira kako bi utjecala na sudionike ratnog sukoba, omogućila ostvarivanje ratnih ciljeva i dala potporu ratnim naporima (Marinac, 2018). Bitno je naglasiti da dezinformiranje nije isto što i propaganda, jer dezinformacije dolaze iz vlastitih izvora, odnosno slanja netočnih informacija kako bi se navelo na pogrešne zaključke te da se prikaže lažna stvarnost i zavara protivnika (Kunczik, Zipfel, 2006).

Prema Ivanu Šiberu (1992), ratna propaganda ima dva osnovna cilja: prvi je maksimalizirati učešće ljudi u aktivnostima svoje grupe (stvoriti grupni identitet) i drugi, minimalizirati učešća neprijatelja u aktivnostima vlastite grupe (unositi podjele unutar grupe). Ovi se ciljevi nadopunjuju i mogu se razlikovati s obzirom na oblik propagande: prema van (prema neprijatelju) i prema unutra (prema vlastitom narodu). Šiber (1992) navodi da ratnu propagandu možemo podijeliti na strategijsku (usmjerena je na čitavu populaciju, pokušava osigurati podršku rukovodstvu zemlje), taktičku (ima za cilj srušiti borbeni moral neprijatelja) i konsolidacijsku (usmjerena je na civilno stanovništvo, prvenstveno u području koje je osvojeno). Kunczik i Zipfel (2006) smatraju da su se u različitim ratovima mogle pronaći gotovo pa identične argumentacije karakteristične za ratnu propagandu, a prema sistematizaciji autorice Anne Morelli (2004) naveli su 1.,0 aktualnih primjera ratne propagande:

1. *Mi ne želimo rat*
2. *Neprijatelj je isključivi krivac za rat*
3. *Neprijatelj ima demonske osobine*
4. *Mi se borimo za dobru stvar, a ne za sebične ciljeve*
5. *Neprijatelj namjerno čini zlodjela*
6. *Neprijatelj se koristi nedopuštenim oružjem*
7. *Naši gubici su neznatni, a protivnički golemi*
8. *Našu stvar podupiru umjetnici i intelektualci*
9. *Naša misija je sveta*
10. *Izdajnik je onaj tko sumnja u naše izvještaje*“, (Kunzick, Zipfel (2006: 274, prema Moreli 2004: 94).

Za vrijeme Prvog svjetskog rata, propaganda se širila putem letaka, plakata, usmene riječi i govora i bila je osorna, često manipulativna, a već u Drugom svjetskom ratu, s dolaskom radio aparata bilo je teže manipulirati ljudima jer su informacije postaju dostupnije, zato su nacističke

vlasti morale uložiti mnogo više novca i resursa u širenju propagande. Možda i najslavniji primjer ratne propagande iz Prvog svjetskog rata jest poster iz 1914. kojim lord Kitchener motivira novake da se prijave u britanske oružane snage porukom *I want you*. Ranogajec (2000.) piše da se u propagandi, osobito ratnoj, djeluje na kognitivnu i emocionalnu sferu čovjeka. Najviše se pri tom želi utjecati na emocije jer se na njih djeluje najlakše:

*Za oblikovanje javnog mišljenja, prema prirodi stvari, odgovorni su vlada i vojno čelništvo (...). No, lako se dogodi da se zbog vrijednosti vijesti o pobjedi stvarna pobjeda uveličava, a stvarni poraz, vijest koja prirodno izaziva suprotan učinak, umanjuje ili prikriva; a od lakomislenosti ili pomanjkanja savjesti u svezi sa širenjem istine nije dalek korak do odluke o svjesnoj prevari, o širenju laži. To se događa u povijesti ratova u svim epohama (Kunczik, Zipfel, 2006, prema Tönnies 1922: 545).*

## **5. RATNO IZVJEŠTAVANJE**

### **5.1. Uloga medija u ratnim sukobima**

Zbog ogromnih posljedica rata i njegove važnosti, uloga medija, a posebno njegovog utjecaja na javno mnijenje, u tom je kontekstu osobito bitna. Iako se značenje rata uvelike promijenilo u suvremeno doba, on se najjednostavnije može definirati kao oružani sukob motiviran zaštitom nacionalnih interesa određenih država. Kako ističe Ivica Mandić, koji ujedno pojašnjava definiciju rata u 21. stoljeću, rat ima i niz drugih funkcija osim zaštite nacionalnih interesa upotrebom sile te igra „psihološku, kulturnu i političku ulogu izvan ostvarenja/zaštite nacionalnih interesa“ (Mandić, 2016; 799). Ono što je zajedničko oružanim sukobima i medijima je upravo njihova ovisnost o komunikacijskim tehnologijama koja uvelike utječe na sam tijek rata, kao i ratno izvještavanje. Branko Klun tvrdi kako je glavno obilježje modernih ratova upravo posjedovanje informacija, a suvremeni način ratovanja naziva i „informacijskim ratom“ koji se „obavlja pomoću informacija, unutar informacija i za informacije“ (Klun, 2000: 80). Klun kao bitan segment informacijskog rata ističe i „medijski manevar“ kojeg pojašnjava kao taktičko manipuliranje masovnim medijima kako bi se upravljalo javnim mnijenjem. Drugim riječima, uopće ne može govoriti o ratu bez utjecaja medija koji ne samo da kreiraju našu stvarnost, već kreiraju i stvarnost rata.

Nadalje, Taylor tako navodi tri glavna čimbenika kojima se oblikuje izvještavanje o ratnim sukobima, a to su „vrijeme, prostor i pristup bojnopolju“ (Taylor, 2009: 68). Referirajući se na te čimbenike, Josip Čerina pojašnjava kako je zbog novih tehnologija vrijeme za prikupljanje

i obradu informacija uvelike skraćeno, što je posljedično promijenilo samu prirodu prikupljanja vijesti te povećalo pritisak na novinare/reportere koji moraju izvijestiti o nekom događaju u roku od nekoliko minuta, ili pak izvještavati uživo (Čerina, 2012: 102). Sukladno tome, treba istaknuti da je pojava CNN-efekta, odnosno 24-satnog izvještavanja o ratnim događanjima za vrijeme Zaljevskog rata, koji se 1991. godine vodio između koalicije međunarodnih snaga predvođenih SAD-om i Iraka, zauvijek promijenila način medijskog izvještavanja o ratu. Naime, mediji su tada po prvi puta u povijesti dobili priliku izvještavati neposredno s ratne bojišnice, a Kellner u tom kontekstu navodi da je rat u Iraku bio jedan od „prvih televizijskih događaja u globalnom selu u kojem je cijeli svijet gledao vojni spektakl“ (Kellner, 2004: 136).

Iako je pristup bojišnici preduvjet da ratno izvještavanje bude profesionalno odrađeno, često to odlazak na mjesto događaja preskup trošak za medijske kuće. Klun u tom kontekstu pojašnjava da „nepostojanje diskusije, refleksije, cjelovitoga propitivanja o problemu i opravdanosti rata, (...) izravne su posljedice jednoznačnosti i jedno umnosti slika i snimki. One, naime, najlakše uvjeravaju javnost, dok ispitivanja javnog mišljenja uvjeravaju i do tada suzdržane političare“ (Klun, 2000: 78). Trebalo bi istaknuti da je to karakteristično ponajprije za televizijsko izvještavanje dok su se pojavom novih medija navedeni problemi barem jednom dijelom ublažili. Razlog je taj što na online portalima i društvenim mrežama objavljuje niz vijesti iz različitih izvora, te na koncu i komentari čim se stvara dvosmjerna komunikacija i komunikacija među samim korisnicima.

## **5.2. Utjecaj ratnog izvještavanja na javnost**

Mediji imaju jako važnu ulogu u ratnom izvještavanju za javnost. Taylor (2009) je izvršno opisao današnji odnos između medija i javnosti u kontekstu ratnih događanja: „Kad bukne oružani sukob, usputnom promatraču nije uvijek jasno da su zapravo počela dva rata – ‘stvarni rat’ i ‘medijski rat’. U stvarnim ratovima umiru stvarni ljudi. U medijskim ratovima realnosti poput smrti i uništenja udaljene su od opće javnosti koja ne sudjeluje u tim sukobima upravo zahvaljujući posredničkoj ulozi medija“ (Taylor, 2009: 82).

Danas komunikacijske i medijske tehnologije omogućuju korisnicima direktan i brz prijenos informacije. Slobodan protok informacija zahvaljujući velikim dijelom i građanskom novinarstvu, rezultiralo je mnoštvom sadržaja koji kolaju u virtualnom okruženju bez primjenjivanja ikakve cenzure. No, upravo nam primjeri iz Ukrajine pokazuju i suprotno, s

obzirom na količinu objavljenih dezinformacije koje su izgledale vrlo uvjerljivo i vjerodostojno. Iako je javnost nekad bila usmjerena na televizijsko izvještavanje „koje će donijeti bolju opskrbu spektakularnih scena i virtualnih slika ‘bez krvi’ od dugotrajnih i krvavih posljedica okupacije“, danas se sve više, posebno u svijetu, taj fokus prebacio na društvene mreže i online medije koji zbog svojih predispozicija daju možda i najpotpuniji ‘doživljaj’ rata (Cottle, 2009: 125). Interes javnosti za takvim sadržajima je povećan, pogotovo ako se radi o ratu koji je određenoj javnosti geografsko, etnički i kulturno bliskiji.

Tu činjenicu masovno koriste ne samo online mediji, već i tradicionalni mediji. Simon Cottle (2009) pojašnjava učinke novih tehnologija na ratno izvještavanje pa navodi da „sirove slike rata pružaju pogled na rat iz temelja, često otkrivajući egzistencijalne strahove, uzbuđenja i užase ratovanja kao i brutalnog utjecaja na vojnike koji sudjeluju u tome i njihove spremnosti da se predaju medijskom razmišljanju koje doprinosi slici rata kao zabavi. Indirektno, instinktivni prizori ratnog nasilja danas su pristupačniji nego ikad prije kroz današnje globalne komunikacijske mreže i komunikacijske tokove“ (Cottle 2009. prema Čerina, 2012: 102). Također i Branko Klun tom kontekstu pojašnjava kako je granica između imaginarnosti i realnosti kod fenomena rata i njegove ‘medijalizacije’ izrazito tanka, navodeći tako da gledanje ratnih scena i stradavanja dok je publika „zavaljena u kauču“ oduzima ratu njegovu realnost. Takva pojava graniči i s nadrealizam, jer publika po potrebi može „rat isključiti pritiskom na puce“ (Klun, 2000: 84). Čerina u svom također ističe da izvještavanje u ratnim okolnostima od novinara „zahtijeva vrijeme i dodatne informacije za zauzimanje mišljenja, dok s druge strane slike preplašenih civila iz ratnog područja imaju veću težinu riječi od novinara koji izvještava o događaju“ (Čerina, 2012: 114). I Sheldon Burns ističe da je u „suvremenom novinarstvu izazov pronaći način da premosti često sukobljena profesionalna, komercijalna i etička stajališta u vezi s pronalaženjem i prezentacijom vijesti, istodobno prihvaćajući percepciju novinarstva kao profesije s istaknutom društvenom ulogom“ (Burns, 2009: 8). Novinar kada izvještava o ratu, neposredno svjedočeći događajima ili prenoseći vijesti od strane onih koji su na licu mjesta, prema etičkim načelima svog posla dužan je vjerodostojno izvještavati o ratnim strahotama, stradanjima i patnja jer s druge strane, ratna propaganda može s takvim slikama lako manipulirati javnošću u svoju korist.

### **5.3. Kontekst rata u Ukrajini**

Rusija veći dio Ukrajine smatra dijelom vlastitog teritorija, a Ruse i Ukrajince jednim narodom zbog toga što dijele dugu zajedničku povijest. Pod pritiskom međunarodne zajednice tek je 1997. potpisan Ugovor o prijateljstvu, suradnji i partnerstvu između Ukrajine i Ruske



Federacije, kojim je Rusija formalno priznala ukrajinske granice, uključujući Krim i Ukrajinu kao neovisnu državu (Lovrić, 2021: 83).

Kijevska Rusija naziv je koji se pojavljuje u 19. stoljeću za „zemlju Rusa”, savez kneževina na području današnje Bjelorusije, Ukrajine i dijela Rusije od 862. do 1242. godine. Središte države bilo je u Kijevu, pa je „Kijevska Rusija” jednostavno značila „zemlje kijevske Rusije” (Plokhyy 2008). Ukrajina je imala najplodniju zemlju i to je rezultiralo dominacijom zemljoposjedničkog plemstva koje se uključilo u poljsko-litavsku državnu uniju. Počevši od sredine 17. stoljeća veći dio teritorija Ukrajine postupno je pripojen Rusiji, a potkraj 18. stoljeća Ukrajina je izgubila autonomiju (Lovrić, 2021: 69).

Ruski nacionalni identitet je do 1930-ih postao dominantan u SSSR-u. Staljin je učvrstio svoj položaj na vlasti i nije više ovisio o podršci republičkih elita. Planska i centralizirana ekonomija pogodovala je tome da ruski jezik postane lingua franca u SSSR-u. U travnju 2010., nakon oštre parlamentarne rasprave, Ukrajina je produžila Rusiji najam luke u Sevastopolju, koji je trebao isteći 2017., do 2042. u zamjenu za nižu cijenu ruskog prirodnog plina. NATO je 2008. počeo službeno raspravljati o članstvu Ukrajine, no Rusija se tome usprotivila. Prozapadni ukrajinski političari su od 2014. Ukrajinu nastojali približiti i Europskoj uniji, koju je Rusija doživljavala opasnom poput NATO-a. U pokušaju da potisne utjecaj Zapada na Ukrajinu, Rusija je anektirala Krim početkom 2014. Dodatno, u proruskim su pobunjeničkim oblastima Donecka i Luhanska, u regiji Donbas, održani „referendumi” o odcjepljenju od Ukrajine i proglašene su „narodne republike” na čijem čelu su bili Rusi. Ruski napad na Ukrajinu 2022. značio je dramatičnu eskalaciju osmogodišnjeg sukoba.<sup>2</sup>

Ruski predsjednik Putin je 21. veljače 2022. održao govor u kojem je naveo niz opravdanja za „specijalnu vojnu operaciju”, a bio je usredotočen ponajprije na ukrajinski identitet i državnost (Lovrić, 2021: 85). U ranim jutarnjim satima 24. veljače 2022. ukrajinski predsjednik Volodimir Zelenskij poručio je ruskom narodu da Ukrajinci žele mir, ali da će se Ukrajina braniti. Kasnije tog dana Putin je najavio početak „specijalne vojne operacije”. Nakon nekoliko minuta čule su se eksplozije u većim gradovima diljem Ukrajine. Čelnici brojnih država osudili su ničim izazvani napad i obećali uvođenje oštrih sankcija Rusiji.

Nesumnjivo je da je ratno izvještavanje jedan od najtežih i najkompleksnijih novinarskih izazova. Činjenica da se drugi put nakon Drugog svjetskog rata događa ratni sukob na

---

<sup>2</sup> Podaci preuzeti sa službene web stranice Europskog parlamenta: <https://www.europarl.europa.eu/> - pristupljeno 29.08.2023.)

europskom kontinentu. U Ukrajinu je 24. veljače 2022. godine, stigao velik broj novinara diljem svijeta pa tako i iz Hrvatske. Reporteri Nove TV, RTL-a i N1 televizije – Ivan Čorkalo, Leona Šiljeg i Ana Mlinarić bili su u Kijevu u vrijeme početka ruske invazije na Ukrajinu. Već dan kasnije redakcije su donijele odluku o povlačenju ekipa iz sigurnosnih razloga premda su druge europske zemlje u Ukrajini ostavile svoje izvjestitelje. Može se reći da si ratno izvještavanje s lica mjesta ne mogu priuštiti sve medijske kuće već samo one koje imaju resurse kojima bi mogli održati sigurnost svojih ljudi na terenu pa je i to jedan od mogućih razlog povlačenja hrvatskih novinara iz Ukrajine. Stoga treba naglasiti da većina sadržaja o ratu u Ukrajini u našim medijima dolazi od globalnih TV kuća ili agencija poput Reutersa, BBC-a, Sky News-a, CNN-a ili ukrajinskih medija poput portala UkrInforma ili Kyiv Posta.

Osim toga, dobar dio sadržaja koji se plasira u medijima dolazi i od strane samih građana, a na koncu i putem kanala društvenih mreža. Svi navedeni izvori bitni su za daljnje razumijevanje dotoka informacija vezanih za rat u Ukrajini.

## **6. KARAKTERISTIKE ONLINE MEDIJA I NJIHOVA ULOGA U RATNOM IZVJEŠTAVANJU**

### **6.1. Koncept online novinarstva**

Inačice tradicionalnih tiskanih medija, online portali, polako su zamijenili tiskani oblik (Skoko, Vrdoljak, 2018), a najveći razlog tome je njihova dostupnost te brzina informacija, što je ujedno i bio razlog zašto smo u ovom radu analizirali izvještavanje o ratu u Ukrajini na portalima dnevnih novina 24sata i Večernjeg lista.

Nadalje, Kovačić, Musa i Tomić (2019: 13) ističu da su ključne odlike online novinarstva „hiperprodukcija tekstova, interaktivnost i multimedija koje su usmjerile novinarstvo prema novom obliku iskorištavanja ovih potencijala dok funkcija klasičnog novinarstva u smislu prikupljanja, obrade i raznošenja informacija postaje periferna“. Priroda interneta je neograničena u svakom smislu te riječi, pa je stoga uloga medija na globalnom tržištu definirana pomno stvorenim identitetom u online okruženju. S druge strane, Brautović iznosi šest karakteristika medija u online okruženju - prva je neposrednost „koja omogućuje da se događaj ili predmet što više približi korisniku“ čime se korisnik stavlja *in medias res* što ujedno i pruža osjećaj intimnosti između samog korisnika, medija i događaja o kojem se izvještava. Ta karakteristika omogućila je da se svi događaji iz Ukrajine pomno iz minute u minutu. Brautović zatim navodi i interaktivnost, odnosno komunikaciju dviju ili više osoba na internetu, ili pak interakciju korisnika s računalom. Navedene online platforme dnevnih novina imaju mogućnost

komentiranja ispod svojih članaka kako na portalima, tako i na društvenim mrežama čime čitatelji daju mogućnost da iznese svoje mišljenje o određenoj temi ili uđe u diskusiju s ostalim čitateljima s kojima dijele slične ili potpuno različite interese. Treća karakteristika je multimedijalnost, odnosno karakteristika koja se iskorištava za „za prezentaciju teksta, grafičkih priloga, videa, animacija i zvukova na integrirani način“ (Brautović, 2011: 45-46) što je također bitno za predodžbu ratnog sukoba, u ovom slučaju između Ukrajine i Rusije.

## 6.2. Vijest u digitalnom okruženju

Kako se vremena mijenjaju, tako se mijenja i koncept definicije što je to vijest. U knjizi *Understanding Mass Communications*, De Fleur i Dennis definiraju vijest kao „doživljaj stvarnosti prikupljen u vrlo kratkom vremenu i pod teškim okolnostima“ (De Fleur, Dennis, 1987: 312), čime se sugerira da je vijest, odnosno važnost nekog događaja koji se zbio, selektivno izabrana od strane novinara i urednika. Priče koje završe na medijskim portalima i u tiskanom obliku ne odražavaju slučajni odabir događaja, već nastaju na temelju niza odluka ograničenih praktičnim, strukturalnim i ideološkim čimbenicima. U kontekstu ratnog izvještavanja,

Kako navodi Perišin u svom radu *Televizijske vijesti*: „vijest nije temeljita razrada svih činjenica o događaju koji se zbio nekog određenog dana nego je vrlo selektivna i često neprecizna verzija važnog događaja“ (Perišin, 2001: 101).

Neprestana konkurencija između novinskih redakcija koja se digitalizacijom gotovo pa udvostručila uzrokovala je masovnu proizvodnju senzacionalističkih vijesti, a posljedično i pad kredibiliteta novinskih redakcija. Svjesni da rad medija uvelike ovisi o interesu javnosti, urednici u odabiru sadržaja nerijetko balansiraju između ozbiljnih, društveno važnih vijesti te senzacionalističkih vijesti kako bi privukli pozornost što većeg broja čitatelja. To je posebno karakteristično za online medije, gdje se na temelju broja klikova prosuđuje posjećenost i dominantnost pojedinog medija u online okruženju. Razumijevanje načina na koji online mediji funkcioniraju danas, izrazito je bitno u kontekstu ratnog izvještavanja, kao i same problematike tržišne borbe novinskih redakcija nauštrb objavljivanja etički prijepornih sadržaja u svrhu 'klikabilnosti' koje donosi profit.

## 7. SPECIFIČNOSTI ONLINE MEDIJA

### 7.1. Komercijalizam

Komercijalizam je zasigurno jedan od najvećih čimbenika koji utječe na nepoštivanje etičkih normi, jer iznimno brz protok informacija često zanemaruje temeljnu novinarsku obvezu profesionalnog izvještavanja i provjere izvora te činjenica na kojima se izvješće temelji, što može biti i pogubno kada je ratno izvještavanje u pitanju. U tom kontekstu Malović, Ricchiardi i Vilović ističu utjecaj potrebe za brzinom na zanemarivanje profesionalnih kriterija, ističući da u digitalnom svijetu kada se informacije dijele velikom brzinom putem interneta „nema više vremena za provjeru informacija“ za razliku od prakse tradicionalnih medija koja se temelji na sloganu „Objavi, pa provjeri!“ (Malović, Ricchiardi i Vilović, 2007: 38).

Poler-Kovačić (2001) izražava zabrinutost kada su u pitanju identitet, budućnost i profesionalizam novinarstva pa tvrdi kako su je identitet i budućnost novinarstva uvelike ugrožen u smislu da je „granicu između novinarstva i ne novinarstva sve teže odrediti, a budućnost novinarstva sve teže prognozirati. Naime, komercijalizacija medija nedvojbeno je utjecala i na komercijalizaciju novinarske profesije koja se senzacionalističkim naslovima i komercijalnim sadržajima neprestano bori za održavanje 'rejtinga' medijske kuće koja je najčitanija (Poler-Kovačić, 2001:29). Instantne vijesti, popraćene nizom audiovizualnih sadržaja s mjesta sukoba, prvih tjedan dana rata u Ukrajini bile su iznimno praćene pa su novinari i urednici uspješno mogli upravljati informacijama u svrhu maksimiziranja 'klikanosti', stoga je ovo istraživanje u cilju imalo potvrditi, odnosno opovrgnuti koliko su to doista i iskorištavali.

### 7.2. Senzacionalizam

Kako bi mediji bili privlačni što većem broju publike pa tako i oglašivačima, u svakom trenutku moraju voditi računa o maksimiziranju čitanosti, a to najčešće postižu senzacionalističkim vijestima. Senzacionalističke vijesti, u paketu s bombastičnim fotografijama i videozapisima te naslovima, u današnje vrijeme čine savršeno trojstvo za privlačenje što većeg broja publike u online medijima. Senzacionalizam kao pojava odnosi se na „stvar ili pojavu koja uzrokuje opću i veliku pozornost“ (Anić, Klaić, Domović, 1999: 1284). Drugim riječima, senzacionalizam je prikaz činjenica i informacija u medijima tvoren kako bi 'šokirao' i time privukao još veći interes publike, odnosno potaknuo još veću čitanost. Stoga novinari ciljano pretjeruju u

naglašavanju senzacionalističkih činjenica, koristeći određene riječi ili pak određeni stil izražavanja kako bi izazvali senzaciju, nevjericu i šok (Cambridge Dictionary, 2022). Ovaj fenomen je također usko povezan s tabloidizacijom u medijima. Esser ju opisuje kao medijski fenomen koji uključuje reviziju, tada, tradicionalnih medija potaknutu „željama čitatelja i komercijalnim zahtjevima“ te tvrdi da je ona „direktan rezultat komercijalizacije medija, najčešće potaknut pritiskom oglašivača da dopru do što šireg kruga publike“ (Esser, 1999: 293, prema Vilović, 2000: 960) koju su online mediji također objeručke prihvatili. Upravo je taj proces privlačenja pažnje doveo do danas, sveprisutnog senzacionalizma, čija je svrha potaknuti emocije i znatiželju, a putem ljudskog instinkta privući što veću pozornost (Slattey i Hakanen, 1994, Haskins, 1984, prema Kilgo et al, 2016: 3).

Iako se senzacionalističke vijesti uglavnom vežu za afere, skandale i tračeve, ni ratna zbivanja ni stradavanja civila nisu ostala pošteđena ove novinarske prakse. Zašto više mediji više ne susprežu čak i o ratnim strahotama izvještavati u senzacionalističkom obliku možda najbolje pojašnjava Malović (2006.) koji navodi da „mediji žive od oglasa, a čitanost, slušanost i gledanost samo dižu cijenu i privlače marketinške tvrtke. Time se čarobni krug zatvara. Ako se postižu tržišni uspjesi, povećava se i broj oglasa. A da bi povećao uspjeh na tržištu, sadržaj treba prilagoditi čitateljima, slušateljima i gledateljima“ (Malović, 2006: 72). Kvaliteta novinarske profesije srozala se sve većim utjecajem komercijalizacije i tabloidizacije, a Vilović (2003) navodi da je, ne samo profesionalnost već i sama etika novinarstva stradala zbog prebrzog objavljivanja neprovjerenih vijesti, pretjeranom upotrebom neimenovanih izvora u odnosu na imenovane te neutemeljenih tvrdnji (Vilović, 2003: 957). Najčešće su to u ratnim analiziranim člancima bili senzacionalistički naslovi koji onda ne prate u potpunosti sadržaj ili bombastične fotografije koje nužno nisu povezane sa sadržajem.

### **7.3. Clickbait (mamilice)**

Digitalizacija novinarstva uzrokovala je neprestanu medijsku borbu u kojoj se svim sredstvima nastoji postići što veća čitanost i popularnost, a samim time i veći broj oglašivača. Kao novi oblik senzacionalizma koji je evoluirao paralelno povećanjem korisnika na internetu i novim tehnološkim mogućnostima jest sveprisutni fenomen *clickbaita*. Cambridge Dictionary *clickbait* opisuje kao „članke, fotografije itd., na internetu kojima je namjera privući pažnju i ohrabriti ljude da kliknu na određene web stranice“, dok autori Pengnate, Chan i Young u svom istraživanju „Effects of Clickbait Headlines on User Responses: An Empirical Investigation“

*clickbait* opisuju kao jednu od najpopularnijih strategija koju web stranice informativnih medija koriste kako bi privukle pozornost online korisnika (Pengnate, Chan, Young, 2021: 4). Iz ovoga možemo zaključiti da *clickbait* nije nužno povezan samo s naslovom već se *clickbait*, odnosno ‘mamilice’ mogu odnositi i na drugi sadržaj koji potiče korisnika na ‘klikanje’.

No ipak, od svih elemenata kojima se može manipulirati *clickbaitom*, naslov je jedan od najbitnijih jer se uzima kao odgovarajući kriterij za odabir vijesti, posebno u današnje vrijeme kada su korisnici preplavljeni „količinom novih informacija koje nemaju ni vremena ni energije za obradu. Naslovi u novinama pomažu im da izvuku maksimum iz ove poplave informacija uz minimalna kognitivna ulaganja” (Dor, 2003: 172). Kako je cilj naslova nagovijestiti ono što se može pročitati u tekstu, a također i privući čitatelje, urednici su zbog potrebe da budu što čitaniji, vrlo često skloni manipulirati naslovom u svrhu postizanja veće senzacije koja će posljedično privući i veću pažnju što je već prethodno navedeno i povezano s ratnim izvještavanjem i u Ukrajini.

Molek-Kozakowska (2013) u tom kontekstu ističe da se naslov tretira poput udice za čitatelja te da su novije medijske studije utvrdile da oni više ne čine točan sažetak priče, već zbog potrebe za privlačenjem pažnje i buđenja radoznalosti publike, naslovi često predstavljaju dio teksta koji je izvučen iz konteksta, ili, s druge strane, ističu ono trivijalno (Molek- Kozakowska, 2013: 180). Boris Beck, Igor Kanižaj i Stela Lepchpamer u radu „*Clickbait*/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom”, naveli da je samim klikom na članak, odnosno poveznicu već ostvaren cilj nakladnika te da je takva pojava vrlo tipična za online medije gdje se relevantnost naslova jedino može provjeriti klikom na poveznicu (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 90). Prema Yangu (2011) *clickbait* naslovi iskorištavaju narativnu strategiju koju autor naziva „forward reference”, odnosno strategiju koja pruža dovoljnu količinu informacija da potakne znatiželju kod čitatelja, dok s druge strane potiče istog da klikne na naslov kako bi zadovoljili svoju znatiželju. *Clickbait* naslovi se također mogu definirati kao „stilski i narativni instrumenti koji funkcioniraju kao mamci za poticanje iščekivanja i znatiželje kod čitatelja tako da kliknu na članak i nastave ga čitati” (Blom i Hansen, 2015: 87).

Beck, Kanižaj i Lechpammer referirajući se na Žunić (2019) te Alves i dr. (2016), naveli su glavne karakteristike takvih naslova, a riječ je o „namjernom izostavljanju relevantne informacije iz naslova čime se potiče želja čitatelja za klikom, očigledno preuveličavanje te korištenje tehnika i specifičnih ponavljajućih izraza koji pobuđuju znatiželju” (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021; 90). No, kako bi se lakše mogle odrediti pojedine karakteristike i zastupljenost *clickbaita* u naslovima, isti autori su identificirali ukupno deset načina

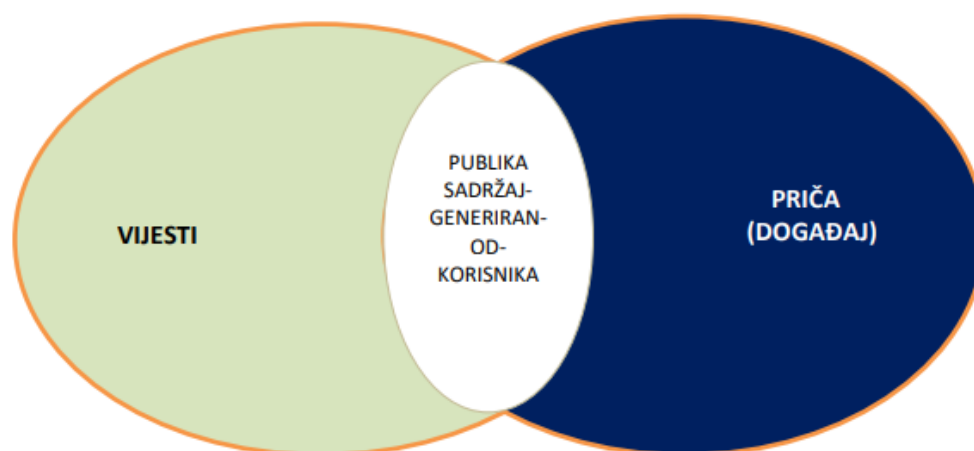
manipulacije kontekstom sadržaja, a to su: „*clickbait* koji nije neistinit, prikrivanje mjesta događaja, prikrivanje vremena događaja, zabluda oko sudionika događaja, polisemija, anominacija, metaforizacija, hiperbolizacija, kondicionalna vijest i posve neistinit naslov” (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 92). Uz identifikaciju, autori su dali i pojašnjenja kako ih prepoznati u naslovu. Naime, prvi je *clickbait* koji nije neistinit, a specifičnost je takvih „mamilica da otkrivaju dovoljno kako bi zainteresirali čitatelje da otvore poveznicu, no skrivaju ključnu informaciju koja se saznaje tek u samom tekstu” (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 92). Autori ističu da „takvim *clickbait* naslovima čitatelj tek nakon što otvori poveznicu otkrije da događaj nema za njega nikakvo značenje – iako je, a to je važno uočiti, sam događaj posve istinit i relevantan u nekom drugom kontekstu” (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 92-99). Nadalje, polisemijom, anominacijom postiže se efekt *clickbaita* putem trikova i igrom riječi te homonimijom, dok se za metaforizaciju kojom se prenosi značenje na novi pojam te hiperbolizacija za koju se može reći da „naslov hiperbolizira kontekst kako bi dao privid važnosti i intenziteta događaja koji on objektivno ne posjeduje” (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 92-99). Kondicionalna vijest je pak mamilica koja „nešto što bi se tek moglo dogoditi prikazuje kao već gotovu stvar”, što znači da mi vijest mogla biti istinita, no nekad u budućnosti. To nas vodi i do posljednje identificirane mamilice koja je etički i najneprihvatljivija, a to je posve neistinit naslov, za što autori tvrde da je za „za razliku od standardne mamilice u kojoj sadržaj koji se otvori više, manje ili jedva odgovara onome na što upućuje, u naslovu koji je posve neistinit čitatelj ne dobiva informaciju koju traži te njegova očekivanja ostaju posve iznevjerena” što će se u istraživanju pokazati točnim i kod ratnog izvještavanja u Ukrajini (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 92-99).

Beck, Kanižaj i Lechpammer također tvrde da se „*clickbait* tako nalazi na pola puta između novinarstva i fake newsa” jer se „nepotpunost informacije previše često očituje kao nepostojanje informacije” (Beck, Kanižaj, Lechpammer, 2021: 100). Osim navedenih razmatranja i definicija okvira ovog fenomena, također je bitno istaknuti i utjecaj društvenih mreža na kreiranje *clickbait* sadržaja. U ovome radu, u dijelu istraživanja pokazat će se važnost *clickbaita* kao fenomena za ratno izvještavanje u Ukrajini.

#### **7.4. Građansko novinarstvo (UGC)**

Kako je već navedeno u radu, za razliku od tradicionalnih, novi mediji su brži, pristupačniji te u većini slučajeva besplatni, a ujedno nude i pregršt sadržaja i mogućnosti. Takvi mediji obiluju mnoštvom multimedijских sadržaja poput fotografija i videozapisa, kao i *hyperlinkova* koji omogućuju dodatno informiranje. S druge strane, imaju i izrazito privlačnu mogućnost

komentiranja gdje svatko može iznijeti svoje mišljenje, argumente ili izraziti slaganje, odnosno neslaganje s onim što je pročitao na portalu. Transformacija klasičnog novinarstva u procesu digitalizacije utjecala je na okretanje medija ka „modernizaciji svojih web-platформи“ pri čemu su „redizajnirali portale i službene stranice pa čak i otvorili vrata svima koji su zainteresirani objavljivati zanimljive priče, podijeliti zabilježeni događaj, poslati fotografiju ili video-snimak“ (Husejnefendić, 2015: 16). Drugim riječima, građani su dobili mogućnost prenijeti relevantne informacije puno brže nego konvencionalni mediji, i to zahvaljujući platformi novih medija i društvenih mreža, kao i općoj dostupnosti interneta te mobitela, tableta ili računala. Stvaranje policentrizma novih medijskih tehnologija, bila je prekretnica za stvaranje građanskog novinarstva, odnosno omogućavanja slobode građana da se aktivno mogu uključiti u komunikacijske tokove te direktno i indirektno utjecati na sam proces demokratizacije društva (Husejnefendić, 2015: 22). Isti autor jasno definira građansko novinarstvo kao „građansku proizvodnju vijesti, obično potaknutu lokalnim događajima i aktualnostima, koja se širi putem medija i podrazumijeva korištenje suvremenih telekomunikacijskih tehnologija, čiji učinci mogu imati značajne reperkusije u komunikacijskom odnosu snaga i utjecati na demokratizaciju medija, odnosa i društva u cjelini“ (Husejnefendić, 2015: 37).



*Slika 1. Vennov dijagram preklapanja fokusa građanskog i community novinarstva (Wilson, 2012 prema: Husejnefendić, 2015:23)*

Bowman i Willis (2002) prema Mučalo i Šop, razloge širenja sudjelovanja građana u kreiranju i razmjeni informativnih sadržaja svrstavaju u tri skupine. Prva je informirati i biti informiran, druga je zabaviti i biti zabavljen, a treća je kreirati. Autori ističu kako je publika „prisvojila uloge nakladnika, urednica, pisca, fotografa, karikaturista, dokumentatora, prodavača i kupca“ te da „osnovni motiv za taj golemi pokret autori nalaze u jednostavnoj ljudskoj potrebi za



društvenim priznanjem ili potrebom da se iz običnog objekta (pasivnog konzumenta) prijeđe u subjekt (aktivnog kreativca, autora)“ (Bowman, Willis (2002) prema Mučalo, Šop, 2007: 52). Husejnefendić ističe da građansko novinarstvo postaje medijski potencijal koji može biti upotrijebljen na nekoliko različitih načina - prvi je sinergijski, zatim kao samostalan izvor informacija „koji zbog svoje neprofesionalnosti i često ličnog otklona može značajno odstupati od kodeksa profesionalnog novinarstva“ (Husejnefendić, 2015: 22). Treći način na koje građansko novinarstvo može biti upotrijebljeno jest kao izvor informacija „koji može prednjačiti u odnosu na profesionalno novinarstvo i ponuditi ne samo kvalitetnije medijske elemente poput fotografija ili videozapisa, nego ponekad i jedine izvore informacija“, u tom kontekstu autor kao primjer jedini snimak udara zrakoplova u *World Trade Center* koji se prva 24 sata prikazivao na CNN-u za kojeg kaže da je bio snimljen kamerom građanina New Yorka (Husejnefendić, 2015: 22). Mučalo i Šop također u ovom kontekstu navode i primjer BBC-a koji je s UGC-om započeo u travnju 2005. godine da bi dva mjeseca kasnije, nakon bombaškog napada u Londonu, građani postali jednim od glavnih izvora fotografija i videozapisa tog nemilog događaja. Autori ističu da je takav građanski pokret bio „rezultat pravednog gnjeva samih građana, suočenih sa strahotama terorističkog napada u vrijeme jutarnje gužve u Londonu“, kao i „spontana reakcija svih onih koji su se u vrijeme eksplozija, zatekli na tim mjestima te bili dovoljno prisebni da pomoću mobitela zabilježe strašne posljedice neposredno nakon samog događaja“ (Mučalo, Šop, 2008: 53).

Možemo reći da je građansko novinarstvo dobilo posebnu važnost u vrijeme kriza i nesvakidašnjih događanja poput rata, kada njihovo izvještavanje može daleko doprinijeti informiranju javnosti. Jedan od ciljeva ovoga rada jest dovesti u vezu građansko novinarstvo i izvještavanje u Ukrajini tijekom rata. Naime, budući da je jedna od pretpostavki rada da je većina fotografija preuzeta s društvenih mreža – kao i prvotnih vijesti s terena – ističe se važnost građanskog novinarstva u današnje vrijeme, posebice u zonama pogođenim ratom. Bez građanskih objava na društvenim mrežama koje su danas sve prisutne i koje građanima omogućavaju da postaju novinari i izvjestitelji s terena, ne bi postojala većina objavljenih članaka na analiziranim portalima. Nije nepoznanica da publiku posebno zanimaju ljudske priče i civilna strana događanja, kao i informacije i priče onih koji su mogli svjedočiti iz prve ruke bez pridržavanja profesionalnih standarda novinarstva. Isto tako, mnoštvo običnih, no digitalno obrazovanih građana koji su svjedočili nekim događajima na mjestima na kojima mediji fizički nisu mogli biti, dobilo je mogućnost objaviti taj događaj na društvenim mrežama, a posljedično si osigurati i medijski prostor u medijima.

U današnje vrijeme, mediji, a posebno online mediji u mnogo slučajeva iskorištavaju sadržaje koje su snimili i/ili objavili korisnici, što s druge strane, nosi i niz problema. Krajina i Perišin (2009: 946) ustvrdili su da su mediji uvođenjem *User Generated Content-a*, postali arene razmjene informacija, no da se po tom pitanju još uvijek zadržava autoritet urednika i novinara kao *gate keepera* te da oni i dalje odlučuju što bi njihovu publiku moglo interesirati. Autori također navode, da su očite promjene u selekciji vijesti, kao i njene informativne vrijednosti: „pozicija koju vijesti zauzimaju u društvu počinje se mijenjati s obzirom na mogućnosti tzv. građanskoga novinarstva, gdje izvor vijesti više nije isključivo institucionalan, što, usprkos neupitnoj prednosti za demokratski ideal uključenosti, u kontinuiranu opasnost dovodi jednu od osnovnih karakteristika na kojima vijesti temelje svoju nezamjenjivost u društvu – vjerodostojnost. (Krajina, Perišin, 2009: 951).

### **7.5. Etika novinarstva**

Ako uzmemo u obzir dostupnost digitalnih medija, danas je možda više nego ikada prije potrebno da se pri prijenosu medijskih sadržaja pristupi temeljenim vrijednostima i etici koja ih podupire. Također, u današnje vrijeme novinarska etika suočava se s novim izazovima koji su iznjedrili online portali i društvene mreže potaknuti masovnom komunikacijom, bespućima dostupnih informacija koje novi mediji na sve moguće načine pokušavaju pretvoriti u profit počevši od bombastičnih naslova, neprovjerenih sadržaja pa sve do etički spornih fotografija:

*Mnogi aspekti ljudskog ponašanja nisu obuhvaćeni nekim formalnim pravilima. Fotoreporteri, kao i svi novinari, moraju drugdje tražiti upute za prikladno ponašanje u takvim prigodama. Odgovore na ta pitanja pruža široka koncepcija ideja o tome što je dobro, a što nije, koncepcija koju nazivamo moralnošću ili etikom (Gelb, 2008: 135).*

Majstorović (2010: 59) navodi kako je „pretjerivanje izravan produkt senzacionalizma u medijima čija osnovna uloga postaje privlačenje pozornosti čitatelja.“ Majstorović također ističe da se etički prijeporni naslovima smatraju „oni čije se značenje razlikuje od ostatka teksta, bilo da je riječ o pretjerivanju ili izdvajanju nečega iz teksta ili da je riječ o tekstovima čiji je kontekst zbog naslova promijenjen“ (Majstorović, 2010: 60). Odrednice ispravnog, moralno prihvatljivo izvještavanja zapisane su u etičkim kodeksima novinarskih udruženja diljem svijeta. Kako bi uspješno izbjegli etički prijeporne zamke, obaveza pridržavanja profesionalnih novinarskih načela utvrđena je Kodeksom časti hrvatskih novinara iz 2009. godine, kao i dužnost da njeguju kulturu javne riječi i uvažavaju civilizacijska dostignuća i vrijednosti. Osim etičnosti, važno se u izvještavanju pridržavati i pet standarda profesionalnog novinarskog

izvještavanja: „istinitost, točnost, nepristranost, uravnoteženost, poštenje“ (Malović, 2005: 19). Osim toga, posebno je naglašeno da novinari trebaju čuvati ugled, dostojanstvo i integritet svoje profesije te da za svoj rad snose odgovornost pred javnosti, zakonom i svojom profesionalnom organizacijom. Malović ističe da većina novinarskih udruga ima svoj kodeks pa iako je svaki zaseban, gotovo svaki „sadrži slične ili iste elemente, kao što svi ustavi imaju neke zajedničke, opće elemente“ (Malović 2005: 85) što se moraju poštovati članovi udruge. Na području Republike Hrvatske djeluje Hrvatsko novinarsko društvo (skraćeno HND) kao strukovna udruga koja nastoji osigurati profesionalizam u obavljanju novinarske dužnosti.

U totalitarnim režimima, novinarstvo se koristi kao propaganda i često se ne poštuje novinarska etika jer su novinari prisiljeni odstupati od istine jer vlast tako zahtijeva od njih. U ratnom novinarstvu, također se ponekad krši novinarska etika, zbog pobuđivanja emocija kod čitatelja, ali danas je to prisutno u manjoj mjeri, a to pokazuje i provedeno istraživanje u ovom radu o izvještavanju o ratu u Ukrajini. Dakle, krizne situacije (u koju dakako spada i ratno izvještavanje) za medije predstavljaju veliki ispit s aspekta objektivnosti i novinarske etike, jer u situacijama gdje su ugroženi ljudski životi i imovina svakako postoji javni interes, što je osnovni pokretački motor za svaki medij (Barović, 2011). Prema Baranoviću „novinar u kriznoj situaciji mora imati više empatije za patnju „oštećene“ ili marginalizirane grupe“ (Baranović, 2011: 122). Jedna od situacija u kojoj se pojavljuju etičke dileme svakako su vijesti koje uključuju osjetljive teme poput samoubojstva, nesreće, osobne tragedije ili pak rata, što je ujedno i tema od javnog interesa. U ovom slučaju novinar je svakako u dilemi da li poštivati načelo točne i cjelovite informacije ili načelo temeljeno na zaštiti temeljnih ljudskih prava. Jedan od ciljeva ovog istraživanja jest provjeriti koliko su se urednici i novinari na portalima 24sata.hr i večernji.hr pridržavali osnovnih etičkih, ali i moralnih načela prilikom izvještavanja prvog tjedna rata između Ukrajine i Rusije.

## 8. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Predmet ovog istraživanja su medijski sadržaji tematski vezani uz rat u Ukrajini, objavljeni na hrvatskim portalima 24sata.hr<sup>3</sup> i večernji.hr u razdoblju od 24. veljače 2022.<sup>4</sup> do 03. ožujka

---

<sup>3</sup> Za vrijeme provedbe istraživanja diplomskog rada *Specifičnosti ratnog izvještavanja iz Ukrajine na hrvatskim portalima 24sata.hr i večernji.hr. 2022. godine* bila sam zaposlena u medijskoj kući 24sata, ali nisam analizirala niti jedan članak gdje sam navedena kao autor. Također, nisam bila autor niti jednog članka o ratu u Ukrajini u periodu prvog tjedna rata u Ukrajini

<sup>4</sup> 24 sata hrvatska je medijska kuća čije je prvo tiskano izdanje dnevnih novina izašlo 2. ožujka 2005. godine. Vlasnik je Styria Media Group AG. Glavni urednik je Goran Gavranović (od 2014. godine). 24 sata ima najveći broj jedinstvenih korisnika, mjesečni broj pregleda stranica kao i posjeta stranicama te najveće vrijeme provedeno uz sadržaj (prema gemius Rating metrici), a kroz svoju digitalnu mrežu doseže 2 od 3 internetska korisnika u

2022. godine pod ključnim riječima #rat, #ukrajina. Analizirani članci odabrani su metodom reprezentativnog uzorka kako bi zbog velike količine objavljenih članaka, uzorci koje smo odabrali za istraživanje bili što relevantniji. Konkretnije, analiziran je svaki peti članak na portalima 24sata.hr i večernji.hr koji je objavljen u navedenom periodu.

Istraživanje će obuhvatiti, prikazati i analizirati medijske članke, iz svih rubrika na oba portala, uključujući *News*, *Sport*, *Show* i *Lifestyle* vezane uz rat u Ukrajini s ciljem utvrđivanja pristupa hrvatskih novinara navedenoj problematici – njihov način izvještavanja te istraživanje eventualnog kršenja etičkih normi profesionalnog novinarstva.

Cilj je istražiti zastupljenost novinskih žanrova o izvještavanju o ratu, zatim zastupljenost senzacionalizma i kršenje etičkih normi u člancima na oba portala te utvrditi iz kojih su izvora mediji najčešće preuzimali informacije o ratu. Stoga se cilj istraživanja temelji na utvrđivanju odgovora na sljedeća istraživačka pitanja:

*IP1: U kojoj mjeri su se urednici hrvatskih portala koristili senzacionalističkim naslovima u izvještavanju o ratu?*

*IP2: Jesu li portali manipulirali naslovnim fotografijama kršeći tako ponekad i etičke norme?*

*IP3: Koji se izvori informacija najčešće navode u analiziranim hrvatskim medijima?*

Kao metoda istraživanja u ovom radu korištena je analiza sadržaja pri čemu je analiza provedena na jedinicama analize od 192 medijska priloga koji uključuju sve dostupne formate članaka – vijesti, reportaža, izvještaja, analiza, kolumni i live članaka. Analiza sadržaja je nenametljiva metoda izučavanja ljudskog ponašanja i socijalne interakcije, na ne objektivan i sustavan način se opisuje sadržaj nekog oblika komunikacije (Holsti, 1968). Ujedno ima znanstveni (objektivan i sustavan) i kvantitativan karakter (Berelson, 1952). Kod analize sadržaja prijenos poruka je neprekidan, a osnovna su obilježja metode: objektivnost, sustavnost, općenitost i kvantifikacija (Berelson, 1952).

---

Hrvatskoj (izvor: gemiusRating, 2020). Posljednji rezultati Gemius metrike u svibnju 2020. godine, pokazuju da je portale 24sata čitalo 2.015.259 jedinstvenih korisnika uz 258.656.179 pregleda stranica. 24sata su prve dnevne novine u Hrvatskoj koje uvode rubriku za vijesti koje šalju čitatelji te tako čitatelji redovito s redakcijom 24sata dijele fotografije, videomaterijale i vlastite priče.

Večernji list utemeljen je 30. lipnja 1959. godine. Vlasnik je također Styria Media Group AG, a glavni urednik je Dražen Klarić (od 2015. godine). Od 2001. godine prisutan je i s portalom večernji.hr, a koji je prema istraživanju Gemiusa drugi najčitaniji web portal u Hrvatskoj, odmah iza portala 24sata.

Članci s portala 24sata.hr i večernji.hr odabrani su kao jedinica analize jer se nalaze među pet najčitanijih portala u Hrvatskoj koji svojim sadržajem značajno utječu na javno mnijenje i stvaranje prvog dojma o zaraćenim stranama.

Matrica za istraživanje jedinica analize podijeljena je u pet kategorija. U prvom dijelu istražene su karakteristike članka kao što su datum objave, vrsta članka, tema i opći ton članka. U drugom dijelu analizirane su karakteristike naslova kroz „kategorije za mamilice“ kojom smo ispitali elemente *clickbaita* i senzacionalizma u naslovima. Zatim povezanost naslova i teksta članka – uključujući naslov i podnaslov, dok se u trećem dijelu istraživalo da li naslovi, fotografije i multimedijски sadržaji krše etičke norme novinarstva, a zatim je analizirana povezanost naslovnih fotografija s kontekstom samog teksta. Četvrtim dijelom obuhvaćeni su izvori informacija, od glavnih izvora do višestrukih izvora informacija, odnosno anonimnih izvora te njihova zastupljenost u člancima na portalima 24sata.hr u večernji.hr.

U skladu s navedenom tematikom definirane su sljedeće hipoteze istraživanja:

**H1: U medijskom izvještavanju prvog tjedna rata u Ukrajini na portalima 24sata.hr i večernji.hr dominiraju *clickbait* sadržaji.**

**H2: Naslovne fotografije članaka iz prvog tjedna rata u Ukrajini na portalima 24sata.hr i večernji.hr u većini slučajeva ne odgovaraju sadržaju članka.**

**H3: Naslovne fotografije objavljene na portalima 24sata.hr i večernji.hr prvog tjedna rata u Ukrajini u manjoj mjeri krše etičke standarde.**

**H3: Portali 24sata.hr i večernji.hr u prvom tjednu rata u najvećoj su se mjeri oslanjali na informacije s društvenih mreža.**

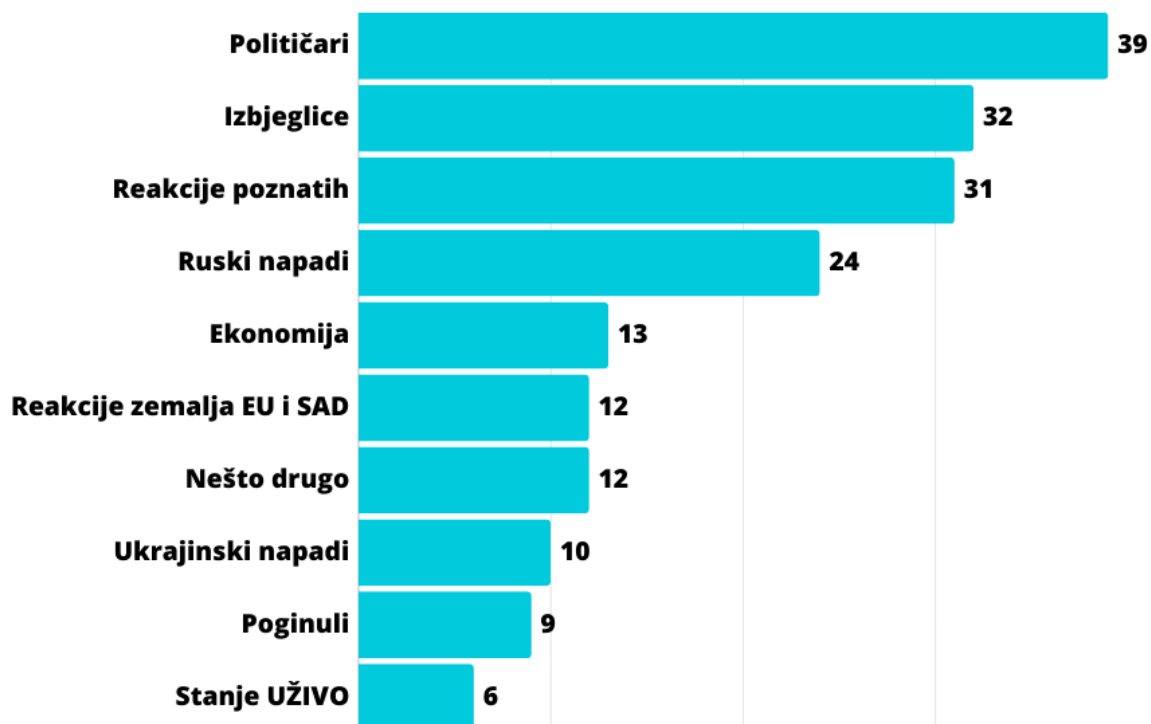
## 9. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje za potrebe rada provedeno je na temelju matrice (Prilog 1) s definiranih 30 pitanja na koja smo dali odgovore pretraživanjem objavljenih medijskih sadržaja na portalima 24sata.hr i večernji.hr. Kroz spomenutu matricu analizirana su 192 priloga od čega je 137 ili 71,4% analiziranih sadržaja s portala 24sata.hr, dok je 55 ili 28,6% sadržaja s portala večernji.hr. Ova razlika od 82 članka nastala je metodom uzorkovanja koja se temelji na analizi svakog petog članka u razdoblju od 24. veljače 2022. do 3. ožujka 2022. godine, odnosno prvog tjedna ratnog sukoba u Ukrajini kada je interes javnosti, kao i medija bio najveći.

## 9.1. Kategorizacija članaka

Prvotno su analizirana fundamentalna obilježja članaka na portalima pod varijablama: dan objave (OBJ), rubrika objave (RUBRIKA), žanr objave (ŽANR), glavna tema (TEMA) i opći ton članka (TON). Analizom dana u kojima je članak objavljen, portal 24sata.hr je u četvrtak, 24. veljače (kada je službeno započeo rat u Ukrajini) objavio ukupno 26 članaka, dok je nakon tjedan dana, odnosno u četvrtak 3. ožujka objavio 12 članaka. Portal večernji.hr je 24. veljače ukupno objavio 7 članaka, dok je u četvrtak, 3. ožujka, objavio 9 članaka. Iako iz dobivenih podataka možemo uočiti da je portal 24sata.hr frekventnije izvještavao prvi dan rata, kao i tjedan dana nakon (za razliku od portala večernji.hr), rezultati također pokazuju da je s protekom vremena (relativno malim!) interes portala 24.sata za rat u Ukrajini polako opadao, dok je na portalu večernji.hr porastao. U petak je objavljeno ukupno 28 članaka, odnosno 14,6% dok su u subotu objavljena 22 članka, odnosno 11,5%. U utorak je objavljeno 27 članaka, odnosno 14,1% dok je u srijedu objavljen ukupno 21 članak, odnosno 10,9% na oba portala 24sata.hr i večernji.hr.

Na temelju analize zastupljenosti pojedinog žanra na portalima 24sata.hr i večernji.hr, utvrdili smo da je najveći broj članaka objavljen u formi kratkog članka, odnosno vijesti do 30 redaka, dok su najmanje bile zastupljene reportaže, kolumne i intervjui. Članci u formi vijesti do 30 redaka na oba portala objavljeni su čak 90 puta, odnosno u 46,9% slučajeva, a nakon njih je ponajviše bila zastupljena klasična forma članka do 70 redaka, točnije 45 njih (23,4%), zatim slijede članci u formi kratke vijesti koji su objavljeni u količini od 33 članka, odnosno 17,2%. Nadalje, velikih članaka do od 70 pa nadalje zastupljeno je u količini od 3,6%, odnosno objavljeno je njih 7, dok su ukupno objavljene 2 kolumne, 2 intervjua te jedna reportaža. Kada je riječ o rubrici u kojoj je članak objavljen, s obzirom na ratnu tematiku, 163 ili 84,9% članaka objavljeno u rubrici *vijesti*, dok je znatno manji broj članaka bio objavljen u rubrikama vezanim uz *show/lifestyle* - njih 15, odnosno 7,8% te *sport* - njih 13, odnosno 6,8%. U ovom slučaju trebalo bi istaknuti da su članci u rubrikama *show/lifestyle* i *sport* najčešće reakcije poznatih osoba prema ratu u Ukrajini, a nekoliko njih, koji su bile zastupljene u rubrici *vijesti* su reakcije vojnih analitičara, povjesničara ili pak komentari novinara, koje smo također svrstali pod reakcije poznatih osoba.



*Tablica 1: Glavna tema članka*

Najčešće zastupljena tema analiziranih članka odnosila se na izjave, reakcije, odluke i izvješća političara vezanih uz rat u Ukrajini, a ukupno je objavljeno 39 članaka takve tematike na oba portala, dok je druga najzastupljenija tema bila usko vezana uz izbjeglice, takvih članaka ukupno je objavljeno 32. Zatim slijede reakcije, komentari, analize i iskustva poznatih osoba (uključujući sportaše, glumce, pjevače, ugledne profesore, analitičare, novinare...), članaka usko vezanih uz tu tematiku objavljeno je 31, a zatim slijede članci vezani uz ruske napade na Ukrajinu kojih je ukupno zastupljeno 24 na oba portala. Nešto manje zastupljeni su članci koji govore o utjecaju rata na ekonomiju, gospodarstvo, turizam, školstvo te zdravstvo. Njih je ukupno objavljeno 13 na oba portala, dok su najmanje bili zastupljeni članci vezanu uz tematiku reakcija zemalja na rat u Ukrajini, koji su također obuhvatili i sankcije zemalja prema Rusiji te međunarodne odnose. Njih je ukupno objavljeno 12, dok je članaka vezanih za ukrajinske ratne napade objavljeno 10, a članci u kojima su bili zastupljeni generalni izvještaji o situaciji na bojišnicama iz Ukrajine bili su objavljeni u 5 članaka. Tek je 9 članaka bilo objavljeno o poginulim vojnicima i civilima, dok je članaka isključivo vezanih za oružje i naoružanje bilo objavljeno u 2 slučaja, a članci koji su prikazivali prosvjede protiv rata u Ukrajini objavljeni su u 3 slučaja. Za 12 članaka nismo mogli odrediti konkretnu temu, ili ista nije navedena u kategoriji, to su članci poput: „Blokada! Hrvatska Lutrija iz ponude izbacila sva natjecanja iz Rusije i Bjelorusije“ (izvor: večernji.hr, 26.7.2022.), „Sve je stalo zbog rata: Ukrajina odgodila

nogometno prvenstvo“ (izvor: večernji.hr, 26.7.2022.), „Ukrajinski veleposlanik čitao poruke ruskog vojnika: 'Mama, bojim se. Ovo je jako teško...'“ (izvor: 24sata.hr, 26.7.2022.), te ostali.

Analizom općeg tona članka, utvrdili smo da je najviše njih pisano neutralnim tonom, odnosno njih 94 (49,0%), negativnim tonom u smislu da se kroz članak indirektno, ili čak i direktno izražavaju negativne konotacije koje stvaraju strah, prijetnju, tugu, osudu ili slično, bilo je napisano 65 njih, odnosno takvih članaka je bilo zastupljeno 33,9% na oba portala. Dok je članaka koji su pisani stilom koji direktno ili indirektno pobuđuje pozitivne emocije poput zadovoljstva, topline, osjećaja herojstva i pravednosti, zastupljeno je tek 17,2% odnosno objavljeno je ukupno 33 takva napisana članka na oba portala.

## 9.2. Kategorizacija naslova

Analizirano je čak 12 pitanja u kategoriji vezanoj za naslov i njegovu konotaciju na rat u Ukrajini te ispitivanje karakteristika naslova kroz posebnu potkategoriju za mamilice. Prema Pengnate, Chan i Young *clickbait* je jedna ‘od najpopularnijih strategija koju web stranice informativnih medija koriste kako bi privukle pozornost online korisnika’ (Pengnate, Chan, Young, 2021: 4) Unutar (*clickbait*) kategorija, koje smo postavili prema identificiranim načinima manipulacije kontekstom sadržaja koje su dali Beck, Kanižaj i Lechpammer (2021) ispitivalo se je li naslov varljiv u odnosu na sadržaj članka, naglašava li neizvjesnost, sadrži li emocije ili brojke kojima se naglašava važnost određene teme. Također, analizirali smo temelji li se naslov na preuveličavanju, te skriva li mjesto ili vrijeme događaja u odnosu na tekst citiran u članku. Nadalje, tom potkategorijom se također analizira dovodi li naslov javnost u zabludu oko sudionika događaja, te ima li u naslovu manipulacije kontekstom.

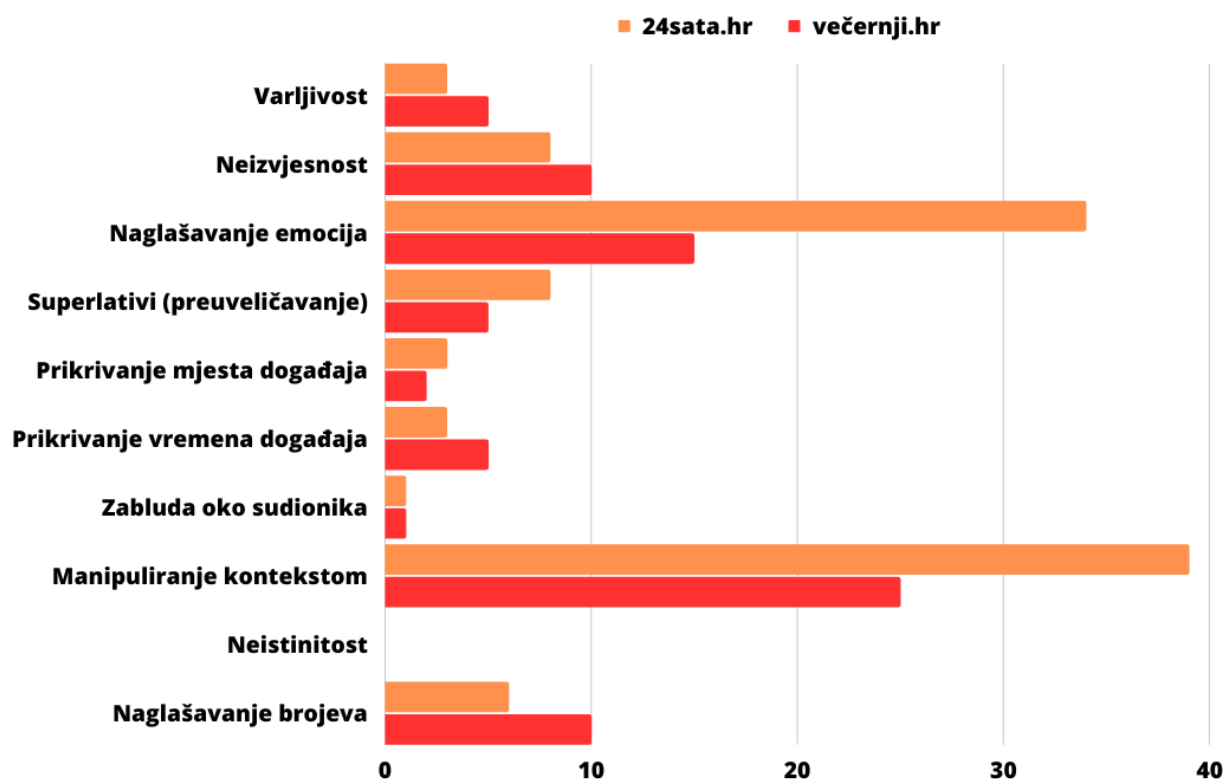
Analizom članaka po posebnoj matrici, na portalu 24sata.hr, uočena su 3 varljiva naslova od 139 objavljenih tekstova, dok se u 7 naslova nije moglo jasno utvrditi. Varljivost naslova najavljuje nešto čega nema u tekstu, a prepoznali smo ih u člancima: „Glumica Tara Rosandić prisjetila se studentskih dana u Kijevu i poručila: 'Zaustavite agresiju'“, „Raznio sebe i most da zaustavi ruske tenkove, zadnje riječi su mu bile 'Dižem most u zrak!'“ te „Čudni simboli na ukrajinskim zgradama: 'Brzo ih obrišite ili prekrijte! To je djelo sabotera'“ (izvor: 24sata.hr, 15.7.2022.). Na portalu večernji.hr evidentirano je 5 takvih članaka: „VIDEO Javio nam se Hrvat Denis iz Ukrajine, ruski avioni su iznad grada i svi bježe u bunker“, „Ukrajinka u bijegu iz Kijeva za Večernji: Rusko oklopno vozilo zaustavili smo kamenjem!“, „Salihamidžića potresao rat u Ukrajini, prisjetio se turbulentnih događaja u Hrvatskoj i BiH“, „Zapadni obavještajci: 'Putin gubi kontrolu, agresivan je prema suradnicima, pojačat će napad'“, „Andrej



Plenković pomogao španjolskom nogometašu da napusti Ukrajinu: 'Spasio me njegov poziv' (izvor: večernji.hr, 15.7.2022.). Nadalje, navedeni naslovi okarakterizirani su varljivim jer su najavili nešto što izrijekom nije onako kako se navodi u tekstu, a samim tim je i generalno netočno, odnosno varljivo.<sup>5</sup> Pod kategorijom neizvjesnosti na portalu 24sata.hr pronađeno je 8 članaka, dok je na portalu večernji.hr pronađeno njih 10. Isticanjem neizvjesnosti u naslovu poput fraza – evo, pogledajte, otkrio/la je, bez navođenja o čemu je točno riječ, navodi se čitatelja da 'kline' na članak i pročita željenu informaciju. Neki od takvih okarakteriziranih članaka su „UŽIVO Kamere u ukrajinskim gradovima: Rusi tvrde da napadaju vojne ciljeve, oglasile se sirene“, „Europska komisija donijela najoštrije sankcije u povijesti, evo što je odlučeno“, „Ukrajinci objavili koliko su uništili ruske vojne opreme, Rusi se javili sa svojim brojkama“ (izvor: večernji.hr, 15.7.2022.) te „Treneri i nogometaši Šahtara zapeli u kijevskom hotelu! 'Situacija je ozbiljna, molite se'“, „Glavni tajnik NATO-a otkrio je sljedeće velike korake, govorio i o potpori Bosni i Hercegovini“ (izvor: 24.sata.hr 15.7.2022.). Kategorija naglašavanja emocija u naslovu, prepoznata je u 34 članaka na portalu 24sata.hr te u 15 članaka na portalu večernji.hr. Naglašavanjem emocija određenoj vrsti naslova, odnosno tematike čitatelju daje dojam dramatičnosti, a prepoznali smo ju u idućim člancima: „Božo Kovačević u studiju 24sata o Putinu: Suradnici ga se boje, on je uvjeren u svoju svemoć...“, „Potreseni Šerbedžija progovorio o ratu: 'Svijet je užasan, padaju bombe na grad. Dokle sve ovo?'“, „VIDEO Hrabra Ukrajinka stala je pred ruskog vojnika: Koji ku\*ac radiš u našoj zemlji? Poginut ćeš“, „Teški dani za jedinog Ukrajinca u HNL-u: Čeberkova obitelj je u opasnoj zoni, svi smo uz njega“, „EKSKLUZIVNI VIDEO Hrvat iz Ukrajine za 24sata: 'Ljudi bježe u panici! Benzinske su krcate'“ (izvor: 24sata.hr, 16.7.2022.) te „Tužni prizori: Nepregledne kolone pješaka s koferima pokušavaju se dokopati EU“, „Lavrov upozorio: Dođe li do Trećeg svjetskog rata, bit će razoran. Mogao bi uključivati nuklearno oružje“, „Putinova prijetnja izazvala val tjeskobe u srednjoj Europi: 'Građani u strahu pohrlili kupiti jod'“ (izvor: večernji.hr 16.7.2022.).

---

<sup>5</sup> Primjerice članak naslovljen „Andrej Plenković pomogao španjolskom nogometašu da napusti Ukrajinu: 'Spasio me njegov poziv'“ okarakteriziran je kao varljiv budući da se tek u članku saznaje kako nije riječ o direktnom pozivu Andreja Plenkovića nogometašu Amilcaru Djau Codjoviju već je riječ o intervenciji hrvatskog nogometaša Ivana Pešića. Naime, on je zamolio premijera da kontaktira hrvatsko veleposlanstvo i spasi njega koji je onda i španjolskog nogometaša poveo preko granice. Iz naslova čitatelj može shvatiti nešto sasvim suprotno, a upravo tim varljivim tonom i senzacionalističkim stilom mami čitatelja na otvaranje članka. Članak je objavljen 3. ožujka na portal večernji.hr, dostupan na: <https://www.vecernji.hr/sport/andrej-plenkovic-pomogao-spanjolskom-nogometasu-da-napusti-ukrajinu-spasio-me-njegov-poziv-1568068> (pristupljeno 8.8.2023.).



Tablica 2: Mamilice u naslovima

Naslova koji se temelje na superlativima ili nekoj vrsti preuveličavanja, poput dodanih epiteta pronađeno je ukupno 13, njih 8 na portalu 24sata.hr te 5 na portalu večernji.hr. Njima je cilj naglasiti, odnosno povećati važnost, odnosno značenje nekog događaja, osobe ili slično. Neki od tih članaka su: „Nemilosrdni čečenski general Magomed Tušajev ubijen u borbama oko Kijeva“, „Zapadni obavještajci: 'Putin gubi kontrolu, agresivan je prema suradnicima, pojačat će napad“ (izvor: večernji.hr 16.7.2022.) te „Prve snimke razaranja: Snažne eksplozije odjeknule u Ukrajini“, „Kličko: Ovo je krvavi rat. Borit ću se, nemam drugog izbora“, „Putinova pudlica Lukašenko: 'Ovo je ništa, običan sukob. Ali uskoro će rat, a onda i pokolj“ (izvor: 24sata.hr 16.7.2022.). Mamilice koje se odnose na prikrivanje mjesta i vremena događaja pronađeno je ukupno u 13 članaka, dok se u 56 članaka nije moglo jasno odrediti. Kategorija naslova koja dovodi u zabludu oko sudionika događaja pronađena je u 2 članka na oba portala: „Treneri i nogometaši Šahtara zapeli u kijevskom hotelu! „Situacija je ozbiljna, molite se“ (izvor: 24sata.hr 16.7.2022.) i „Ukrajinka u bijegu iz Kijeva za Večernji: Rusko oklopno vozilo zaustavili smo kamenjem!“ (izvor: večernji.hr 16.7.2022.), radi se o člancima u kojima u naslovu nije jasno o kome se konkretno radi, dok u drugom slučaju, Ukrajinka nije sudjelovala u navedenoj radnji u naslovu. Kategorija o neistinitosti naslova nije zamijećena niti u jednom članku, dok je za njih 6 bilo nejasno odrediti točnost istog. Nadalje, manipulacija

kontekstom u naslovima zamijećena je u čak 64 članka, točnije u 39 članka na portalu 24sata.hr te 25 na portalu večernji.hr. Manipulacijom istog, čitatelja se, što je i sama bit mamilice, navodi ne samo na 'klik' već i na potencijalno krive zaključke ukoliko ne pročita tekst, a u drugom slučaju novinar može manipulacijom konteksta stvoriti još veći efekt dramatičnosti priče. Neki od tih naslova su: „Dodik pokušao blokirati glasanje veleposlanika BiH u UN-u, pomagali mu Rusi' (izvor: večernji.hr 16.7.2022.) te „Iz Ukrajine se javila pobjednica Eurosonga i poručila: 'Došlo je to jutro, moramo skupiti snagu'“, „VIDEO Hrvat iz Ukrajine: 'Nema novca na bankomatima, sve je zatvoreno, velika je panika...'“ (izvor: 24sata.hr 16.7.2022.). Kategorijom naglašavanja brojeva u naslovu identificirali smo 16 članaka na oba portala, a neki od njih su: „Tisuće Ukrajinaca noć će provesti u podzemnoj željeznici, u tijeku opća mobilizacija“, „Zelenski: Rusi su brutalno pucali u Harkivu. To je ratni zločin; Ruski konvoj dug 27 km kreće se prema Kijevu“ (izvor: večernji.hr 16.7.2022.) te „Prve snimke razaranja: Snažne eksplozije odjeknule u Ukrajini“, „Najmanje 64 civila poginulo u napadima na Ukrajinu: Stotine tisuća moralo napustiti zemlju“, „Borbe i eksplozije u Kijevu, civili iz grada bježe u tisućama“ (izvor: 24sata.hr 16.7.2022.).

Senzacionalizam u naslovu određivali smo posebno, prepoznajući ga sukladno definiciji Slattey i Kahanen, koji kažu da senzacionalizam „u svojoj srži ima svrhu privući emocije, potaknuti ljudski instinkt te pobuditi znatiželju“ (Slattey i Hakanen, 1994, Haskins, 1984, prema Kilgo et al, 2016: 3). Utvrđeno je, stoga ukupno 37 takvih naslova, konkretnije 23 na portalu 24sata.hr te 14 na portalu večernji.hr, a neki od tih naslova su: „Ukrajinci slave heroja: Poginuo minirajući most kako bi zaustavio ruske snage“, „Širi se snimka navodnog ukrajinskog vojnika pred rusku invaziju: 'Mama i tata, volim vas'“, „Prva dama Ukrajine oglasila se na Instagramu, objavila je potresni video: 'Mi smo protiv rata i nismo prvi napali'“ (izvor: večernji.hr 16.7.2022.) te „UZNEMIRUJUĆI VIDEO Ruski oklopnjak pregazio civilni automobil tijekom vožnje“, „Nekoliko djece teško ozlijeđeno u ruskom napadu na vrtić: 'Ovo su ratni zločini, odgovarat ćete!'“, „Potresne fotografije: Tek rođene bebe morali su seliti u podrum“ (izvor: 24sata.hr 16.7.2022.).

Na osnovu prethodne analize možemo dati odgovor na prvo istraživačko pitanje: *U kojoj mjeri su se urednici hrvatskih portala koristili senzacionalističkim naslovima u izvještavanju o ratu?* U razdoblju istraživanja urednici hrvatskog portala 24sata.hr objavili su 12,0% članaka senzacionalnih naslova, dok su ih urednici portala večernji.hr na portalu objavili 7,3%. U navedenom kontekstu treba naglasiti da su analizirani samo oni članci (i to svaki peti) koji se odnose na napad Rusije na Ukrajinu. Za opširnije i potpunije rezultate potrebno je istražiti sve

objavljene članke na tu tematiku u duljem vremenskom opsegu. Nadalje, temeljem analize, utvrđeno je da su u 116 članaka, odnosno u 60,1% na portalima 24sata.hr i večernji.hr bile zastupljene neke od kategorija *mamilica (clickbaita)* u naslovima objavljenih članaka na temu rata u Ukrajini. Čime potvrđujemo svoju prvu hipotezu koja glasi: *U medijskom izvještavanju prvog tjedna rata u Ukrajini na portalima 24sata.hr i večernji.hr dominiraju clickbait naslovi.*

### **9.3. Kategorizacija naslovne fotografije**

U ovom dijelu rada analizirali smo krše li naslovne fotografije objavljene na portalima 24sata.hr i večernji.hr etičke i moralne norme vezane uz ugrožavanje ljudskih prava i prava djece. Kroz matricu smo najprije definirali osnovne kategorije prikazane na fotografijama, a potom analizirali njihovu povezanost s člankom, izvorom te čimbenicima koji ukazuju na kršenje etičkih i moralnih standarda.

Fotografije koje su objavljene kao naslovne u najvećem broju slučajeva, čak 69 ili 35,9%, prikazuju domaće ili strane političare. Iz dobivenih podataka vidimo da je objavljen puno manji broj fotografija oružja (2) i izbjeglica te izbjegličkih kampova (8), u ovom slučaju potrebno je naglasiti da je oružje zanemareno ako je bilo u rukama vojske, tj. fotografija se definira kao ona koja prikazuje vojnika (vojsku). Također, ako su djeca ili žene u prvom planu na prikazu izbjeglica ili izbjegličkog kampa, fotografija je kategorizirana prema tim, najznačajnijim elementima. Poznate osobe su na 37 ili 19,3% fotografija, vojnici (vojska) na 32 ili 16,7%, a muškarci civili na 6 ili 3,1% fotografija. Žene i djeca prikazani su na podjednakom broju, žene civili su na 6 (3,1%), a djeca su prikazana na 5 (2,6%) naslovnih fotografija, dok je ratna infrastruktura prikazana na 14 ili 7,3% fotografija. Kategorija „ostalo“ koja označava fotografije koje se odnose na prikaze koji nisu definirani matricom, poput gradske vijećnice, putničkih zrakoplova, bitcoina i sl. U ovom slučaju fotografije su bile povezane s predmetima o kojima se govori u tekstu objave, ali nisu prikazivale mjesto, vrijeme ili osobe o kojima je riječ. Ovakvih fotografija je bilo ukupno 13 ili 6,8% na oba istraživana portala.

Analizom poštivanja etičkih i moralnih standarda u odnosu na objavljene fotografije, na portalu 24sata.hr je uočeno 3 ili 1,6% fotografija na kojima su utvrđeni elementi koji se mogu tumačiti kao neetički ili nemoralni, dok je na portalu večernji.hr uočen tek 1 (0,5%) fotografija. Na 7 fotografija portala 24sata.hr nismo sa sigurnošću utvrdili kršenje etičkih standarda, s obzirom na to da ima djece čija su lica bila zamagljena ili je preko fotografije stajao natpis o uznemirujućem sadržaju, dok je na portalu večernji.hr riječ o jednom takvom slučaju. Tu dolazimo do naše treće hipoteze koja glasi *Naslovne fotografije objavljene na portalima*

*24sata.hr* i *večernji.hr* prvog tjedna rata u Ukrajini u manjoj mjeri krše etičke standarde. S obzirom na postojanje etički prijepornih fotografija, njihova zastupljenost u odnosu na 192 analizirana članka je tek 2%, odnosno identificirana je u svega 4 članka, no ipak je dokazano da postoji kršenje etičkih standarda novinarstva čime potvrđujem treću hipotezu ovoga rada, premda je rezultat očekivano nizak. U skladu s ovakvim neetičnim ponašanjem, iako je riječ o vrlo malom broju slučajeva, možemo istaknuti fotografije koje je objavio portal *24sata.hr* na kojima se vide tek rođene bebe (Slika 14.) te članak na portalu *večernji.hr* kojemu je u fokusu naslovne fotografije iz izbjegličkog kampa na granici Ukrajine i Mađarske maloljetno dijete.

**Slika 2. Kršenje etičkih i moralnih standarda**



Izvor: <https://www.24sata.hr/news/potresne-fotografije-tek-rodene-bebe-morali-su-seliti-u-podrume-818293>  
(pregledano 8.8.2023.).

**Slika 3. Kršenja etičkih i moralnih standarda**

## Tužni prizori: Nepregledne kolone pješaka s koferima pokušavaju se dokopati EU

Najčešće imamo dva slučaja. Devedeset posto izbjeglica, kada dođe ovdje, već netko ček Riječ je o rodbini i prijateljima. Okrijepimo ih, damo im hrane te su oni jako brzo dalje na objasnila nam je Lilla Szilagyi, koordinatorica prihvatnog centra u Tisabeču

28. VELJAČE 2022. U 20:42 | 4 KOMENTARA | 1860 PRIKAZA | Sviđa mi se



Foto: Boris Scitar/Vecernji list/PIXSELL

POGLEDAJTE GALERIJU 1/11

**Izvor:** <https://www.vecernji.hr/vijesti/tuzni-prizori-nepregledne-kolone-pjesaka-s-koferima-pokusavaju-se-dokopati-eu-1567256> (pregledano 8.8.2023.).

Analizirajući povezanost naslovne fotografije s temom članka, utvrdili smo da je 21 naslovna fotografija od 137 ili 10,09% objavljena na portalu 24sata.hr nepovezana s temom, dok je povezanost 34 fotografije s temom bila nedefinirana, te ih nismo mogli uvrstiti ni u jednu od spomenute 2 kategorije. Na portalu večernji.hr uočeno je 7 ili 3,06% fotografija na kojima prikaz nije vezan uz temu članka, dok se 11 fotografija nije moglo svrstati u navedene kategorije zbog niske, ali ipak postojeće povezanosti sa sadržajem. Osim toga, analizom izvora cilj je bio utvrditi da li je izvor objavljene fotografije bio naveden, a rezultati su pokazali da je za 10 (5,22%) fotografija na portalu 24sata.hr izvor anonimn, dok je za upola manje, odnosno 5 ili 2,06% utvrđeno da izvor fotografija nije bio naveden na portalu večernji.hr. S obzirom da je analizom definirano ukupno 28 naslovnih fotografija koje nemaju povezanosti s temom članka, također bez obzira na to što za 45 naslovnih fotografija nismo mogli utvrditi je li povezana ili ne, postotak fotografija koje nisu povezane s temom članka iznosi 14.5%, dok je ukupni postotak fotografija koje se ne podudara s člankom te za koje nije moguće utvrditi povezanost iznosi 38.0% posto čime se navedena hipoteza odbacuje.

Za potrebe istraživanja preuzimanja sadržaja s društvenih istraženo je samo s koje platforme je fotografija preuzeta. Ukoliko je fotografija preuzeta od drugih izvora isti nisu navođeni zbog irelevantnosti na rad. Najveći broj fotografija (njih 146, odnosno 76%) na oba portala nije

preuzet s društvenih mreža. Osim toga, najveći broj fotografija (10 ili 5,02%) preuzetih s društvenih mreža na portalu 24sata.hr je s Twittera, dok ih je u istom broju, odnosno 7 ili 3,06% preuzeto s Facebooka i Instagrama, a 4 ili 2,01% s Telegrama, dok ih je 6 (3,01%) preuzeto s druge platforme na Internetu (uključujući YouTube - snimka zaslona). Najviše fotografija s društvenih mreža portal večernji.hr preuzeo je također s Twittera - 7 ili 3,06%, a 3 (1,06%) fotografije preuzete su s Instagrama, dok je 1 fotografija preuzeta s Facebooka (0,05%) te 1 fotografija s drugih izvora s društvenih mreža koji nisu navedeni u matrici.

Kako bi utvrdili jesu li urednici manipulirali naslovnim fotografijama, analizirali smo koliko je točno fotografija objavljeno bez izvora, uključujući fotografije za koje je utvrđeno da krše etičke i moralne standarde ili da uopće nisu povezane sa sadržajem članka. Navedene strategije se koriste s ciljem manipulacije kako bi se povećao broj klikova privlačenjem pažnje čitatelja. Navedenom analizom utvrđeno je da je 15 ili 23,64% fotografija na portalu večernji.hr na neki način iskorišteno u svrhu manipulacije publikom prethodno navedenim načinima. Nešto veći postotak zabilježen je kada je u pitanju manipulacija na portalu 24sata.hr, gdje su rezultati analize pokazali 34 ili 24,82% fotografija kojima se pokušava manipulirati.

Na osnovu provedene analize možemo dati potvrđan odgovor na istraživačko pitanje: *Jesu li portali manipulirali naslovnim fotografijama u svrhu stvaranja još dramatičnijeg efekta, kršeći tako i etičke norme?* Postotak od 23,64% manipulativnih fotografija na portalu večernji.hr te 24,82% na portalu 24sata.hr govore u prilog tome da su portali ipak u manjoj mjeri manipulirali naslovnim fotografijama.<sup>6</sup>

#### 9.4. Kategorizacija izvora

Kategorizacija izvora u ovom radu ispitana je kroz analizu broja i tipa izvora objavljenih sadržaja pri čemu je analizirano i tko je izvor informacija koje se pojavljuju u prilogu. Osim toga, analizirano je u kojoj mjeri se autori pri objavljivanju sadržaja oslanjaju na neimenovane izvore, kao i koju stranu, u ratu između Rusije i Ukrajine, zastupaju. Analizom broja izvora korištenih u objavama utvrđeno je da se u najvećem broju objava spominje jedan izvor

---

<sup>6</sup> Primjerice, članak naslovljen *Potresne fotografije: Tek rođene bebe morali su seliti u podrume* kao naslovne fotografije doista ima tek rođenu djecu i medicinsku sestru, a po ambijentu se vidi da se ne nalaze u bolnici. Više na: <https://www.24sata.hr/news/potresne-fotografije-tek-rodene-bebe-morali-su-seliti-u-podrum-818293> (pregledano 8.8.2023.).

Također, članak naslovljen *Otac se u suzama opršta od kćeri. Ostaje braniti Ukrajinu* kao pozadinsku sliku ima oca koji grli svoju kćer i suprugu. Više na: <https://www.24sata.hr/news/video-otac-se-u-suzama-oprsta-od-kceri-ostaje-braniti-ukrajinu-817870>. Članak s naslovom *Brojni prosvjedi u Europi protiv ruske agresije na Ukrajinu*, također za glavnu fotografiju ima prosvjednike sa ukrajinskim zastavama i transparentima na engleskom i ukrajinskom. Više na: <https://www.24sata.hr/news/brojni-prosvjedi-u-europi-protiv-ruske-agresije-na-ukrajinu-818402>. Člancima pristupljeno 8. 8. 2023.

informacija. U čak 126 priloga, odnosno 65,06%, navodi se jedan izvor informacija. Nadalje, uočeno je da su u 15 priloga navedena 4 izvora, u 31 članku navedena su dva izvora informacija, dok su u 8 priloga korištene informacije dobivene na temelju tri izvora. Zanimljivo je da čak u 12 priloga (6,03%) na oba portala nije naveden niti jedan izvor informacija. Jedan od takvih primjera su i članci s 24sata.hr 'UZNEMIRUJUĆI VIDEO Ruski oklopniak pregazio civilni automobil tijekom vožnje' te 'Oklopniak koji je kod Kijeva pregazio auto nije ruski nego ukrajinski? Vozač je preživio' (izvor: 24sata.hr 20.7.2022.) gdje je navedeni portal preuzeo snimku, a samim tim i informaciju iz anonimnih izvora koji su bili netočni, a zatim su se, pozivajući na strani medij ipak ispravili u drugom članku.

Nadalje, izvori koji su navođeni u prilogu su u većini slučajeva zastupali stranu Ukrajine (137 ili 71,4%), dok je izvora koji su bili neutralni kada je u pitanju opredjeljenje za bilo koju od strana bilo 43 odnosno 22,4%. Najmanje izvora, samo njih 12 ili 6,3% zastupalo je stranu Rusije, no ti izvori su u većini slučajeva bili oni koji dolaze od strane ruskih političara i institucija, ili simpatizera Rusije.

Analizom tipa informacija, odnosno platformi s kojih su navedeni portali preuzimali informacije koje se pojavljuju u prilogu ustanovili smo da je najveći broj izvora u objavljenim sadržajima, čak 77 ili 40,1%, potekao od hrvatskih agencija i medijskih kuća, konkretnije najveći izvor informacija potekao je iz Hrvatske informativne novinske agencije (skraćeno HINA). Nakon hrvatskih agencija i medijskih kuća najveći izvor informacija s navedenih portala su društvene mreže (45 ili 23,4%), a nakon toga slijede strane medijske kuće (26 ili 11,74%), zatim mediji i agencije iz Ukrajine (2 ili 1%) te mediji i agencije iz Rusije (1 ili 0,5%). Osim navedenih izvora, za 14 članaka nismo bili u mogućnosti utvrditi izvor ili izvor nije bio imenovan u prilogu, dok se u 8 članaka pojavljivalo nekoliko izvora iz kojih su navedeni portali crpili informacije, a u 11 članaka portal nije prenio vijest iz nekog tipa izvora. Tu dolazimo i do naše posljednje, četvrte hipoteze koja glasi *Portali 24sata.hr i večernji.hr u prvom tjednu rata u Ukrajini preuzimali su informacije s društvenih mreža*. S obzirom je 23,4 posto informacija u analiziranim člancima preuzeto s društvenih mreža te da su one bile druge po redu najveći izvor informacija za portale 24sata.hr i večernji.hr, ovime potvrđujemo navedenu hipotezu te zaključujemo da su navedeni portali u prvom tjednu rata u Ukrajini preuzimali informacije s društvenih mreža.

Na temelju podataka zaključujemo i da je najveći broj informacija došao od strane stranih političara i institucija, uključujući i europske (njih ukupno 37), zatim ukrajinskih političara i institucija poput ministarstava, policije, i slično (ukupno 26), te civila i/ili izbjeglica (ukupno



22). U 28 članaka poznate osobe bili su izvor informacija, a u 17 njih su hrvatski političari i institucije dok ruskih političara i institucija kao izvora bilo vrlo malo zastupljeno, točnije njih 10. Najmanje informacija došlo je od humanitarnih i civilnih organizacija (10) te vjerskih institucija (3). Nadalje, u 25 članaka bilo je teško utvrditi izvor, ili je isti bio anonimn. Analizom autora odnosno njihovog odnosa prema izvoru informacija ustanovili smo da u člancima koji su potpisani od strane autora u 58 (30,02%) članaka nema imenovanih izvora, dok se autor djelomično oslanja na neimenovane izvore u 19 članaka. Osim toga, u svega 3 odnosno 1,06% potpisanih članaka, autor se u potpunosti oslanja na neimenovane izvore.

Pitanje koje se odnosi na pluralizam sadržaja i izvora u medija podrazumijeva raznolikost u pogledu različitosti stavova i mišljenja, te raznolikost koja se odnosi na prikupljanje informacija iz različitih izvora. Dakle, na temelju navedenog možemo odgovoriti i na treće istraživačko pitanje: *Kolika je bila pluralnost sadržaja i izvora informacija u hrvatskim medijima?* Uzmemo li u obzir da se analizirani članci odnose na rat između Rusije i Ukrajine, te da postoji mnogo više izvora ukrajinskih političara i institucija (26) nego ruskih (10). Također, u 126 članaka na oba portala, zastupljen je tek 1 izvor informacija čime se ne može prikazati i druga strana priče. U 137 članaka izvori su zastupali isključivo stranu Ukrajine. Također, bitno je naglasiti da analiza nije pokazala da su hrvatski mediji prenijeli i jednu ljudsku (civilnu) priču državljana/ke ruske nacionalnosti ili pak pozitivno pisali o Rusima bez obzira na rat. Generalno gledajući, s obzirom na svu rusku propagandu te cenzuru u medijima, nije iznenađujuće što mediji nisu prenosili informacije iz ruskih medija, također, uključujući u obzir i samu političku diktaturu ruskog predsjednika Vladimira Putina, vjerodostojnost i istinitost tih informacija teško je provjeriti. No, s druge strane, mediji su ipak trebali više zastupati ljude ruske nacionalnosti koji se ne slažu s ratom te život tih ljudi u zemlji u kojoj se vlada na temelju represivne diktature i totalitarizma.

## **10. ZAKLJUČAK**

Cilj istraživanja u ovom radu bio je utvrditi specifičnosti izvještavanja o ratu u Ukrajini na hrvatskim portalima večernji.hr i 24sata.hr. Ratno izvještavanje kao takvo, najkompleksniji je i najosjetljiviji izazov novinarskog posla, a posebno kada novinari zbog financijskih i sigurnosnih razloga ne mogu ratnim strahotama izvještavati iz prve ruke već se moraju oslanjati na druge izvore. Također, istraživanje je pokazalo da je velik dio informacija u člancima bio preuzet s društvenih mreža. S druge strane, društvene mreže povećale su i samu ulogu tzv. građanskog novinarstva, odnosno građana kao potencijalnih izvora informacija koji su

zahvaljujući mobitelima sami u mogućnosti izvještavati o događajima u kojima nisu mogli sudjelovali novinari.

Nadalje, rezultati istraživanja pokazali su da su se ispitani portali pri objavljivanju medijskih sadržaja u većoj mjeri koristili *clickbait* strategijama te u manjoj mjeri senzacionalističkim naslovima. Takav pristup izvještavanju, postao je učestala pojava u medijima u digitalnom i tržišnom okruženju, no s obzirom na ratnu tematiku, a u ovom slučaju i novonastalu krizu o kojoj je javnost bila slabo upoznata, mediji koji najviše utječu na kreiranje javnog mijenja i stvaranje općeg mišljenja javnosti, također imaju i veliku odgovornost da takvoj tematici pristupaju odgovorno, savjesno i vjerodostojno.

U kategoriju senzacionalističkog izvještavanja također se mogu uvrstiti i etički prijeporne fotografije koje prikazuju sve strahote rata, a kojima je cilj ostvariti još veći dojam dramatičnosti te tako pobuditi emocije kod čitatelja. U ovom istraživanju u manjoj mjeri, utvrđeno je postojanje istih te su sve bile vezane uz kršenje prava djece čija su lica objavljena bez cenzure, odnosno na način na koji ih se može identificirati. Iako navedeni portali u ‘redovnom’ izvještavanju ne pribjegavaju koristiti fotografije djece na svom portalu ili u novinama, postavlja se pitanje zašto je onda ispravno, ili etički prihvatljivo za urednike koristiti fotografije djece kada se izvještava o ratu.

Vezano za pluralizam izvora informacija o zaraćenim stranama, rezultati istraživanja pokazali su da izvori u većoj mjeri zastupali stranu Ukrajine. No, u tom kontekstu, bitno je također naglasiti da analiza nije pokazala da su hrvatski mediji prenijeli i jednu ljudsku (civilnu) priču državljana/ke ruske nacionalnosti ili pak pozitivno pisali o Rusima bez obzira na rat. Jednostrani pristup medija dakako može imati velikog utjecaja u javnosti, posebno što se tiče mržnje i netrpeljivosti prema državljanima ruske nacionalnosti, koje i sami mediji generaliziraju stvarajući kolektivnu ‘rusofobiju’.

S obzirom na ograničenost ovog istraživanja s tematskog aspekta, kao i vremenskog razdoblja, svakako je potrebno provesti opsežnije i detaljnije istraživanje o navedenoj problematici, a isto tako i o općenitom medijskom diskursu u izvještavanju o ratu u Ukrajini. Bitno napomenuti da do kraja pisanja ovog rada, rat u Ukrajini i dalje traje, no zainteresiranost medija i javnosti u značajnom je padu, no to je također tema za neka daljnja istraživanja.

## 11. LITERATURA

1. Anić, Š. i dr. (1999) *Rječnik stranih riječi*. Zagreb: SaniPlus

2. Barović, V. (2010) Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama. *Medijske studije*, 2(3-4): 119-126
3. Beck, B., Kanižaj, I., Lechpammer, S. (2021) Clickbait/mamilica: deset načina manipulacije kontekstom. *Medijska agenda 2020.-2030; Zbornik radova 10. regionalne znanstvene konferencije Vjerodostojnost medija*, 89-101
4. Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*, New York: The Free Press
5. Blom, J. N., i Hansen, K. R. (2015) Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76: 87-100
6. Brautović, M. (2010) *Razvoj hrvatskog online novinarstva*, 23-42
7. Burns, L. S. (2009.) *Razumjeti novinarstvo*. Medijska istraživanja
8. Carmichael, J. (1989) *First world war photographers*. Routledge
9. Cottle, S. (2009) *Global Crisis Reporting: Journalism in the Global, Age Maidenhead: McGraw-Hill Education*
10. Čerina, J. (2017) Ratno izvještavanje u kontekstu suvremenih oružanih sukoba i novih medijskih tehnologija, *Polemos* 15(1): 101-117
11. Dmitrović Aco (2004) Fotoreporter – promatrač ili sudionik? u: *Medijska istraživanja* 10 (2): 99-106
12. Dor, D. (2003): On Newspapers Headlines as Relevance Optimizers. *Journal of Pragmatics*, 35: 695-721.
13. Esser, Frank (1999) 'Tabloidization' of News. A Comparative Analysis of AngloAmerican and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, 14(3): 291-324.
14. Fenton, Nataly (2010) Introduction: New Media, Journalism and Democracy. U: Fenton, Nataly (ed.) *New Media, Old News*. 3-16.
15. Francisco, Jason (2005) War Photography in the Twentieth Century: A Short Critical History, u: *Routledge Encyclopedia of Twentieth Century Photography*, dostupno na: <https://jasonfrancisco.net/war-photography> (pristupljeno 2.7.2023.)
16. Gelb, Zlatan (2008) Moć slike: Zašto slika ne može nikada izgledati toliko reljefno kao prirodne stvari? *MediAnali* 2 (4): 131-144
17. Holsti, O.R. (1968). Content Analysis. In G.Lindzey & E.Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology (2nd ed.)* (2): 596-692, New Delhi: Amerind Publishing Co.

18. Husejnefendić. Šejn (2015) Građansko novinarstvo u funkciji demokratske tranzicije postkomunističkih društava – studija slučaja Bosne i Hercegovine. <http://www.ff.untz.ba/uploads/images/Gallery/Linkovi%20knjiga%20i%20radova/ejn%20Doktorska%20disertacija.pdf> (pristupljeno: 10. lipnja 2022.)
19. Kilgo, D. K., Harlow, S., García-Perdomo, V., Salaverría, R. (2016) A newsensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*, 1-20
20. Kellner, Douglas (2004.) *The Persian Gulf TV war revisited, U: Allan, Stuart & Barbie Zelizer: Reporting war: journalism in wartime*, 136-154
21. Klain E. (2004.) Psychotherapist in the Croatian Independence War. Zagreb: Medicinska naklada i Croatian Medical Journal
22. Klun, B. (2000) Rat i mediji – etički izazov na kraju stoljeća, *Medijska istraživanja* 6 (1): 75-87
23. Kovačić, Siniša (2013) Agencijsko novinarstvo. Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti
24. Kovačić, S., Musa, I., Tomić, Z. (2019) Online mediji i novinarstvo na društvenim mrežama – istraživanje na primjeru društvene mreže Facebook, *Hum* (14) 22: 267 – 295
25. Kunczik M., Zipfel A. (2006) Uvod u znanost o medijima i komunikologiju, *Zaklada Friedrich Ebert Zagreb*
26. Lovrić, Ana (2021) Rusko-ukrajinski odnosi: od suživota u totalitarizmu do rata, u: *Polemos* 24 (2): 67-86
27. Majstorović, Dunja (2010) Etički prijepori i vjerodostojnost dnevnih novina – analiza tekstova s naslovnica Jutarnjeg lista i Večernjeg lista. *Medijske studije* 1 (1-2), 55-64
28. De Fleur, M. L., Dennis, E. E. (1987) *Understanding Mass Communications*
29. Malović, S. (2006) Etika u medijima: Tko je pozvan na odgovorno djelovanje? *Riječki teološki časopis*, 14: 7-15
30. Malović, Stjepan i dr. (1997) *Etika novinarstva*. Zagreb: ICEJ.
31. Malović, Stjepan (2005) *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing.
32. Malović, Stjepan i dr. (2007) *Etika novinarstva*. Zagreb: Izvori.
33. Mandić, I. (2016) Definiranje rata za 21. stoljeće, *Polemos* (19) 1: 77-87.
34. Molek-Kozakowska, Katarzyna (2013) Towards a pragma-linguistic framework for the study of sensationalism in news headlines. *Discourse & Communication* 7 (2): 173-197
35. Mučalo, M. (1999) Novinarstvo u ratnim uvjetima, *Politička misao*, Vol 36, br. 2: 120-135

36. Mučalo, M., Šop, S. (2008) Nova publika novih medija, *Informatologia*, 1: 51. - 55
37. O'Donovan, C. (2018) What is clickbait? Nieman Foundation for Journalism. Nieman lab. Harvard.
38. Perišin, Tena; Krajina, Zlatan (2009) Digitalne vijesti: Mediji, tehnologija, društvo. *Društvena istraživanja* (6)18; 935-956.
39. Pengnate S., Chen J., Young A. (2021) Effects of Clickbait Headlines on User Responses: An Empirical Investigation, *Journal of International Technology and Information Management*, 30, 3.
40. Plochy, S. (2008) *Ukrajine and Russia: Representations of the past*. University of Toronto Press
41. Popovski M. (1986) *Ratni reporteri*. Zagreb: Alfa
42. Skoko, B., Bajs, D. (2007) Objavljivanje neistina i manipuliranje činjenicama u hrvatskim medijima i mogućnosti zaštite privatnosti, časti i ugleda. *Politička misao: časopis za politologiju* 44(1): 93.-116
43. Šiber I. (1992) Ratna propaganda u: *Politička misao* 29 (1): 89-105
44. Taylor, P. (2009) Novinarstvo pod paljbom: izvještavanje o ratu i međunarodnim krizama, u: S. Cottle (ur.) *Medijska istraživanja* 67-83. Informacije, odnosi s javnošću i moć, Zagreb
45. Topor, L., (2022). Opinion – Strategic Perspectives on the Russia-Ukraine War
46. Tuđman M., (2009) Informacijske operacije i mediji ili kako osigurati informacijsku superiornost, *National security and the future* 10 (3-4): 25-45
47. Vilović, G. (2003) Istraživačko novinarstvo, tabloidizacija i etika. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 12; 957-974
48. Vilović, Gordana (2011) Govor mržnje. *Političke analize* 2(6): 68-70
49. Yang, Y. (2011) A cognitive interpretation of discourse deixis. *Theory and Practice in Language Studies*, 1(2): 128-135

#### **Internetske stranice:**

1. Cambridge Dictionary (pristupljeno 20.6.2022.)

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/clickbait>

2. Cambridge Dictionary (pristupljeno 20.6.2022.)

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sensationalism>

3. Kodeks časti hrvatskih novinara (2009) (pristupljeno 1.7.2022.)

<https://www.hnd.hr/dokumenti>

4. Službena stranica Europskog parlamenta (pristupljeno 29.8.2023.)

<https://www.europarl.europa.eu/>

## 12. SAŽETAK – SUMMARY

Rat u Ukrajini službeno je započeo 24. veljače 2022. godine, kada je Rusija napala Ukrajinu. Napad je počeo odmah po okončanju televizijskog obraćanja ruskog predsjednika Vladimira Putina koji je tim obraćanjem javno obznanio da je naredio „specijalnu operaciju” zaštite regije Donbas. Ratno izvještavanje kao takvo, najkompleksniji je i najosjetljiviji izazov novinarskog posla, a posebno kada novinari zbog financijskih i sigurnosnih razloga ne mogu ratnim strahotama izvještavati iz prve ruke već se moraju oslanjati na druge izvore.

Predmet ovog istraživanja medijski su sadržaji tematski vezani uz rat u Ukrajini, objavljeni na hrvatskim portalima 24sata.hr i večernji.hr u razdoblju od 24. veljače 2022. do 03. ožujka 2022. godine pod ključnim riječima #rat, #ukrajina. Analizirani članci odabrani su metodom uzorkovanja kako bi zbog velike količine objavljenih članaka, uzorci koje smo odabrali za istraživanje bili što reprezentativniji. Analiziran je svaki peti članak na portalima 24sata.hr i večernji.hr koji je objavljen u navedenom periodu. Kao metoda istraživanja u ovom radu korištena je analiza sadržaja pri čemu je analiza provedena na jedinicama analize od 192 medijska priloga koji uključuju sve dostupne formate članaka – vijesti, reportaža, izvještaja, analiza, kolumni i live članaka.

**KLJUČNE RIJEČI:** *rat, ukrajina, izvještavanje, ratno novinarstvo, hrvatski portali*

The war in Ukraine officially began on February 24, 2022, when Russia invaded Ukraine. The attack began immediately after the end of a televised address by Russian President Vladimir Putin, in which he publicly announced that he had ordered a "special operation" to protect the

Donbas region. War reporting as such is the most complex and sensitive challenge of journalistic work, especially when journalists cannot report war fears first-hand due to financial and security reasons but must rely on other sources.

The subject of this research is media content thematically related to the war in Ukraine, published on the Croatian portals 24sata.hr and večernji.hr in the period from February 24, 2022, to March 3, 2022, under the keywords #war, #ukrajina. The analyzed articles were selected using a sampling method so that due to the large amount of published articles, the samples we chose for the research would be more representative. Every fifth article on the portals 24sata.hr and večernji.hr that was published in the specified period was analyzed. Content analysis was used as a research method in this paper, whereby the analysis was carried out on analysis units of 192 media articles that include all available article formats - news, reports, reports, analyses, columns, and live articles.

KEYWORDS: war, Ukraine, news reporting, war journalism, croatian news sites

## **13. PRILOZI**

### **PRILOG 1. Matrica**

#### **KATEGORIJA: OBILJEŽJA ČLANKA**

##### **1. DAN OBJAVE (24. veljače 2022. do 4. ožujka 2022.) (OBJ)**

1. Ponedjeljak
2. Utorak
3. Srijeda
4. Četvrtak
5. Petak
6. Subota
7. Nedjelja

##### **2. RUBRIKA U KOJOJ JE OBJAVLJEN ČLANAK (RUBRIKA)**

1. News (vijesti)
2. Sport
3. Show/lifestyle
4. Viral

##### **3. PORTAL (NOV)**

1. 24sata.hr
2. Večernji.hr

##### **4. ŽANR OBJAVE (ŽANR)**

1. Vijest i kratka vijest (do 10 redaka)
2. Kratki članak - izvještaj (do 25 redaka)
3. Članak – analiza (između 25 i 60 redaka)
4. Veliki članak –analiza (više od 60 redaka)
5. Reportaža
6. Kolumna
7. Intervju
8. Live članak

## **5. GLAVNA TEMA (TEMA)**

1. Poginuli
2. Izbjeglice
3. Ruski ratni napadi
4. Ukrajinski ratni napadi
5. Političari (Zelenski, Putin, Milanović, Plenković, Orban, Biden...)
6. Prosvjedi
7. Reakcije zemalja EU i SAD-a
8. Naoružanje
9. Ekonomija
10. Reakcije poznatih osoba
11. Stanje u Ukrajini (UŽIVO)
12. Nešto drugo

## **6. OPĆI TON ČLANKA (TON)**

1. Neutralan
2. Negativan (izaziva strah, tjeskobu, tugu, bijes)
3. Pozitivan (izaziva zadovoljstvo, osjećaj pravednosti, herojstvo, toplinu)

## **KATEGORIJA NASLOV**

### **7. KOJI NASLOVI POSTOJE U PRILOGU? (NASL)**

1. Samo glavni naslov
2. Nadnaslov, naslov, podnaslov, međunaslov
3. Nadnaslov, naslov, podnaslov
4. Nadnaslov, naslov
5. Naslov, podnaslov

### **8. KONOTACIJE NASLOVA PREMA RATU U UKRAJINI (KON\_NASL)**

1. Podrška
2. Osuda
3. Neutralnost

(PODKATEGORIJA ZA MAMILICE/CLICKBAIT)



**9. JE LI GLAVNI NASLOV VARLJIV (NAJAVLJUJE NEŠTO ČEGA U TEKSTU GENERALNO NEMA)? (VAR1)**

1. Da
2. Ne
3. Teško je odrediti

**10. NAGLAŠAVA LI GLAVNI NASLOV NEIZVJESNOST (EVO, POGLEDAJTE, NEĆETE VJEROVATI) (NEIZCV)**

1. Da
2. Ne

**11. JE LI U GLAVNOM NASLOVU PRISUTNO NAGLAŠAVANJE EMOCIJA (STRAH, UZBUĐENJE, PRIJETNJA) (EMO)**

1. Da
2. Ne

**12. TEMELJI LI SE NASLOV NA SUPERLATIVIMA I PREUVELIČAVANJU? (SUP)**

1. Da
2. Ne

**13. PRIKRIVA LI NASLOV MJESTO DOGAĐAJA U ODNOSU NA ONO ŠTO SE MOŽE PRONAĆI U PRILOGU? (PRIKR)**

1. Da
2. Ne
3. Teško je utvrditi

**14. PRIKRIVA LI NASLOV VRIJEME DOGAĐAJA U ODNOSU NA ONO ŠTO SE MOŽE PRONAĆI U PRILOGU? (PRIKR)**

1. Da
2. Ne
3. Teško je utvrditi

**15. DOVODI LI NASLOV U ZABLUDU OKO SUDIONIKA DOGAĐAJA? (ASOCIJACIJE NA POZNATE I PROMINENTNE OSOBE IAKO JE RIJEČ O NEKOME DRUGOME) (ASOC)**

1. Da
2. Ne
3. Teško je utvrditi

**16. MANIPULIRA LI SE U NASLOVU KONTEKSTOM? (KONT)**

1. Da
2. Ne

**17. JE LI GLAVNI NASLOV POSVE NEISTINIT U ODNOSU NA ONO ŠTO MOŽEMO PROČITATI U TEKSTU? (NEIST)**

1. Da
2. Ne
3. Teško je odrediti

**18. DOMINIRAJU LI U NASLOVU BROJEVI KOJIMA JE CILJ NEŠTO NAGLASITI? (NPR. UKRAJINU NAPUSTILO TRI PUTA VIŠE LJUDI NEGO ZADNJIH 50 GODINA, INFLACIJA ITD.) (NAGL.)**

1. Da
2. Ne

### **3. KATEGORIJA NASLOVNE FOTOGRAFIJE**

**19. NASLOVNA FOTOGRAFIJA PRIKAZUJE: (FOTO)**

1. Djecu civile
2. Žene civile
3. Muškarce civile
4. Stradale
5. Vojnike/vojnkinje/vojsku
6. Oružje
7. Političare
8. Izbjeglice/izbjegličke kampove
9. Ratnu infrastrukturu (zgrade, naselja, ulice...)
10. Poznate osobe
11. Nešto drugo

**20. NASLOVNA FOTOGRAFIJA KRŠI ETIČKE I MORALNE STANDARDE (DJECA, UBIJENI CIVILI/VOJNICI BEZ CENZURE, FOTOGRAFIJE KOJE NARUŠAVAJU UGLED I DOSTOJANSTVO ČOVJEKA...) (FOTO\_ETIKA)**

1. Da
2. Ne

**21. JE LI NASLOVNA FOTOGRAFIJA POVEZANA S TEMOM ČLANKA (POVEZANOST S MJESTOM, VREMENOM I LJUDIMA O KOJIMA SE PIŠE) (FOTO\_TEMA)**

1. Da
2. Ne
3. Teško je utvrditi

**22. JE LI IZVOR FOTOGRAFIJE ANONIMAN (FOTO\_IZVOR)**

1. Da
2. Ne

**23. AKO JE PREUZETA S DRUŠTVENIH MREŽA, KOJE SU TO? (FOTO\_DM)**

1. Facebook
2. Twitter
3. Telegram
4. Instagram
5. Tik-Tok
6. Ostalo
7. Nije preuzeta s društvenih mreža

**KATEGORIZACIJA IZVORA**

**24. KOLIKO SE IZVORA INFORMACIJA NAVODI U PRILOGU? (IZVOR)**

1. Jedan
2. Dva
3. Tri
4. Četiri i više
5. Niti jedan

**25. KOJU STRANU ZASTUPAJU OBJAVLJENI IZVORI INFORMACIJA (IZVOR2)**

1. Ukrajina
2. Rusija
3. Nisu opredjeljeni (neutralan stav)

**26. TIP IZVORA INFORMACIJA KOJI SE POJAVLJUJE U PRILOGU? (IZVOR3)**

1. Strane medijske kuće (BBC, CNN...)
2. Strane agencije (ATP, Reuters...)
3. Ukrajinske agencije i medijske kuće
4. Ruske agencije i medijske kuće
5. Hrvatske agencije i medijske kuće
6. Društvene mreže (Facebook, Twitter, Telegram)
7. Teško je utvrditi/neimenovani izvor
8. Portal je izvor

**27. TKO JE IZVOR INFORMACIJA KOJI SE POJAVLJUJE U PRILOGU (IZVOR4)**

1. Ukrajinski političari i institucije (Zeneskij, Reznikov, Ministarstvo obrane...)
2. Ruski političari i institucije (Putin, Lavrov...)
3. Hrvatski političari i institucije (Milanović, Plenković, Božinović...)
4. Humanitarne i druge civilne organizacije (Crveni križ, UN, UNICEF...)
5. Civili/izbjeglice

6. Strani političari i institucije (Biden, Bijela kuća, kineski političari...)
7. Europski političari i institucije (Europski parlament, Orban...)
8. Vjerske institucije
9. Poznate osobe (pjevači, sportaši, glumci...)
10. Kombinacija nekoliko izvora
11. Teško je odrediti

**28. POJAVLJUJU LI SE U TEKSTU NEIMENOVANI IZVORI INFORMACIJA?  
(IZVOR\_NEIM)**

1. Autor se u potpunosti oslanja na neimenovane izvore
2. Autor se djelomično oslanja na neimenovane izvore
3. U odnosu na cijeli prilog autor samo usput spominje neimenovane izvore
4. Teško je utvrditi
5. Nema neimenovanih izvora

**29. JE LI AUTOR TEKSTA POTPISAN U ČLANKU?**

1. Da
2. Ne

**30. JE LI U NASLOVU MOGUĆE PREPOZNATI SENZACIONALIZAM, KOJI PREMA SLATTEY I HAKANEN „U SVOJOJ SRŽI IMA SVRHU PRIVUĆI EMOCIJE, POTAKNUTI LJUDSKI INSTINKT TE POBUDITI ZNATIŽELJU“**

1. Da
2. Ne

**PRILOG 2. Linkovi članaka (pristupljeno 8.8.2023.)**

1. <https://www.vecernji.hr/vijesti/uzivo-kamere-u-ukrajinskim-gradovima-rusi-tvrde-da-napadaju-vojne-ciljeve-oglasile-se-sirene-1566016>
2. <https://www.vecernji.hr/vijesti/nasi-politicari-osudili-invaziju-napad-rusije-na-ukrajinu-zastrasujuce-podsjeca-na-nase-iskustvo-rata-1566033>
3. <https://www.vecernji.hr/vijesti/video-siri-se-snimka-navodnog-ukrajinskog-vojnika-pred-rusku-invaziju-mama-i-tata-volim-vas-1566063>
4. <https://www.vecernji.hr/sport/sve-je-stalo-zbog-rata-ukrajina-odgodila-nogometno-prvenstvo-1566117>

5. <https://www.vecernji.hr/vijesti/mons-milan-stipic-pozivam-na-molitvu-za-mir-ali-i-pomoc-izbjeglicama-iz-ukrajine-1566175>
6. <https://www.vecernji.hr/vijesti/hrvatica-u-luhansku-ljude-hvataju-po-ulicama-uzimaju-im-automobile-1566213>
7. <https://www.vecernji.hr/vijesti/tisuce-ukrajinaca-noc-ce-provesti-u-podzemnoj-zeljeznici-u-tijeku-opca-mobilizacija-1566284v>
8. <https://www.vecernji.hr/vijesti/video-europska-komisija-donijela-najostrije-sankcije-u-povijesti-evo-sto-su-odlucili-1566290>
9. <https://www.vecernji.hr/showbiz/angelina-jolie-o-stanju-u-ukrajini-vec-smo-vidjeli-izvjesca-o-zrtvama-i-ljudima-koji-su-poceli-bjezati-1566327>
10. <https://www.vecernji.hr/vijesti/britanski-ministar-obrane-ruska-vojska-nije-ispunila-svoju-glavnu-zadacu-prvoga-dana-1566344>
11. <https://www.vecernji.hr/vijesti/svjetska-turisticka-mreza-svijetu-koji-se-oporavlja-od-pandemije-sada-ne-treba-rat-1566369>
12. <https://www.vecernji.hr/vijesti/ukrajina-spremna-razgovarati-oko-prihvatanja-neutralnog-statusa-glede-nato-a-1566379>
13. <https://www.vecernji.hr/vijesti/analiticar-mandic-intervencija-nato-a-samo-ako-putin-napadne-na-baltiku-a-tada-je-rusija-mrtva-1566394>
14. <https://www.vecernji.hr/vijesti/ukrajinci-slave-heroja-poginuo-minirajuci-most-kako-bi-zaustavio-ruske-snage-1566428>
15. <https://www.vecernji.hr/vijesti/putin-zeli-veliku-i-mocnu-rusiju-a-meni-je-zelja-da-ukrajinci-obave-posao-kao-i-hrvati-u-vrijeme-domovinskog-rata-1566489>
16. <https://www.vecernji.hr/sport/blokada-hrvatska-lutrija-iz-ponude-izbacila-sva-natjecanja-iz-rusije-i-bjelorusije-1566578>
17. <https://www.vecernji.hr/vijesti/pocinje-napad-na-glavni-grad-ukrajine-kijevom-odjekuju-glasne-eksplozije-1566292>
18. <https://www.vecernji.hr/vijesti/video-ruski-djed-suprotstavio-se-ruskim-vojnicima-u-ukrajini-zar-nemate-problema-u-vasoj-zemlji-1566621>

19. <https://www.vecernji.hr/zagreb/tomasevic-zagreb-spreman-pruziti-svu-pomoc-izbjeglicama-iz-ukrajine-1566656>
20. <https://www.vecernji.hr/vijesti/madarska-podrzala-sankcije-rusiji-orban-vrijeme-je-da-budemo-ujedinjeni-ovo-je-rat-1566686>
21. <https://www.vecernji.hr/showbiz/kci-putinovog-glasnogovornika-usprotivila-se-ratu-a-prije-je-cesto-kritizirala-ruski-obrazovni-sustav-1566710>
22. <https://www.vecernji.hr/vijesti/video-javio-nam-se-hrvat-denis-iz-ukrajine-ruski-avioni-su-iznad-grada-i-svi-bjeze-u-bunker-1566755>
23. <https://www.vecernji.hr/vijesti/trump-prvo-hvalio-putina-sad-ga-osuduje-ovo-se-dogada-jer-su-nas-pokrali-na-izborima-1566788>
24. <https://www.vecernji.hr/vijesti/ukrajinka-u-bijegu-iz-kijeva-za-vecernji-rusko-oklopno-vozilo-zaustavili-smo-kamenjem-1566786>
25. <https://www.vecernji.hr/vijesti/nemilosrdni-cecenski-general-magomed-tusajev-ubijen-u-borbama-oko-kijeva-1566828>
26. <https://www.vecernji.hr/vijesti/ukrajinci-objavili-koliko-su-unistili-ruske-vojne-opreme-rusi-se-javili-sa-svojim-brojkama-1566839>
27. <https://www.vecernji.hr/vijesti/rusi-su-ubili-200-civila-u-dva-dana-granatiraju-stambena-naselja-vidi-se-sto-im-je-glavni-cilj-1566890>
28. <https://www.vecernji.hr/vijesti/hrvatski-dragovoljci-krenuli-u-rat-predvodi-ih-bivsi-voda-bbb-a-ima-nas-iz-splita-osijeka-zadra-1566896>
29. <https://www.vecernji.hr/vijesti/svijet-osuduje-putina-zbog-prijetnje-nuklearnim-oruzjem-kijevu-i-harkivu-slijedi-jos-jedna-teska-noc-1566984>
30. <https://www.vecernji.hr/vijesti/sisacki-biskup-vlado-kosic-uputio-pismo-podrske-i-solidarnosti-nadbiskupu-kijeva-sviatoslavu-sevcuku-1567046>
31. <https://www.vecernji.hr/sport/saliamidzica-potresao-rat-u-ukrajini-prisjetio-se-turbulentnih-dogadaja-u-hrvatskoj-i-bih-1567111>
32. <https://www.vecernji.hr/vijesti/neslaganje-u-bih-oko-ukrajine-komsic-podrzavam-sankcije-rusiji-dodik-putin-je-veliki-drzavnik-1567167>

33. <https://www.vecernji.hr/showbiz/ukrajinska-pobjednica-na-eurosongu-moli-za-pomoc-putin-mora-platiti-za-svoj-zlocin-protiv-covjecnosti-1567113>
34. <https://www.vecernji.hr/vijesti/tuzni-prizori-nepregledne-kolone-pjesaka-s-koferima-pokusavaju-se-dokopati-eu-1567256>
35. <https://www.vecernji.hr/showbiz/ruska-plesacica-rekla-da-je-boli-briga-za-rat-pa-se-opravdava-ne-podrzavam-putina-in vaziju-izgubljene-zivote-i-politiku-1567265>
36. <https://www.vecernji.hr/vijesti/zapadni-obavjestajci-putin-gubi-kontrolu-agresivan-je-prema-suradnicima-pojacat-ce-napad-1567400>
37. <https://www.vecernji.hr/vijesti/kotromanovic-termobaricke-rakete-u-ukrajini-to-bi-bio-masakr-putin-jos-ne-racuna-s-tim-1567438>
38. <https://www.vecernji.hr/vijesti/branko-caratan-moskva-ce-ici-na-pregovaracko-rjesenje-to-ne-rade-oni-koji-glatko-dobivaju-rat-1567490>
39. <https://www.vecernji.hr/vijesti/picula-putin-za-ratne-zlocine-mora-odgovarati-pred-ratnim-sudom-kao-i-milosevic-1567532>
40. <https://www.vecernji.hr/vijesti/tek-nam-je-rat-u-ukrajini-otkrio-velicinu-naseg-postignuca-u-domovinskom-ratu-1567240>
41. <https://www.vecernji.hr/showbiz/prva-dama-ukrajine-oglasila-se-na-drustvenim-mrezama-objavila-je-potresni-video-mi-smo-protiv-rata-i-nismo-prvi-napali-1567588>
42. <https://www.vecernji.hr/biznis/aviokompanije-preusmjeravaju-rute-prema-aziji-preko-hrvatske-ozbiljno-cemo-zaraditi-1567591>
43. <https://www.vecernji.hr/techsci/apple-google-i-meta-ogranicavaju-prozvo-de-i-usluge-za-rusko-trziste-1567661>
44. <https://www.vecernji.hr/vijesti/unicef-eskalirajuci-sukobi-predstavljaju-prijetnju-za-zivote-i-dobrobit-75-milijuna-djece-1567693>
45. <https://www.vecernji.hr/vijesti/lavrov-upozorio-dode-li-do-treceg-svjetskog-rata-bit-ce-razoran-mogao-bi-ukljucivati-nuklearno-oruzje-1567716>
46. <https://www.vecernji.hr/vijesti/ruski-milijarderi-jahte-pospremili-na-maldve-tamo-nema-sporazuma-o-izrucenju-sad-u-1567767>

47. <https://www.vecernji.hr/vijesti/putinova-prijetnja-izazvala-val-tjeskobe-u-srednjoj-europi-gradani-u-strahu-pohrlili-kupiti-jod-1567821>
48. <https://www.vecernji.hr/vijesti/medunarodni-kazneni-sud-otvorio-istragu-o-ruskim-ratnim-zlocinima-u-ukrajini-1567902>
49. <https://www.vecernji.hr/sport/ukrajinski-tenisac-krenuo-u-rat-javio-mu-se-i-dokovic-evo-sto-je-otkrio-stahovski-1567947>
50. <https://www.vecernji.hr/vijesti/dodik-pokusao-blokirati-glasanje-veleposlanika-bih-u-un-u-pomagali-mu-rusi-1567973>
51. <https://www.vecernji.hr/vijesti/ukrajinka-iz-sibenika-porucila-rusima-i-bjelorusima-vasi-predsjednici-okrenuti-su-prema-ukrajini-oslabljeni-su-krenite-1568016>
52. <https://www.vecernji.hr/vijesti/kotromanovic-hrvatska-sada-mora-reagirati-putin-nece-stati-dok-dnjepar-ne-postane-granica-1568037>
53. <https://www.vecernji.hr/sport/andrej-plenkovic-pomogao-spanjolskom-nogometasu-da-napusti-ukrajinu-spasio-me-njegov-poziv-1568068>
54. <https://www.vecernji.hr/vijesti/video-pogledajte-kako-je-hrvatski-vojni-atase-obio-primiti-rusku-notu-1568162>
55. <https://www.vecernji.hr/vijesti/mlada-ukrajinka-iz-hersona-nas-grad-je-preplavljen-ruskim-okupatorima-zelimo-da-grad-ostane-ukrajinski-1568166>
56. <https://www.24sata.hr/news/prve-snimke-razaranja-snazne-eksplozije-odjeknule-u-ukrajini-817620>
57. <https://www.24sata.hr/news/ekskluzivni-video-hrvat-iz-ukrajine-za-24sata-ljudi-bjeze-u-panici-benzinske-su-krcate-817631>
58. <https://www.24sata.hr/news/macron-rusija-mora-odmah-okoncati-vojne-operacije-817648>
59. <https://www.24sata.hr/news/joe-biden-sad-i-g7-traze-odgovornost-rusije-nakon-napada-na-ukrajinu-817628>
60. <https://www.24sata.hr/news/zelenskij-svaki-ukrajinac-ce-odluciti-o-buducnosti-zemlje-817705>



61. <https://www.24sata.hr/news/slovenija-i-crna-gora-osudili-napade-rusija-grubo-krsi-medunarodno-pravo-i-un-nacela-817707>
62. <https://www.24sata.hr/news/braca-klicko-nasi-borci-herojski-brane-domovinu-slava-ukrajini-817723>
63. <https://www.24sata.hr/sport/podrzava-putina-abramovicu-zabranili-da-zivi-u-v-britaniji-817737>
64. <https://www.24sata.hr/show/iz-ukrajine-se-javila-pobjednica-eurosonga-i-porucila-doslo-je-to-jutro-moramo-skupiti-snagu-817713>
65. <https://www.24sata.hr/sport/treneri-i-nogometasi-sahtara-zapeli-u-kijevskom-hotelu-situacija-je-ozbiljna-molite-se-817759>
66. <https://www.24sata.hr/news/australija-prosiruje-popis-sankcija-rusiji-nakon-napada-na-ukrajinu-postoji-cijena-za-ovo-817706>
67. <https://www.24sata.hr/news/bacic-rusija-rusi-svjetski-poredak-i-globalnu-sigurnost-817793>
68. <https://www.24sata.hr/news/srusen-avion-ukrajinskih-oruzanih-snaga-kod-kijeva-817795>
69. <https://www.24sata.hr/news/opskrba-plinom-je-neometana-ako-dode-do-daljnje-eskalacije-cijena-dodatno-cemo-reagirati-817815>
70. <https://www.24sata.hr/news/video-hrvat-iz-ukrajine-nema-novca-na-bankomatima-sve-je-zatvoreno-velika-je-panika-817822>
71. <https://www.24sata.hr/news/hrvatski-sabor-deklaracijom-osudio-agresiju-na-ukrajinu-817832>
72. <https://www.24sata.hr/news/maersk-obustavlja-ispоруke-u-ukrajinu-do-kraja-veljace-817843>
73. <https://www.24sata.hr/show/poznati-hrvati-komentirali-ruski-napad-na-ukrajinu-u-ratu-svi-zaraduju-osim-naroda-koji-gine-817847>
74. <https://www.24sata.hr/news/klicko-borac-sam-i-ne-bojim-se-za-sebe-ali-sam-zabrinut-za-tri-milijuna-gradana-kijeva-817856>

75. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinski-predsjednik-rusi-zauzeli-vojni-aerodrom-817872>
76. <https://www.24sata.hr/news/video-otac-se-u-suzama-oprasta-od-kceri-ostaje-braniti-ukrajinu-817870>
77. <https://www.24sata.hr/news/uzivo-biden-se-obraca-javnosti-nakon-hitnog-sastanka-g7-817873>
78. <https://www.24sata.hr/news/ministar-bozinovic-hrvatska-ce-ukrajinskim-izbjeglicama-pruziti-sve-sto-im-je-potrebno-817906>
79. <https://www.24sata.hr/show/glumica-tara-rosandic-prisjetila-se-studentskih-dana-u-kijevu-i-porucila-zaustavite-agresiju-817747>
80. <https://www.24sata.hr/news/emisija-24sata-analiza-sukoba-817917>
81. <https://www.24sata.hr/sport/rubljev-prima-prijetece-poruke-rus-sam-ali-zalazem-se-za-mir-817901>
82. <https://www.24sata.hr/news/video-hrabra-ukrajinka-stala-je-pred-ruskog-vojnika-koji-ku-ac-radis-u-nasoj-zemlji-poginut-ces-817956>
83. <https://www.24sata.hr/news/hakeri-objavili-smo-rat-rusiji-817959>
84. <https://www.24sata.hr/sport/ukrajinski-nogometas-ubijaju-ljude-civile-zelim-u-rat-zelim-pomoci-svojim-ukrajincima-817971>
85. <https://www.24sata.hr/news/uk-rusija-planira-potpunu-invaziju-i-zauzimanje-ukrajine-818007>
86. <https://www.24sata.hr/news/uznemirujuci-video-ruski-oklopnjak-pregazio-civilni-automobil-tijekom-voznje-818018>
87. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinci-vode-zestoke-borbe-s-rusima-oko-glavnog-grad-a-818036>
88. <https://www.24sata.hr/news/angela-merkel-takoder-je-ostro-osudila-ruski-napad-na-ukrajinu-818055>
89. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinci-bjeze-u-srednju-europu-818076>

90. <https://www.24sata.hr/news/nekoliko-djece-tesko-ozlijedeno-u-ruskom-napadu-na-vertic-ovo-su-ratni-zlocini-odgovarat-cete-818088>
91. <https://www.24sata.hr/sport/klicko-ovo-je-krvavi-rat-borit-cu-se-nemam-drugog-izbora-818030>
92. <https://www.24sata.hr/sport/teski-dani-za-jedinog-ukrajinca-u-hnl-u-ceberkova-obitelj-je-u-opasnoj-zoni-svi-smo-uz-njega-818107>
93. <https://www.24sata.hr/news/rusko-veleposlanstvo-je-nezadovoljno-trazi-od-politicara-i-medija-u-bih-prestanak-kritika-818134>
94. <https://www.24sata.hr/news/putin-rekao-xiju-spremni-smo-na-pregovore-s-ukrajinom-818142>
95. <https://www.24sata.hr/news/od-pocetka-invazije-ruske-snage-ostale-bez-2800-vojnika-818163>
96. <https://www.24sata.hr/news/dobrovoljci-deseci-skota-su-se-prijavili-za-borbu-u-ukrajini-819656>
97. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinc-stao-pred-vojna-vozila-kod-krima-kako-bi-ih-zaustavio-818180>
98. <https://www.24sata.hr/news/glavni-tajnik-nato-a-otkrio-sto-ce-iduce-poduzeti-u-svojem-govoru-je-spomenuo-i-bih-818204>
99. <https://www.24sata.hr/news/za-corica-nema-drame-cijene-baznih-goriva-nece-rasti-imamo-i-zalihe-za-nekoliko-mjeseci-818201>
100. <https://www.24sata.hr/news/oklopnjak-koji-je-kod-kijeva-pregazio-auto-nije-ruski-nego-ukrajinski-vozac-je-prezivio-818224>
101. <https://www.24sata.hr/news/borbe-i-eksplozije-u-kijevu-civili-iz-grada-bjeze-u-tisucama-818231>
102. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinci-tvrde-da-nisu-odbili-ponudu-rusa-za-pregovorima-818251>
103. <https://www.24sata.hr/news/raznio-sebe-i-most-da-zaustavi-ruske-tenkove-zadnje-rijeci-su-mu-bile-dizem-most-u-zrak-818258>

104. <https://www.24sata.hr/sport/andrija-jarak-se-javno-zahvalio-vukojevicu-evo-sto-muje-rekao-818265>
105. <https://www.24sata.hr/news/hrvatsku-ce-rat-i-sankcije-pogoditi-skupim-energentima-udar-ce-doci-indirektno-818282>
106. <https://www.24sata.hr/news/norveska-policija-upala-na-luksuznu-jahtu-putinovog-prijatelja-bivseg-casnika-kgb-a-818278>
107. <https://www.24sata.hr/news/potresne-fotografije-tek-rodene-bebe-morali-su-seliti-u-podrumu-818293>
108. <https://www.24sata.hr/news/francuske-vlasti-zaplijenile-ruski-brod-jer-je-njegov-vlasnik-pod-sankcijama-eurospke-unije-818313>
109. <https://www.24sata.hr/news/slovenija-evakuirala-osoblje-veleposlanstva-iz-kijeva-spremna-je-vojno-pomoci-818325>
110. <https://www.24sata.hr/news/viktor-orban-madarska-nece-blokirati-sankcije-protiv-rusije-818340>
111. <https://www.24sata.hr/news/na-ukrajinskoj-granici-majka-je-tudu-djecu-prevela-u-sigurnost-818349>
112. <https://www.24sata.hr/news/estonski-politicar-tvrdi-putin-je-bijesan-mislio-je-da-ce-rat-biti-lak-oni-nemaju-takticki-plan-818359>
113. <https://www.24sata.hr/news/berlin-odobrio-izvoz-raketnih-bacaca-iz-nizozemske-u-ukrajinu-818378>
114. <https://www.24sata.hr/news/u-cesku-stigao-posebni-vlak-s-izbjeglicama-iz-ukrajine-818388>
115. <https://www.24sata.hr/news/brojni-prosvjedi-u-europi-protiv-ruske-agresije-na-ukrajinu-818402>
116. <https://www.24sata.hr/news/zelenskij-tvrdi-ruske-snage-ceka-odlucan-otpor-u-kijevu-818410>
117. <https://www.24sata.hr/news/hrvatski-crveni-kriz-primio-je-prve-izbjeglice-iz-ukrajine-818420>

118. <https://www.24sata.hr/news/video-u-noci-prve-izbjeglice-stigle-u-zagreb-umorni-su-neka-se-naspavaju-i-odmore-818434>
119. <https://www.24sata.hr/news/sjecate-se-ukrajinaca-koji-su-ruskom-vojnomo-brodu-rekli-da-se-je-e-mozda-su-ipak-zivi-818437>
120. <https://www.24sata.hr/news/putinova-pudlica-lukasenkov-ovo-je-nista-obican-sukob-ali-uskoro-ce-rat-a-onda-i-pokolj-818457>
121. <https://www.24sata.hr/news/finska-i-rumunjska-zatvaraju-zracni-prostor-za-ruske-avione-818467>
122. <https://www.24sata.hr/news/najmanje-64-civila-poginulo-u-napadima-na-ukrajinu-stotine-tisuca-moralo-napustiti-zemlju-818486>
123. <https://www.24sata.hr/news/eu-ce-ukrajini-financirati-kupovinu-oruzja-goriva-i-medicinskih-potrepstina-818499>
124. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinski-mup-javno-objavio-slike-snimke-i-imena-ubijenih-i-zarobljenih-ruskih-vojnika-818504>
125. <https://www.24sata.hr/news/kijev-crowdfundingom-je-prikupio-osam-milijuna-dolara-818526>
126. <https://www.24sata.hr/show/ukrajinska-stilistica-iz-zagreba-tesko-je-prihvatiti-da-se-rat-dogada-u-drzavi-koju-volim-818522>
127. <https://www.24sata.hr/news/fizicar-tadic-putin-samo-zvecka-oruzjem-prica-o-nuklearnim-kapacitetima-je-zastrasivanje-818543>
128. <https://www.24sata.hr/news/rusija-pomoci-stranoj-drzavi-moze-se-protumaciti-kao-izdaja-818557>
129. <https://www.24sata.hr/news/rusija-prvi-put-priznala-gubitke-818572>
130. <https://www.24sata.hr/news/un-za-sutra-sazvao-sjednicu-opce-skupstine-o-ruskoj-invaziji-818590>
131. <https://www.24sata.hr/news/u-ukrajini-ubijeno-352-civila-818596>
132. <https://www.24sata.hr/news/lukasenkov-referendum-odobrio-nuklearno-oruzje-u-bjelorusiji-ako-zapad-krene-zovem-putina-818612>

133. <https://www.24sata.hr/news/ukrajina-se-odupire-invaziji-a-izolacija-rusije-se-produljuje-s-novim-sankcijama-818633>
134. <https://www.24sata.hr/news/zse-zbog-rata-u-ukrajini-ocekuje-se-nesigurno-trgovanje-818653>
135. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinski-mornar-htio-potopiti-jahtu-svog-ruskog-sefa-bas-me-briga-opet-bih-to-sve-pokusao-818700>
136. <https://www.24sata.hr/news/objavilo-ministarstvo-putinova-nuklearna-trijada-stavljena-u-stanje-pojacane-pripravnosti-818729>
137. <https://www.24sata.hr/show/madonna-ostro-napala-putina-nema-pravo-izbrisati-ukrajinu-boli-li-vas-ovo-koliko-i-mene-818755>
138. <https://www.24sata.hr/news/putin-razgovarao-s-macronom-i-obecao-da-ce-postediti-civile-818782>
139. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinski-veleposlanik-citao-poruke-ruskog-vojnika-mama-bojim-se-ovo-je-jako-tesko-818795>
140. <https://www.24sata.hr/news/mucne-scene-na-granici-djeca-se-prebacuju-preko-ljudi-da-se-spase-pomozi-spasi-mi-bebu-818799>
141. <https://www.24sata.hr/news/lavrov-zvao-dodika-tema-je-provedba-dogovora-s-putinom-818816>
142. <https://www.24sata.hr/news/pristase-navaljnog-zovu-ruse-na-gradansku-neposlusnost-818824>
143. <https://www.24sata.hr/news/odluka-njemacke-o-istoruci-oruzja-ukrajini-je-necuvena-818832>
144. <https://www.24sata.hr/news/erdogan-ne-mogu-prekinuti-odnose-s-ukrajinom-i-rusijom-818846>
145. <https://www.24sata.hr/show/mirta-surjak-prisjetila-se-2015-godine-pa-zakljucila-moje-srce-i-molitva-su-uz-one-koji-pate-818859>
146. <https://www.24sata.hr/news/rusi-svi-koji-istorucuju-oruzje-ukrajini-snosit-ce-odgovornost-818869>

147. <https://www.24sata.hr/news/cudni-simboli-na-ukrajinskim-zgradama-brzo-ih-obrisite-ili-prekrijte-to-je-djelo-sabotera-818896>
148. <https://www.24sata.hr/news/pula-bivsa-mornaricka-bolnica-je-spremna-prihvatiti-i-pruziti-spas-ukrajinskim-izbjeglicama-818911>
149. <https://www.24sata.hr/news/putin-ce-biti-odgovoran-u-slucaju-ratnih-zlocina-u-ukrajini-818926>
150. <https://www.24sata.hr/news/oba-su-pala-objavili-su-snimku-kako-ruse-dva-ruska-helikoptera-818933>
151. <https://www.24sata.hr/news/zelenskij-ce-preko-videa-bit-na-sjednici-europskog-parlamenta-818954>
152. <https://www.24sata.hr/news/ukrajina-tvrdi-kako-je-ubijeno-otprilike-5700-ruskih-vojnika-818964>
153. <https://www.24sata.hr/news/napad-na-harkiv-je-ratni-zlocin-818974>
154. <https://www.24sata.hr/news/bozo-kovacevic-u-studiju-24sata-o-putinu-suradnici-ga-se-boje-on-je-uvjeren-u-svoju-svemoc-818986>
155. <https://www.24sata.hr/news/rusi-srusili-legendarnog-pilota-vratio-se-iz-mirovine-i-branio-ukrajinu-pao-je-iznad-kijeva-819008>
156. <https://www.24sata.hr/news/nakon-harkiva-ruska-vojska-krenula-je-prema-gradu-kijevu-819031>
157. <https://www.24sata.hr/news/branimir-vidmarovic-u-studiju-24sata-putin-ima-svoju-viziju-njegove-prijetnje-su-ozbiljne-819048>
158. <https://www.24sata.hr/news/putujem-s-bebom-vec-18-sati-818807>
159. <https://www.24sata.hr/news/italija-zbog-sigurnosti-premjesta-veleposlanstvo-819063>
160. <https://www.24sata.hr/news/jandrovic-je-razgovarao-s-predsjednikom-ukrajinskog-parlamenta-o-stanju-u-ukrajini-819069>
161. <https://www.24sata.hr/news/pet-slepera-humanitarne-pomoci-krece-prema-ukrajini-819087>

162. <https://www.24sata.hr/show/ruska-manekenka-irina-shayk-podrzala-ukrajinu-donirajte-sto-mozete-molim-se-za-mir-819090>
163. <https://www.24sata.hr/news/ljubljana-prosvjed-protiv-rata-u-ukrajini-okupilo-se-1000-ljudi-819113>
164. <https://www.24sata.hr/news/venezuelski-predsjednik-pruzio-snaznu-potporu-putinu-819126>
165. <https://www.24sata.hr/news/skupina-g7-raspravljala-o-dodatnim-sankcijama-rusiji-819134>
166. <https://www.24sata.hr/news/lukasenکو-rasporedio-dodatnu-vojnu-snagu-na-jugu-bjelorusije-819151>
167. <https://www.24sata.hr/sport/svitolina-pomela-ruskinju-bila-je-ovo-misija-za-moju-zemlju-819160>
168. <https://www.24sata.hr/news/završili-kao-na-trpinjskoj-cesti-ruski-tenkovi-usli-u-predgrade-kijeva-ukrajinci-su-ih-dočekali-819180>
169. <https://www.24sata.hr/news/aviokompanija-wizz-air-nudi-besplatan-prijevoz-za-100-000-izbjeglica-iz-ukrajine-819203>
170. <https://www.24sata.hr/news/enaoruzani-ukrajinci-blokiraju-put-do-najvece-nuklearke-819229>
171. <https://www.24sata.hr/news/ozlijedene-novinare-evakuirali-iz-ukrajine-i-odveli-u-moldaviju-819253>
172. <https://www.24sata.hr/news/milanovic-plenkovic-nije-trebao-reci-ono-o-pripravnosti-vojske-819276>
173. <https://www.24sata.hr/news/srbija-na-glasovanju-osudila-napad-na-ukrajinu-ali-odbila-podržati-sankcije-rusiji-i-putinu-819257>
174. <https://www.24sata.hr/news/mauripolj-trpi-velike-zrtve-od-ruskih-napada-gotovo-875-tisuca-ljudi-izbjeglo-iz-ukrajine-819319>
175. <https://www.24sata.hr/news/ukrajina-1000-stranih-boraca-bori-se-na-strani-ukrajine-819341>



176. <https://www.24sata.hr/news/ljubljana-velik-skup-potpore-ukrajini-govorio-i-jansa-819359>
177. <https://www.24sata.hr/news/podrska-ukrajini-varazdinski-vodotoranj-i-gradska-vijecnica-u-bojama-ukrajinske-zastave-819371>
178. <https://www.24sata.hr/news/zelenski-covjek-s-metom-na-celu-ovo-je-ozbiljno-nije-film-ja-nisam-ikona-ukrajina-je-819373>
179. <https://www.24sata.hr/show/bikovic-o-ratu-u-ukrajini-to-je-tiranija-prema-poznatima-mi-odmah-moramo-imati-neki-stav-819286>
180. <https://www.24sata.hr/news/povjesnicari-iz-regije-osudili-zloupotrebu-povijesti-za-agresiju-i-napad-na-ukrajinu-819405>
181. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinci-pozvali-ruske-majke-da-dodu-po-zarobljene-sinove-sigurne-ste-nismo-mi-fasisti-819410>
182. <https://www.24sata.hr/news/hrvati-se-ujedinili-i-preko-fejs-grupe-pomazu-ukrajincima-819450>
183. <https://www.24sata.hr/news/zelenskij-ako-netko-misli-da-se-ukrajinci-boje-ili-se-predaju-ne-zna-nista-o-ukrajini-idite-kuci-819475>
184. <https://www.24sata.hr/show/potreseni-serbedzija-progovorio-o-ratu-svijet-je-uzasan-padaju-bombe-na-grad-dokle-sve-ovo-819452>
185. <https://www.24sata.hr/show/slavni-plesac-uspio-pobjeci-iz-ukrajine-supruga-zaplakala-819472>
186. <https://www.24sata.hr/news/ukrajinski-diplomati-iz-moskve-utociste-su-pronasli-u-latviji-819493>
187. <https://www.24sata.hr/news/kotromanovic-putin-nece-prihvatiti-pregovore-dok-ne-bude-imao-kijev-na-dlanu-819581>
188. <https://www.24sata.hr/tech/ukrajina-ce-prodavati-nft-ove-kako-bi-financirali-svoju-vojsku-stizu-im-brojne-kripto-donacije-819591>
189. <https://www.24sata.hr/news/zelenskij-ako-padne-ukrajina-putin-ce-napasti-istocnu-europu-819613>

190. <https://www.24sata.hr/news/putin-ukrajinci-i-rusi-su-isti-narod-ali-ti-neonacisti-drze-zatocene-cak-i-kineske-studente-819620>
191. <https://www.24sata.hr/news/nas-vojni-atase-odbio-je-primiti-rusku-notu-morh-ne-znamo-za-hrvatske-borce-u-ukrajini-819631>
192. <https://www.24sata.hr/news/ruske-snage-otvorile-vatru-u-energodaru-blizu-nuklearke-819650>