

Medijatzacija rizika: televizijsko izvještavanje o potresu na području Banovine

Milas, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2021

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:114:658812>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-24**



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

Marija Milas

**MEDIJATIZACIJA RIZIKA: TELEVIZIJSKO
IZVJEŠTAVANJE O POTRESU NA PODRUČJU
BANOVINE**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2021.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

MEDIJATIZACIJA RIZIKA: TELEVIZIJSKO
IZVJEŠTAVANJE O POTRESU NA PODRUČJU
BANOVINE

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr.sc. Viktorija Car

Studentica: Marija Milas

Zagreb,
rujan, 2021.

Izjava o autorstvu

Izjavljujem da sam diplomski rad „Medijalizacija rizika: Televizijsko izvještavanje o potresu na području Banovine“, koji sam predala na ocjenu mentorici izv. prof. dr. sc. Viktoriji Car, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični 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.

Marija Milas

Sadržaj

1	UVOD	1
2	KAKO MEDIJI MIJENJAJU DRUŠTVO	2
3	RIZIK JE SVUDA OKO NAS	6
3.1	RIZIK U MEDIJIMA	8
3.2	KAKO IZVJEŠTAVATI O KRIZNIM SITUACIJAMA?	9
4	EMOCIJE.....	9
4.1	PRIKAZ EMOCIJA U IZVJEŠTAVANJU O KRIZNIM SITUACIJAMA.....	10
4.2	SENZACIONALIZAM U KRIZNIM SITUACIJAMA	11
5	BANOVINA	12
5.1	POTRES NA BANOVINI.....	12
5.2	ZAŠTO SE POTRES DOGODIO?	13
5.3	POSljedICE POTRESA	14
6	O ISTRAŽIVANJU	14
6.1	CILJ ISTRAŽIVANJAI ISTRAŽIVAČKA PITANJA.....	15
6.2	METODA ISTRAŽIVANJA.....	16
6.3	UZORAK.....	17
7	NADA U MEDIJSKOM PROSTORU	17
8	RIZIK KOJI JE UJEDINIO HRVATSKU	38
8.1	Vrijeme posvećeno priložima o potresu na Banovini.....	38
8.2	Riječi kojima se najčešće opisuje potres	39
8.3	Emocionalni i vrijednosni obrasci izvještavanja o potresu	40
8.4	Nude li mediji konkretno rješenje?.....	43
9	KATASTROFA POTIČE HRABROST	45
10	LITERATURA.....	47
	SAŽETAK.....	51
	SUMMARY	52
	PRILOZI.....	53

Popis ilustracija

Slika 1: Preliminarna karta intenziteta za potres 29. 12. 2020. godine u 12 sati i 19 minuta	13
Slika 2: Opis potresa	19
Slika 3: Opis posljedice potresa	20
Slika 4: Vrijednosna orijentacija priloga	21
Slika 5: Teme priloga	21
Slika 6: Emocije koje prevladavaju u prilogu	22
Slika 7: Negativne emocije u priložima	23
Slika 8: Pozitivne emocije u priložima	23
Slika 9: Učestalost prikazivanja emocija u krupnom planu i detalju	24
Slika 10: Učestalost prikazivanja emocija u bliskom načinu snimanja	25
Slika 11: Učestalost prikazivanja kadrova ptičje perspektive	26
Slika 12: Učestalost glazbene podloge u priložima	27
Slika 13: Glavni akteri priloga	27
Slika 14: Naglašavanje mogućih štetnih posljedica nastalih zbog potresa	28
Slika 15: Kadrovi u kojima mještani sugovornici gube kontrolu i/ili su vrlo emotivni...	29
Slika 16: Naglašavanje panike i straha među stanovništvom	30
Slika 17: Naglašavanje opasnosti za zdravlje i život građana (i financijski)	31
Slika 18: Žrtve u prilogu	32
Slika 19: Smjernice i informacije za javnost	33
Slika 20: Informacije o raznim vrstama pomoći	34
Slika 21: Čija se pomoć posebno ističe?	34
Slika 22: Naglašavanje potrebe za pomoći građanima	35
Slika 23: Lokacije kojima je potrebna pomoć	36
Slika 24: Lokacije koje su stradale u potresu	37
Slika 25: Naglašavanje novih situacija u kojima su se ljudi našli	37

1 UVOD

Da je 2020. godina bila nezaboravna imali smo prilike puno puta čuti u medijima, javnosti i u privatnoj komunikaciji. Pandemija koronavirusa, karantena, potres u Zagrebu „jačine 5,5 prema Richteru“ u ožujku (pmf.unizg.hr, 2020) te potpuni zaokret kada su u pitanju društveni odnosi - sve ovo poznatije je kao „novo normalno“. Loše događaje pred kraj godine, kao i na kraju svake druge, željeli smo ostaviti iza nas i nadati se boljoj idućoj godini. No, i na samom kraju neponovljiva 2020. uspjela je šokirati. 29. prosinca u 12 sati i 29 minuta područje Banovine pogodio je razorni potres magnitude „6.2 prema Richteru“. Kako je navedeno na stranicama Seizmološke službe, spomenuti potres jedan je od „dva najjača instrumentalno zabilježena potresa u Republici Hrvatskoj od 1909. godine“ (pmf.unizg.hr, 2021b). O njegovoj jačini svjedoči i to da se osjetio širom Hrvatske, ali i u susjednim zemljama. Nakon tog razornog potresa, uslijedilo je daljnje podrhtavanje tla koje traje i do trenutka predaje ovoga rada, u rujnu 2021. godine. Mnogi ljudi ostali su bez svojih domova, neki su stradali, a nekoliko ih je i smrtno stradalo. Ovaj je događaj, naravno, bio u centru medijske pozornosti. Televizijske kuće su izvještavale o razmjerima štete uzrokovane potresom i problemima koji su slijedili stanovništvu na pogođenom području.

Masovni mediji nisu jednostavni za definirati, ističe to Zrinjka Peruško, koja ih naziva „institucijama koje zadovoljavaju potrebu društva za javnom komunikacijom u kojoj mogu sudjelovati svi pripadnici društva. Masovni mediji su istovremeno komunikacijski oblici/proizvodi, institucije i kulturne formacije“ (Peruško, 2011: 15). Mediji prodiru u sve društvene aspekte, i vrlo su važni. Omogućavaju nam lakšu komunikaciju i pružaju informacije neovisno o vremenskoj i prostornoj razlici. Televizijske vijesti jedan su od popularnijih načina komunikacije medija s publikom. Putem slike, teksta i glazbe, gledatelji primaju informacije o tome što se događa u svijetu oko njih. U prošlosti takav vid komunikacije nije postojao, nego su se novosti prenosile usmenom predajom. Početkom 20. stoljeća mediji su postali prisutni u općoj populaciji. Kako je tehnologija napredovala, stvorili su se određeni obrasci interakcije i djelovanja medija (Balabanić i Benković, 2014: 66). „Medijske su se organizacije u sve većoj mjeri institucionalizirale, a s vremenom su potpuno postale zasebne institucije s vlastitom logikom djelovanja i interesa“ (Strömbäck, 2008 prema Balabanić i Benković, 2014: 66). Rezultat toga su današnji masovni mediji koji imaju monopol nad informacijama i mogu ih prezentirati javnosti kako god i na koji god način žele. Ako mediji imaju vlastitu logiku, na koji

način onda oni prezentiraju publici rizik? Ulrich Beck govori o današnjem društvu kao društvu rizika. „Rizici su socijalni konstrukti i definicije koje se baziraju na odgovarajućim definicijskim odnosima. Oni egzistiraju u obliku (naučnog ili alternativnog) znanja“ (Beck, 2011: 52). Rizik je danas sveprisutan, postao je dio budućnosti i sadašnjosti, u smislu da on postoji i povećava se njegov utjecaj, onda kada se razmišlja u stilu što bi bilo kad bi bilo.

2 KAKO MEDIJI MIJENJAJU DRUŠTVO

Mediji zadiru u doslovno svaki aspekt naših života. Dopisujemo se putem društvenih mreža s nama bliskim ljudima, posao izvodimo putem online komunikacije, vozeći se automobilom slušamo radio, čekajući autobus pretražujemo internetske stranice. Ukratko, veći dio našeg dana odvija se uz medije. Zbog te dominacije, mediji gube istinsku svrhu, a to je pravovremeno i objektivno informiranje građana. Medijski prostor pretvara se u svojevrsnu arenu u kojoj se televizijske kuće bore za gledanost. „Mediji su kompleksne društvene institucije i kulturne industrije čija organizacija varira s obzirom na ciljeve kojima teže i s obzirom na društvena očekivanja i doprinos koji se od njih očekuje“ (Peruško, 2011: 22). Medijske kuće teže zadovoljavanju publike pružajući im informacije i zabavu. Na taj način međusobno se bore za gledanost i publiku. Kao što sam već navela, mediji su postali sastavni dio našega života, svojim posredovanjem promijenili su način komunikacije. „Kako sve više i više medija postaje dijelom pojedinačne svakodnevnice, medijski tekstovi, slike i diskursi postaju dijelom individualne konstrukcije identiteta“ (Hjarvard, 2013: 11). Hjarvard u svojoj knjizi navodi i kako Krotz medijatzaciju smatra procesom koji traje još od početka pismenosti ljudi i kako medijatzacija stalno teče (Krotz, 2009 prema Hjarvard, 2013: 12). Baudrillard govori o simbolima koje je primijetio u medijskim kulturama. On kaže kako se mediji služe slikama, zvukovima i dr. kako bi stvorili simulakrum, odnosno prividnu stvarnost. S vremenom su ti simboli postali toliko detaljni da virtualni svijet čine stvarnijim nego što je to stvarni svijet. On je takvo stanje nazvao hiperrealnost. Njegova teorija ističe kako je pravi svijet sada zamijenjen simboličnim (Baudrillard, 1994 prema Hjarvard, 2013: 14). Hjarvard se s njim slaže u jednom dijelu. On govori, kako nema sumnje da su mediji zaista zamaglili razlike između virtualnosti i stvarnosti, no takvo shvaćanje naziva previše jednostavnim, jer ta teorija pretpostavlja da je došlo do samo jedne promjene, dok je medijatzacija, kako je vidi Hjarvard, puno kompliciranija. On je zamišlja kao „proširenje mogućnosti za interakciju u virtualnom prostoru i diferencijaciju onoga što ljudi smatraju stvarnim“ (Hjarvard, 2013: 15). Medijatzacija nije proces koji se

dogođa u svim društvima svijeta. „Najviše se javlja zadnjih godina 20. stoljeća u modernim, visoko industrijaliziranim društvima“ (Hjarvard, 2013: 18).

Peruško (2011: 18) navodi da su masovni mediji komunikacijski oblici, institucije i kulturne formacije. Oni u društvu djeluju neograničeno, neovisno o sloju društva, mediji su uvijek prisutni. Takvo djelovanje medija naziva se medijacija. Putem simbola prenose nam informacije, oblikuju kulturu, „omogućavaju dinamiku javnosti i stvaranja javnog mnijenja i tako pridonose demokraciji, djeluju na tržištu kao kulturne industrije, a većina njihovog sadržaja pripada popularnoj kulturi“ (Peruško, 2011: 16). Pojam koji se veže uz medijaciju je medijatizacija. Pojmovi su slični, a medijaciju, koja dovodi do medijatizacije društva, se može gledati kao svojevrsan most. Medijacija se odnosi na komunikaciju koja se odvija putem medija. „Njome se može obuhvatiti sam proces komunikacije općenito“ (Hepp, 2013 prema Čuvalo, 2015: 43). Medijacija, dakle, „podrazumijeva posredovanje medija u redovitoj komunikaciji“ (Lundby, 2014: 7). Ona se odnosi na komunikaciju putem televizije, radija, novina itd. Komunikacija koja se odvija putem procesa medijacije u jednom trenu dovodi do dugoročnih promjena u društvu i tada nastaje medijatizacija. Promjenu u procesu komunikacije možemo podijeliti na dvije razine. U tom scenariju, medijacija bi označavala razinu jedan, a medijatizacija razinu dva. Komunikacija koja se na prvoj razini stalno odvija putem, primjerice, razgovaranja na telefon, s vremenom potakne dugoročne promjene u socijalnom okruženju, te se „popne“ na drugu razinu. Pojam medijacija zbog svoje usredotočenosti samo na komunikacijski proces, ne može opisati dugoročne promjene koje su se dogodile u društvu. Medijatizacija je proces koji „označava dugoročnu, strukturnu transformaciju velikih razmjera između medija, kulture i društva“ (Hjarvard, 2013: 2). O medijima govore mnogi teoretičari. Medijatizaciju i promjene koje ona donosi oni gledaju iz dva ugla: konstruktivističko i institucionalno. Lundby (2014) ističe da svaki medij na svoj način oblikuje istu vijest. Pa će tako radio i televizija na dva posve različita načina predstaviti vijest o potresu na Banovini. S obzirom na to da putem televizije ne primamo samo informacije u audio obliku, nego vijest i vidimo, pa dobivene podatke potpuno drugačije interpretiramo, to je i logično. Medijacija i medijatizacija odvojene su teorije, ali obje se odnose na način na koji mediji oblikuju naše društvo, ali i na ono od čega se sastoji medijsko izvještavanje, sadržaj i na koji način se taj sadržaj koristi. Teoretičari medijatizacije istražuju kako mediji svojim djelovanjem dugoročno mijenjaju društvo (Hjarvard, 2013: 3). Thompson (1995, prema Hjarvard, 2013: 11) vjeruje da postoji korelacija između medijatizacije i kulturnih promjena. Smatra da velike medijske organizacije koje postoje na nacionalnoj i globalnoj razini ostavljaju posljedice na kulturu na

način da simbolički proizvodi koje one distribuiraju u društvo, mijenjaju komunikacijske tokove između pojedinaca i institucija. Prije su mediji služili kao agenti koji su distribuirali informacije između institucija i javnosti, a danas su oni odvojena institucija sa svojom vlastitom logikom. Sada se mediji više ne prilagođavaju drugim institucijama nego se one prilagođavaju medijima. Najbolji primjer za to je politika koja udovoljava logici i načinu djelovanja medijskih organizacija. Na medijizaciju se gleda kao proces koji djeluje na dva načina. Prvo, društvene institucije nalaze se pod „kontrolom“ medijskog djelovanja. Drugo, ako netko želi javnosti prenijeti određene informacije mora se prilagoditi logici medijskog izvještavanja (Bilić, 2011, prema Balabanić i Benković, 2014: 69). „Mediji postoje kao zasebna institucija koja ima kontrolu nad vitalnim resursima za društvo, a to su informacije, a istodobno su integrirani u svakodnevnicu (engl. *life-world*) drugih institucija, kulture i društva. Zbog te dvostrane prirode medijizacijskog procesa, na medijski sadržaj može se gledati kao na čimbenik koji utječe na kulturu i društvo, ali i kao na proizvode te iste kulture i društva“ (Balabanić i Benković, 2014: 70).

Hjarvard medijizaciju dijeli na direktnu – čvrstu i indirektnu – slabu. Slaba se odnosi na situaciju u kojoj „medijska obilježja ili mehanizmi sve više utječu na određenu aktivnost s obzirom na njezin oblik, sadržaj, organizaciju ili kontekst“ (Hjarvard, 2013: 20). Dok se direktna odnosi na „situacije u kojima se ne posredovana aktivnost pretvara u posredovani oblik, točnije, kada se neka aktivnost počne izvoditi u interakciji s medijem“ (Hjarvard, 2013: 20). Direktna medijizacija pokazuje nam kako neka socijalna aktivnost koja nije bila medijizirana, sada jest. U takvim slučajevima lakše vidimo situaciju prije i poslije medijizacije. Primjer su društvene mreže koje zamjenjuju komunikaciju licem u lice. Djelovanje indirektno medijizacije slabo je vidljivo. Odnosi se na veliko oslanjanje socijalnih institucija na medijske informacije i autoritet. Obje vrste medijizacije jednako su važne (Hjarvard, 2013: 20-21).

Shvaćanje pojma medijizacija možemo podijeliti na kvalitativni i kvantitativni dio. Kvantitativni se odnosi na proširenje medijskog djelovanja, pa npr. gledanje televizije više nije ograničeno samo na prostor doma koji uključuje sjedenje u naslonjaču i gledanje vijesti, nego uz pomoć mobitela možemo vijesti gledati gdje god da se nalazimo, bilo to u tramvaju, poslu, doma itd. „Mediji su dostupni stalno, u bilo koje vrijeme – televizija i radio su davno prešli na 24-satno emitiranje, internet i povezane platforme također, i prisutni su u sve većem broju društvenih situacija“ (Krotz, 2007, prema Hepp, 2012, prema Peruško, 2019: 166). S druge strane kvalitativni dio odnosi se na pronalaženje obrazaca preobrazbe društvenih situacija i

institucija (Peruško, 2019: 166). Winfried Schulz definirao je procese društvenih promjena u kojima mediji imaju najbitniju ulogu, to su: produživanje, nadomještanje, stapanje i prilagodba. (Schulz, 2004: 88). On je jedan od prvih koji je opisao medijizaciju kroz društvene promjene. Ljudska komunikacija je prostorno-vremenski ograničena, a mediji nisu, oni stalno šire granice komunikacije. Na ovo produživanje nadovezuje se nadomještanje, kojim mediji potpuno ili u jednom dijelu „zamjenjuju društvene aktivnosti i socijalne institucije“ (Schulz, 2004: 88). Primjer je vrijeme koje su članovi obitelji prije provodili zajedno družeći se i igrajući neku igru, sada provode gledajući televiziju. Kao primjer možemo istaknuti i pisanje pisama koje je zamijenilo „tipkanje“ brzih SMS poruka. Medijske aktivnosti se uz širenje isprepliću s ne-medijskim aktivnostima. Taj proces naziva se stapanje. Kako je već rečeno, u današnjem svijetu medijske aktivnosti neizostavne su, i ponekad ih provodimo već automatski. To se odnosi na slušanje radija dok vozimo automobil, gledanje televizije dok jedemo itd. I zadnji proces je prilagodba, koja se odnosi na prilagođavanje institucija medijskoj logici. Primjer toga je ponašanje političara tijekom držanja govora, oni svoj nastup nastoje „prodati“ televiziji kako bi ih ona eksponirala. Primjer su i glumci koji se moraju prilagoditi onome što je zanimljivo kako bi film uopće stigao na filmska platna. S ova četiri procesa Schulz (2004: 90) je zapravo opisao medijizaciju. Oni se međusobno ne isključuju, nego nadovezuju i upotpunjuju (Schulz, 2004: 90).

Medijizaciju dijelimo na dva pristupa: institucionalistički i socijalno-konstruktivistički. Institucionalističkom pristupu pripadaju autori kao što je Hjarvard i Schultz, dok Hepp i Couldry pripadaju socijalno-konstruktivističkoj tradiciji gledanja na medijizaciju. Institucionalistički pristup medijizaciji medijima pristupa kao institucijama koje imaju svoju vlastitu logiku. „Mediji su shvaćeni, s jedne strane kao 'dio tkanja društva i kulture' dok s druge strane predstavljaju 'više ili manje neovisnu društvenu instituciju' definiranu svojim vlastitim pravilima (medijska logika)“ (Čuvalo, 2015: 46). „Institucionalna perspektiva promatra medije iznad razine mikro-socijalnih interakcija i ispod makro razine općih tvrdnji koje poimaju društvo u cjelini“ (Hjarvard, 2013: 13). Ova perspektiva omogućuje proučavanje međusobne povezanosti kulture i tehnologije. Pomoću medijizacije kulture možemo shvatiti kako kultura i društvo postaju sve zavisniji o medijima i njihovoj logici. Hjarvard (2013: 17) kaže da taj proces karakterizira dualnost zato što su mediji integrirani u to kako druge socijalne institucije i kulturne sfere funkcioniraju, a s druge strane, i to kako su mediji i sami postali socijalne institucije. „Kao posljedica toga, socijalna se interakcija unutar institucija, između institucija i društva u cjelini sve više odvija putem medija“ (Hjarvard, 2013: 17). Socijalno-

konstruktivistički pristup gleda na medijalizaciju na dva načina. Prvo, kao na „način na koji se komunikativna konstrukcija stvarnosti manifestira u različitim medijskim procesima“ i „način koji (...) specifična obilježja određenih medija definiraju kontekst u kojem se odvija komunikativna konstrukcija stvarnosti“ (Couldry i Hepp, 2013: 196). Institucionalistička perspektiva odnosi se na velike medijske organizacije, socijalno-konstruktivistička perspektiva fokusira se na digitalnim i interpersonalnim medijima, te na svakodnevnoj komunikaciji. Medijalizacija podrazumijeva da mediji imaju svoju logiku prema kojoj djeluju. To se odnosi na način na koji mediji distribuiraju informacije, kako ih prezentiraju ili, možemo reći, pokušavaju „prodati“ društvu. „Logika medija utječe na društvene pojave interakcije i povezanosti, poput načina na koji se politička komunikacija provodi u medijima“ (Strömbäck, 2008 prema, Hjarvard, 2013: 17). Ne postoji jedinstvena medijska logika, ona ovisi o društvu i kulturi u kojem mediji djeluju. „Ona može utjecati na prirodu i funkciju društvenih odnosa, i na konekciju između pošiljatelja, sadržaja i primatelja u komunikaciji“ (Strömbäck, 2008 prema, Hjarvard, 2013: 17)

3 RIZIK JE SVUDA OKO NAS

U današnjem svijetu, na prvu se čini da rizik nije toliko prisutan. Nekako se najčešće u svakodnevnom životu, rizik povezuje s prometnim nesrećama, opasnim sportovima, ratom i slično. No, on je svuda oko nas i oduvijek je bio, samo su se vrste rizika uvelike promijenile. U prošlosti je rizik najviše bio povezan s prirodnim nepogodama ili nekakvim drugim vanjskim rizicima na koje čovjek ne može utjecati. Npr. seljaci su se bojali lošeg vremena da im ne propadne urod. Ali, koncept rizika nije oduvijek postojao, pojavljuje se u 16. i 17. stoljeću, gdje označava putovanja brodom u nepoznate vode. Prema tome, prvotno je rizik bio povezan uz prostor, kasnije uz vrijeme, a danas se odnosi na veliki spektar drugih nesigurnosti (Giddens, 2005: 42). Pojam rizika, povezan je s vjerojatnosti i nesigurnosti, ne možemo reći da u nekoj situaciji postoji rizik, ako smo sto posto sigurni u ishod te situacije. On se odnosi na budućnost, na moguću opasnost koja će se dogoditi. „Rizik pretpostavlja društvo koje se aktivno pokušava osloboditi prošlosti - što je primarno obilježje upravo moderne industrijske civilizacije“ (Giddens, 2005: 42). Prošle civilizacije nisu bile orijentirane na budućnost, a ono što mi danas vidimo kao rizik, oni su povezivali sa sudbinom ili bogovima. „Budući da je kod rizika riječ o događajima koji mogu, ali ni u kojem slučaju ne moraju nastupiti, oni su obilježeni visokim stupnjem nerealnosti. Rizici su socijalni konstrukti i definicije koje se baziraju na

odgovarajućim definicijskim odnosima. Oni egzistiraju u obliku (naučnog ili alternativnog) znanja“ (Beck, 2011: 52). Rizik ne znači katastrofu, nego očekivanje iste. On je virtualan, u „zraku“, on će tek postati realan. Rizika ima svakakvih, oni su nepredvidivi, često ih unaprijed očekujemo, pokušavamo izračunati kakve posljedice mogu prouzročiti, neke sami napravimo, a postoje i oni na koje ne možemo utjecati. No, svi autori koji govore o riziku, slažu se u to da, neovisno o vrsti rizika i njegovom poimanju, oni su nužni dio suvremene civilizacije. (Beck, 2011). Prema Čaladroviću razlikujemo prirodan i tehnološki rizik, dok Giddens (2005) govori o „proizvedenim i vanjskim“ (Giddens, 2005: 44) rizicima. Čaladrović za prirodne rizike kaže kako su oni „prepoznatljivi, vidljivi, postojeći, pa iako im se u najširoj javnosti ne moraju znati uzroci i posljedice, oni se prihvaćaju kao date činjenice koje jednostavno postoje i koje ne treba posebno tumačiti niti biti osobito iznenađen njegovom pojavom i posljedicama“ (Čaladrović, 1994: 3). Oni su oko nas i oduvijek su tu bili, postoje, to su potresi ili poplave. Na njih se ne može utjecati, osim pri sanaciji ili pomoći kada se prouzroči šteta. S druge strane su tehnološki rizici koji su naši proizvodi, nisu transparentni, o njima saznajemo od stručnjaka. Primjer je globalno zatopljenje, koje nastaje zbog ljudskog faktora. Giddens slično dijeli rizike, vanjski rizik je onaj koji dolazi izvana (potresi, plimni val), na njih smo već naučeni, dio su naše prošlosti, dok se proizvedeni rizik odnosi na one rizike s kojima smo u prošlosti imali malo iskustva (Giddens, 2005: 44-45). Beck današnje društvo gleda kao društvo rizika. Ono „predstavlja novu fazu u procesu modernizacije u kojoj je proizvodnja bogatstva sustavno praćena društvenom proizvodnjom rizika“ (Beck, 1992: 19). Rizik sami proizvodimo i onda se sami i osiguravamo, tako da je društvo rizika isprepletено s društvom sigurnosti. Imamo osjećaj sigurnosti zbog alata kojima smo osigurani (npr. auto osiguranje), oni neutraliziraju i kontroliraju rizik. „Rizik i sigurnost se, prema tome, hrane jedni od drugih u smislu da održavanje potražnje za sigurnošću zahtijeva održavanje pojačanog osjećaja rizika“ (Davoudi, 2014: 2). Ali ne postoji rizik sam, nego uz njega ide i opasnost ili hazard (u radu ću koristiti termin hazard). Rizik se može mjeriti, on je preciznija opasnost, dok hazard nije kvantificirana opasnost, niti se može mjeriti. Prema Čaladroviću, oba pojma su opasnosti, i svi rizici su hazardi, ali ne obrnuto. Kada se hazard dogodi postane rizik, točnije samo kada se manifestira pretvara se u konkretan rizik. „Hazard uvijek postoji kada postoji i rizik, no koliki je konkretan hazard ustvrdit ćemo mjerenjem stupnja rizika pojedinog hazarda“ (Čaladrović, 1994: 4). Za velike rizike karakteristično je da izazivaju društvenu eksploziju. Kako sam već spomenula, doživljavanje rizika nije isto u prošlosti i danas. Beck zato spominje pojam refleksivna modernizacija, koji se odnosi na promjene koje su se dogodile u društvu. Do sada se društvo uvijek mijenjalo uz puno „buke“, revolucije i razne pobune završavale su krvavo, dok se

današnja preobrazba događa mirnije, ponekad i neprimjetno te na temelju drugih promjena „Novo društvo ne nastaje samo u porođajnim bolovima. Osnovi zadaci, bitna pitanja i okvir političkog života mogu se iz temelja izmijeniti ne samo zbog porasta siromaštva već i zbog porasta bogatstva te gubitka suparnika na Istoku“ (Beck, 1996: 85). Na temelju takvog shvaćanja modernizacije, Beck smatra da mediji stvaraju dramu, zabavu i spektakl te time prebacuju fokus javnosti na ono što oni žele, u ovom slučaju na rizik.

3.1 RIZIK U MEDIJIMA

Mediji, dakle informiraju javnost o riziku, slažu priču, koju slikama i simbolima javljaju što se događa oko nas. „Bez tehnika vizualizacije, bez simboličkih formi i bez masovnih medija rizici nisu ništa, oni u društvenom smislu ne postoje“ (Beck, 2006: 332). Beck kaže, kako danas masovni mediji imaju ključnu ulogu u kreiranju rizika, te da su oni društveno konstruirani fenomeni. Mediji nam ne predstavljaju direktno nešto kao rizik, nego je vijest umotana, dolazi segmentirano, te naš mozak percipira rizik na temelju stvari koje su mu od prije poznate. Predstavljanje rizika putem masovnih medija, dolazi do modeliranja profila žrtve. Gledatelji suosjećaju sa žrtvom i nerijetko se identificiraju s njom što „dovodi do produbljanja i intenziviranja percepcije rizika“ (Vatreš, 2020: 47). Beck (2006) govori o važnosti vizualne reprezentacije rizika, kaže kako se medijska moć prezentira upravo u tome što vizualno mogu predstaviti rizik gledateljima, npr. snimke porušenih gradova, žene i djeca koja plaču. Vatreš se poziva na Becka i kaže kako su „medijska sposobnost efektivne vizualizacije i socijalna percepcija izvjesnog rizika u kauzalnom odnosu“ (Beck, prema Vatreš, 2020: 47). Kada se rizik vidi doživljaj je jači, bliži je gledateljima, razumljiviji i relevantniji. „Postoje četiri obrasca izvještavanja o rizičnom događaju: Izvještavanje koje apostrofira isključivo negativne aspekte i posljedice određene rizične pojave u društvu, ublaženo izvještavanje čiji je fokus na mogućim rješenjima, deskriptivno izvještavanje i medijski konstruirani rizik“ (Vatreš, 2020: 48-49). Slično tomu, u radu „Disaster journalism, Building media resilience in Nepal“ (Sreedharan i dr, 2019), navedeno je kako mediji moraju izvještavati o katastrofama. Mediji imaju važnu ulogu tijekom katastrofa jer uz pomoć njih informacije brže putuju. Pa je tako za razdoblje prije, tijekom i nakon katastrofe, navedeno kakve informacije treba isticati. Informiranje javnosti o načinima kako pomoći stradalima, informiranje javnosti o potezima vlade i drugih organizacije (civilna zaštita, vatrogasci itd.), pružanje informacija o potezima koje javnost mora poduzeti direktno nakon ili u danima nakon katastrofe samo su neke od uloga koje mediji imaju u izvještavanju o kriznim situacijama. S druge strane, mediji mogu i širiti strah, stalno

naglašavajući opasnost rizika. To se postiže dugotrajnim izvještavanjem o riziku, u ovom slučaju potresu na Banovini, naglašavanjem mogućeg štetnog događaja, prikazivanjem emocija kod ljudi ili slika koje prikazuju razaranja. Medijalizacija rizika važan je preduvjet da bi društvo neku situaciju smatralo rizičnom. U procesu medijalizacije, masovni mediji imaju, naravno, najveću ulogu. Oni konstruiraju socijalnu stvarnost, „pa su time i esencijalni činilac kreiranja socijalne svijesti o prisutnosti različitih vrsta rizika“ (Vatreš, 2020: 38).

3.2 KAKO IZVJEŠTAVATI O KRIZNIM SITUACIJAMA?

Potres na Banovini nije bio prvi događaj koji je šokirao Hrvatsku. U ožujku iste godine Zagreb je također bio pogođen jakim potresom, u kojem su stradale mnoge obiteljske kuće, bolnice, javne ustanove, a sve to u jeku pandemijske krize. Tako da šokantnih naslova i tema u medijima nije nedostajalo, ali nitko nije bio spreman za potres koji je 29. prosinca pogodio Banovinu, inače najsiromašniji dio Hrvatske. Prema Sreedharan i suradnicima (2019), koji u svom radu govore o potresu koji se dogodio u Nepal u 2015. godini, analiziraju kako su mediji podnijeli situaciju s izvještavanjem o potresu, te nude smjernice kako bi se izvještavanje trebalo provoditi. Postoji nebrojeno situacija u kojima su mediji imali vrlo bitnu ulogu u spašavanju ljudskih života. Govorim globalno, a ne samo o Hrvatskoj. Mediji imaju odgovornost obavijestiti javnost o opasnim situacijama, informacije koje oni dobivaju moraju biti precizne i točne, te imaju za cilj razotkriti ako se neka informacija čini lažnom i obavijestiti javnost da je to tako. Oni spajaju vladu, istraživače, stručnjake, nevladine organizacije kako bi se zajedno udružili i suočili s učincima katastrofe. Također, svojim izvještavanjem pokušavaju pomoći najranjivijim skupinama, onima koji su marginalizirani, djeci, Romima, starijim ljudima. Odgovorni su kada je u pitanju potrošnja novca, moraju inzistirati na transparentnosti humanitarne pomoći, kako ne bi došlo do profitiranja u krizi (Sreedharan i dr, 2019).

4 EMOCIJE

Emocije su postale predmetom istraživanja u drugoj polovici 19. stoljeća. Pomalo neobično da se njihova važnost u društvu tek tada počela primjećivati, budući da su emocije zapravo glavna pokretačka snaga čovjeka. Uz pomoć njih i nastaju društvene veze i sociokulturne strukture. „Emocije su ono što čini društvene strukture i sustave kulturnih simbola održivima i mogućima, (...) emocije su, također, ono što može razdvojiti ljude i natjerati ih da poruše društvene strukture i dovedu u pitanje kulturne tradicije (Turner i Stets, 2011: 21). Emocije nisu

jednostavne, one imaju širok spektar intenziteta i vrsta, koje pokreću ljude i tjeraju ih da se ponašaju onako kako se i ponašaju. Dijelimo ih na primarne i sekundarne. Prve su univerzalne u svim kulturama, to su sreća, ljutnja, strah i tuga (Kemper, 1987 prema Turner i Stets, 2011: 32). Smatram da se izvještavanje o potresu i činjenica da se Hrvatska ujedinila može promatrati kroz teoriju rituala od sociologa Emila Durkheima. On je bio začetnik te teorije i smatrao je da je „kolektivna solidarnost rezultat pobuđivanja kolektivnih emocija“ (Turner i Stets, 2011: 94). Zanimalo ga je na koji način se proizvodi društvena solidarnost. Njegova istraživanja temeljila su se na istraživanju religijskih vjerovanja i rituala. Teorija govori o tome kako „simboli koji su sveti imaju moć pobuđivanja intenzivnih emocija među pojedincima“ (Turner i Stets, 2011: 96). Kasniji teoretičari primijenili su ovu teoriju na kulturu općenito, a ne samo na religijske rituale. Naime, „svi elementi kulture ograničavaju i kontroliraju aktivnosti individua i imaju moć pobuđivanja emocija“ (Turner i Stets, 2011: 96). Kulture se sastoje od simbola koji je pokreću. Ti simboli ne moraju biti klasičkog fizičkog oblika, nego mogu biti fraze, riječi ili ideje. Hrvatska ima svoju kulturu, određene kulturne i moralne norme i simbole koji su dio nas. U situaciji potresa na Banovini, kao kulturni simbol možemo gledati ideju pomoći onome koji je u nevolji, u takvim situacijama društvo proizvodi i druge simbole koji se međusobno nadopunjuju. „Kada kultura poprimi ovaj tip refleksivnosti, gdje je jedan skup vrijednosti, vjerovanja i normi simboliziran drugim skupom simbola, kultura postaje još više moralno nabijena i sposobnija pobuđivati emocije“ (Turner i Stets, 2011: 97).

4.1 PRIKAZ EMOCIJA U IZVJEŠTAVANJU O KRIZNIM SITUACIJAMA

Osjećaji su danas važni u proizvodnji vijesti i njihovoj konzumaciji. Nije isto gledamo li neki televizijski prilog sa ili bez prikaza žrtve koja plače, ili koja je ljutita, osjeća se zaboravljeno, ili joj netko pomaže. Naglašavanje osjećaja u priložima potpuno preoblikuju vijest. Manipulacija gledateljima putem televizije najlakše se ostvaruje putem emocija. Bitno je da se gledatelj poistovjeti s onime što gleda, da ga baka koja plače na televiziji rastuži, dotakne ga u srž, te on razvije empatiju. A zašto na televiziji ima sve više emocija? Razlog je zapravo vrlo jednostavan, konkurencija je sve veća, a tehnologija se razvija, što znači da je vizualni stimulans sve jači. Svakodnevna događanja su dosadna, pa zato nešto šokantno iznenađujuće pobuđuje interes javnosti, a mediji se bore taj interes što više zadržati. Dramatičnost se u vijestima postiže i s glazbom, ona stvara ugođaj, i omogućava laki prijenos emocija, a time i moguću manipulaciju. Kopiez i suradnici (2013) u svom istraživanju navode kako je Wegener (2002) odredio četiri razloga upotrebe pozadinske glazbe u TV formatima: „za naglašavanje drame,

spektakularnih i opasnih situacija, za istraživanje emocija glavnog junaka, povećavanje uživanje gledatelja u zabavnom sadržaju i zbog prenošenja stajališta uredništva“ (Wegener, 2002 prema Kopiez i dr, 2013: 310).

Mediji u kriznim situacijama imaju najveću ulogu, što predstavlja i svojevrsan paradoks. Jer oni imaju i najveću moć u manipulaciji. Ona se najčešće ostvaruje putem emocija strah i tuge, na način prikaza osoba koje plaču, govore kako se boje, ne znaju što će sa sobom, tresu se, vidno su u stanju šoka, izgubljeni itd. Uz vizualni efekt vrlo je bitno i što novinari govore. U novinarskim OFF-ovima (novinarski tekst) nerijetko se naglašava težina situacije u kojoj su se ljudi našli ili njihove emocije. Na taj način omogućava se žrtvi da kaže što ju muči, požali se, svojevrsna psihoterapija, dok gledatelj može suosjećati sa stradalima, a sve skupa rezultira osjećajem zajedništva. Ovakvo predstavljanje svjedoka tragedije naziva se medijalizacija žrtve (Sumiala i Hakala, 2010: 10).

4.2 SENZACIONALIZAM U KRIZNIM SITUACIJAMA

Nije rijetkost primijetiti senzacionalizam u medijima, a pogotovo kada je riječ o kriznim situacijama, tada se vijest najlakše pretvara u senzaciju. Mediji pokušavaju privući publiku korištenjem naslova koji šokiraju, umjesto točnih informacija i opisa događaja. Takvo izvještavanje nerijetko rezultira ostavljanjem pogrešnog dojma kod gledatelja, te preuveličavanjem opisanog događaja. Senzacionalizam se također postiže putem slike i zvuka. Jedna od najčešćih definicija senzacionalizma među povjesničarima jest da on uključuje povezivanje emocija poput uzbuđenja, šoka, straha i zaprepaštenja“ (Frye, 2005: 2). Kognitivne teorije u psihologiji napravile su temelje za teorijske okvire senzacionalizma. Smatra se da je senzacionalizam provociran uzbuđenjem prilikom konzumiranja medija, odnosno gledanja televizije. „Korištenje senzacionalizma rezultira stvaranjem javne panike ili javnog samozadovoljstva. Neki čitatelji mogu vjerovati u ono što pročitaju i postati histerični. Dok drugi mogu odbiti prihvatiti pretjerane medijske prognoze i zanemariti situaciju o kojoj se radi“ (Ash, 1998). Senzacionalizam podrazumijeva upotrebu simbola, na taj način javnost povezuje krizu sa svojim životom.

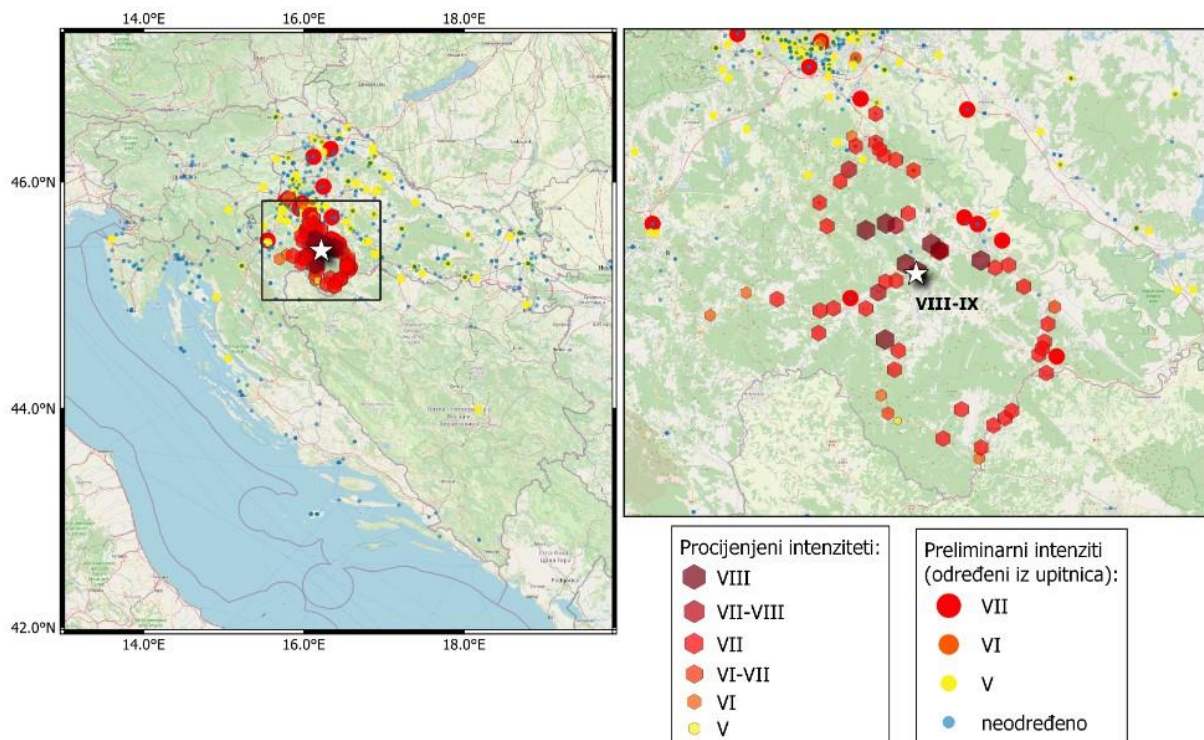
5 BANOVINI

Banovina je područje jugozapadno od Siska, dio je Sisačko-moslavačke županije, a obuhvaća prostor između Save i donjih tokova Une, Kupe i Gline (enciklopedija.hr, 2021). Prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine na području Banovine živi oko 60.000 stanovnika (dzs.hr, 2011), koji se uglavnom bavi tradicionalnim djelatnostima. Povijest ovoga kraja bilježi vrlo nestabilne društvene i političke procese. Od napada Osmanskog Carstva do 1991. godine i Domovinskog rata, Banovina je često kroz povijest bila napadnuta, ali se zato može ponositi vojnicima koji su kućni prag uvijek hrabro branili. Ipak, ratna vremena uzela su danak. „Banovina je uvijek bila među najmanje razvijenim regijama upravo zbog same funkcije regije, a to je obrana od napadačkih sila, dakle ona je imala isključivo vojnu funkciju i uslijed takvih životnih uvjeta stanovnici te regije nisu imali puno izbora te se razvoj temeljio na poljoprivredi i manjim obrtima“ (Karadža, 2019: 4-5). Sada u mirnodopsko vrijeme, kada nema više rizika kao što su ratovi, jedan kako bi Giddens (2005) rekao, vanjski rizik, djelovao je na Banovinu.

5.1 POTRES NA BANOVINI

Potres koji je 29. prosinca 2020. pogodio područje Banovine nije bio jedini. Prema podacima Hrvatskog seizmološkog saveza, prethodilo mu je njih nekoliko. Prvi se dogodio 28. prosinca 2020. godine u 6 sati i 28 minuta snage 5.0 prema Richteru, nakon toga uslijedila su još dva, jačine 4.7 u 7 sati i 49 minuta, te drugi jačine 4.1 u 7 sati i 51. minutu te još niz slabijih potresa. Također svaki od tih potresa osjetio se i u okolici Banovine, te je na stranicama seizmološkog saveza navedeno da se osjetio čak i u drugim državama. Već taj dan su novinarske ekipe bile na terenu i izvještavale o šteti koja je nastala zbog navedenih potresa. 29. prosinca u 12 sati i 19 minuta Banovinu je pogodio jedan od dva najjača potresa ikad zabilježena u Hrvatskoj, magnitude 6.2 prema Richteru. Ovaj potres osjetio se diljem Hrvatske, a intenzitet u epicentru ocijenjen je na VIII-IX stupnjeva EMS ljestvice (pmf.unizg.hr, 2021b). Kako sam već napomenula novinarske ekipe već su bile na terenu, te je taj najjači potres i snimljen, a na nekim televizija snimka je išla uživo. Snimaka ima nekoliko, a na njima su vodeći ljudi Banovine (gradonačelnik Petrinje, Siska itd.) na različitim lokacijama, potres počinje tresti sve jače i jače dok se kamera ne krene spuštati, u pozadini se vide zgrade kako se ruše, ljudi viču u pozadini. Tlo se na Banovini i šest mjeseci poslije potresa, još nije smirilo, a stručnjaci smatraju da će se stabilizirati tek za godinu dana.

Slika 1: Preliminarna karta intenziteta za potres 29. 12. 2020. godine u 12 sati i 19 minuta



Slika je preuzeta s: pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba, pmf.unizg.hr (2021a), autori: dr.sc. Ivica Sović i Helena Latečki, mag. Phys.-geophys.

5.2 ZAŠTO SE POTRES DOGODIO?

„Potres je iznenadna i kratkotrajna vibracija tla uzrokovana urušavanje stijena, magmatskom aktivnošću ili tektonskim poremećajima u litosferi i u Zemljinom plaštu“ (Ros Kozarić, 2021: 8). „Uzrok potresu je Jadranska mikroploča koja se podvlači pod Euroazijsku litosfernu ploču i time uzrokuje sve tektonske pokrete na području zemalja s izlazom na Jadransko more“ (Ros Kozarić, 2021:11). Rezultat toga je nastajanje rasjeda koji se pruža u smjeru sjeverozapad-jugoistok i prolazi Pokupljem. Nastanak rasjeda doveo je do pucanja stijena i oslobađanja velike količine energije u obliku potresa (Ros Kozarić, 2021:11-12). Mnogi se pitaju je li se potres mogao predvidjeti, odgovor je ne. Stručnjaci samo mogu reći da će se višak energije oslobađati u narednih godinu dana u puno manjih potresa, ali konkretno predvidjeti novi jaki nije moguće. Ne samo na području Banovine nego općenito. „Razlog tomu je to što ne postoji adekvatan sustav za predviđanje potresa, a i Hrvatska ima zastarjelu opremu i manjak seizmografa“ (Ros Kozarić, 2021:12).

5.3 POSLJEDICE POTRESA

Službenici Državne geodetske uprave utvrdili su da se Petrinja nakon potresa pomaknula za 45 centimetara u smjeru jugoistoka, a Glina za 10 centimetara u smjeru sjeverozapada. (potresinfo.gov.hr, 2021b). Sedam osoba preminulo je u potresu ili od posljedica potresa, oštećeno je preko 38 000 stambenih objekata, a brojne javne ustanove više nisu upotrebljive. Također stradalo je 825 obrta, 700 trgovačkih društava i oko 3000 OPG-ova. Do 12. lipnja 2021. na pogođenom je području uklonjeno 119 objekata, najviše iz grada Petrinje (potresinfo.gov.hr, 2021a). Nastale su brojna napuknuća na prometnicama, nasipima i mostovima, pojavili su se pješćani ili muljeni vulkani, klizišta i rupe (Ros Kozarić, 2021).

6 O ISTRAŽIVANJU

Na primjeru televizijskog izvještavanja o potresima na Banovini provela sam istraživanje u kojoj mjeri su televizije težile javnoj zamijećenosti, a koliko društvenoj dobrobiti. Odgovor na ovo pitanje, dobila sam analizirajući TV priloge koji govore o potresu i potresom pogođenom području, a emitirani su u središnjim informativnim emisijama na tri televizije s nacionalnom koncesijom u Hrvatskoj, a to su: RTL, Nova TV i HRT u periodu od 29.12.2020. do 25.01.2021. godine, od 11.02.2021. do 18.02.2021. i od 02.03.2021. do 08.03.2021.

U analizi dnevnika koristila sam neke od smjernica iz rada Sreedharan, Chindu i dr. (2019), koje se odnose na to kako izvještavati prije, tijekom i poslije katastrofe. Zbog teme ovoga rada, iskoristila sam samo one koje govore o medijskom izvještavanju tijekom i poslije, u ovom slučaju, potresa. Tijekom katastrofe mediji moraju:

- „Pružati pravovremene i činjenične informacije široj javnosti
- Informirati javnosti o potezima koje moraju odmah učiniti
- Obavijestiti ljude o potezima koje je poduzela vlada
- Informirati javnosti i političara o situaciji marginaliziranih i isključenih zajednica
- Olakšati komunikaciju pogođenih zajednica sa njihovim obiteljima, rodbinom i prijateljima
- Naglašavati probleme koji utječu na ljude
- Širiti informacije o mogućim rizicima i prijetnjama nakon katastrofe
- Nadzirati spašavanje i provođenje pomoći potrebitima
- Obavještavati pružatelja pomoći o onima kojima je pomoć potrebna

Dok nakon katastrofe, mediji i dalje imaju bitnu ulogu i obavezni su:

- Pružati informaciju o raznim vrstama pomoći, o udrugama ili organizacijama koje pomažu,
- Pružati informaciju o radnicima humanitarne pomoći putem lokalnih medija, posebno zajednice radio stanice, o specifičnim lokalnim potrebama pogođenih ljudi
- Pružiti priliku preživjelima da razmjene informacije i iskustva, zabrinutosti u vezi s katastrofom
- Koordinirati između organizacija koje pružaju pomoć i pogođene zajednice
- Pomoći humanitarnim organizacijama pronaći ljude kojima je potrebna pomoć
- Nuditi konstruktivnu raspravu i kritičko izvještavanje kako bi motivirali organizacije da poboljšaju djelovanje“ (Sreedharan i Sharma, 2019: 36).

Jedan od važnijih segmenata ovog istraživanja su emocije. Istraživanje sam utemeljila i na teoriji rituala Randalla Collinsova. On se nadovezao na Durkheimovu teoriju rituala i proširio ju, nazvavši „teorijom interakcijskog rituala“. Kako sam već prije navela u radu, Durkheim je začetnik navedene teorije. Zanimalo ga je kako se stvara društvena solidarnost, a istraživao ju je putem promatranja religijskih rituala i vjerovanja. On je smatrao da se društvo sastoji od simbola koji, kada se koriste, proizvode emocije, koje se odražavaju na cjelokupno društvo. Primjer toga, je crkveni obred, kada vjernici zajedno mole, jača se međusoban osjećaj solidarnosti. Teorija interakcijskog rituala se odnosi na to kako „ljudi kada su uključeni u zajedničke akcije ili događaje (...) povećavaju vjerojatnost da će započeti interakcijski ritual“ (Collins, 1990 prema Turner i Stets, 2011: 99), takvim ritualima ljudi usredotočuju svoju pažnju jedni na druge, što pobuđuje pozitivne emocije i osjećaj zajedništva. Iako je za tu teoriju specifično da pojedinci budu blizu jedan drugoga kako bi se ostvarila veza, moguće je ostvariti sličan učinak, preko posredovane prisutnosti. Kada gledamo kako ljudi pomažu jedni drugima u, ovom slučaju, TV priložima, kod nas može izazvati pozitivne emocije i osjećaj zajedništva.

6.1 CILJ ISTRAŽIVANJAI ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Cilj ovoga rada je saznati jesu li televizijske kuće prilikom izvještavanja o potresu na području Banovine i njegovim posljedicama težile javnoj zamijećenosti, ili društvenoj dobrobiti.

U analizi sam koristila kategorizaciju uloge medija prema Sreedharan i suradnicima (2019), točnije one koji se odnose na način izvještavanja medija tijekom i nakon katastrofe. Također,

zadaca ovog istraživanja je utvrditi je li se izvještavanje pretvorilo u spektakl, te jesu li vijesti bile prezasićene temom potresa.

Na početku istraživanja postavila sam četiri istraživačka pitanja:

- 1) Koliko su televizije u svojim središnjim informativnim emisijama u odabranim razdobljima posvećivale vremena izvještavajući o potresima na Banovini?
- 2) Kojim riječima se u televizijskim središnjim informativnim emisijama opisuje potres i posljedice potresa?
- 3) Kroz koje su vrijednosne i emocionalne obrasce televizije izvještavale o potresu i potresom pogođenim područjima?
- 4) Jesu li televizijski izvještaji nudili konkretno rješenje problema i doprinosili smirivanju situacije?

6.2 METODA ISTRAŽIVANJA

U radu je korištena kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja. Analizom sadržaja možemo istražiti kako „medijski tekstovi reprezentiraju i konstruiraju znanje, vrijednosti i vjerovanja kao i obrasce promjene i stalnosti“ (Gillespie i Tonybee, 2006: 2). Kvantitativna analiza sadržaja pružit će odgovor na prvo istraživačko pitanje, a kvalitativna na preostala tri. Emocije su jedan od važnijih aspekata izvještavanja, jer putem njih novinar utječe na gledatelja. Kvalitativnom analizom sadržaja utvrdit ću koje emocije prevladavaju u priložima, koje su teme priloga, tko su nositelji radnje, na što se u priložima stavljao fokus. Jesu li se fokusirali na stanovništvo koje je u strahu, na nesreću, zajedništvo, nadu u rješenje situacije, upozoravanje javnosti na probleme koji nastaju. Kvantitativni dio istraživanja pokazat će koliko su televizijske kuće pojedinačno posvećivale vremena o izvještavanju o potresima, koliki je broj emitiranih priloga u određenim razdobljima i koje je prosječno trajanje priloga. Na kraju će iz dobivenih rezultata biti moguće zaključiti koja je TV kuća u svom dnevniku najviše izvještavala o temi potresa. Analiza medija može pomoći na dva načina u razumijevanju društvenih procesa: kao dokument vremena, jer mediji bilježe društvene događaje i u identifikaciji glavnih društvenih aktera i njihovih namjera (Mišetić, 2001 prema Poljićak, 2014: 9).

6.3 UZORAK

Uzorak čini ukupno 295 priloga središnjih televizijskih informativnih emisija, konkretnije, dnevnika, s HRT-a (N=98), RTL-a (N=100) i Nove TV (N=97), emitiranih u periodu od 29.12.2020. do 25.1.2021. godine, od 11.02.2021. do 18.02.2021. i od 02.03.2021. do 08.03.2021. Originalna ideja bila je uzeti uz prvi period još dva perioda po jedan tjedan, ali u trećem mjesecu HRT nema snimku dnevnika od 01.03.2021., te sam smanjila treći period za jedan dan. Kasnije sam u analizi utvrdila da RTL i Nova TV uopće nisu imali 01.03.2021. priloga na temu potresa u Banovini u emisijama Dnevnika, tako da taj jedan dan koji sam izbacila nije bio presudan za rezultate istraživanja. Jedinica analize je televizijski prilog, a prilog je audio-vizualni materijal, prethodno montiran, koji je započeo najavom voditelja/ice u studiju te završio njegovim/njezinim komentarom. Temeljni kriterij odabira priloga je da se u njemu izvještava o potresu, posljedicama potresa, obnovi ili o pomoći stradalima/stanovnicima Banovine (na Banovini ili negdje drugdje ako se osoba odselila). I tu sam naišla na problem jer je u dnevnicima bilo priloga koji su govorili o potresu u Hrvatskoj općenito, ili je u jednom prilogu tema bila potres na nekoliko lokacija ili su govorili o kući župana Žinića, dakle takve priloge koji u fokusu nisu imali isključivo Banovinu, nisam analizirala jer bi izgubila relevantnost istraživanja. Priloge koji prostorno nisu bili smješteni na Banovinu, ali su u prilogu prikazani političari koji u NSK-u u Zagrebu dogovaraju plan obnove i sanacije stradalih građevina, uvrstila sam u istraživanje jer su takvi prilozi govorili o broju stradalih građevina i nerijetko su spominjane upute kako da građani prijave sanaciju građevina.

7 NADA U MEDIJSKOM PROSTORU

Analiza od ukupno 295 priloga, koji su u gore navedenom periodu bili prikazivani u središnjim informativnim emisijama, odnosno dnevnicima, pokazala je da je njihovo sveukupno trajanje 15 sati, 22 minute i 7 sekundi. Prilozi su prikazivani svaki dan na Hrvatskoj radioteleviziji, dok su na RTL-u i Novoj TV sa sve većim vremenskim odmakom od najjačeg potresa (29.12.2020.) prilozi na tu temu prikazivani sve manje i manje, dok se u posljednjim danima koje sam analizirana nisu više uopće prikazivali. Niže su navedeni ostali rezultati analize sadržaja. Svako pitanje iz kodne liste ima priloženi grafički prikaz i dodatnu napomenu ako je pitanje imalo i kvalitativan dio.

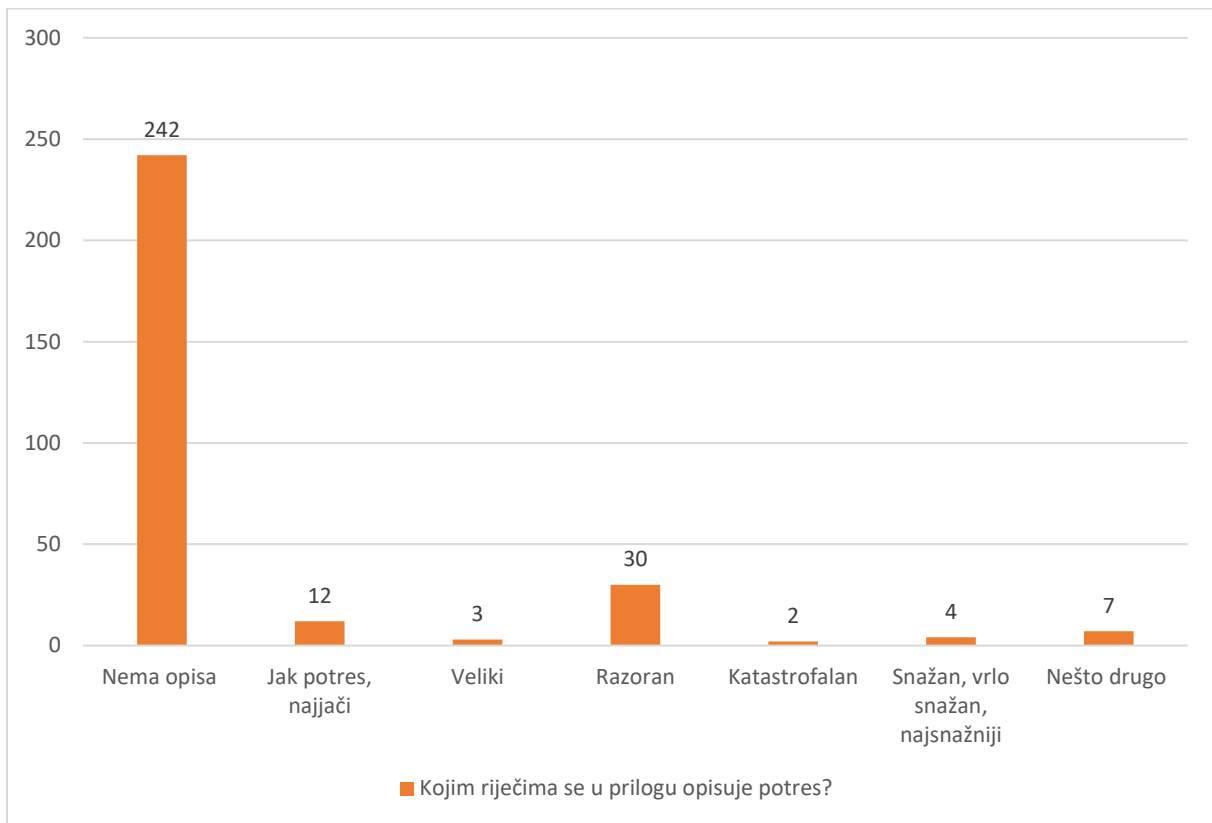
Tablica 1: Trajanje priloga (N=295)

Televizijska kuće	Period 1 29.12.2020.- 25.01.2021.	Period 2 11.02.2021.- 18.02.2021.	Period 3 02.03.2021.- 08.03.2021.	Ukupno
NOVA TV	04:23:29	00:21:58	00:14:24	04:59:51
HRT	04:15:08	00:26:35	00:19:15	05:00:58
RTL	04:55:41	00:14:18	00:11:19	05:21:18
UKUPNO	13:34:18	01:02:51	00:44:58	15:22:07

Izvor: autorica

Tablica 1 pokazuje ukupno trajanje priloga u obliku sati, minute i sekunde - podijeljeno na tri vremenska perioda, te ukupno trajanje priloga po televizijskim kućama. Prvi period se odnosi na dane od 29.12.2020. do 25.01.2021., ovo je ujedno i najduži period, pa ne mogu govoriti o očitom većem broju priloga, usporedno s drugim periodima. Ali, zanimljivo je to što je u neposrednim danima nakon potresa dnevnik bio pun priloga o potresu, u toj mjeri da u nekim emisija uopće nije bilo drugih tema. Drugi period je razdoblje od 11.02.2021. do 18.02.2021., u kojem je tema potresa već dosta „potrošena“, prilozima su uglavnom govorili o obnovi i načinu na koji ljudi sada žive. Posljednji period počinje 02.03.2021. i traje do 08.03.2021. Tada su prilozima o potresu na Banovini već pozicionirani pred kraj informativnog dijela emisije, i nerijetko su pomiješani s temom potresa u Zagrebu i drugim gradovima.

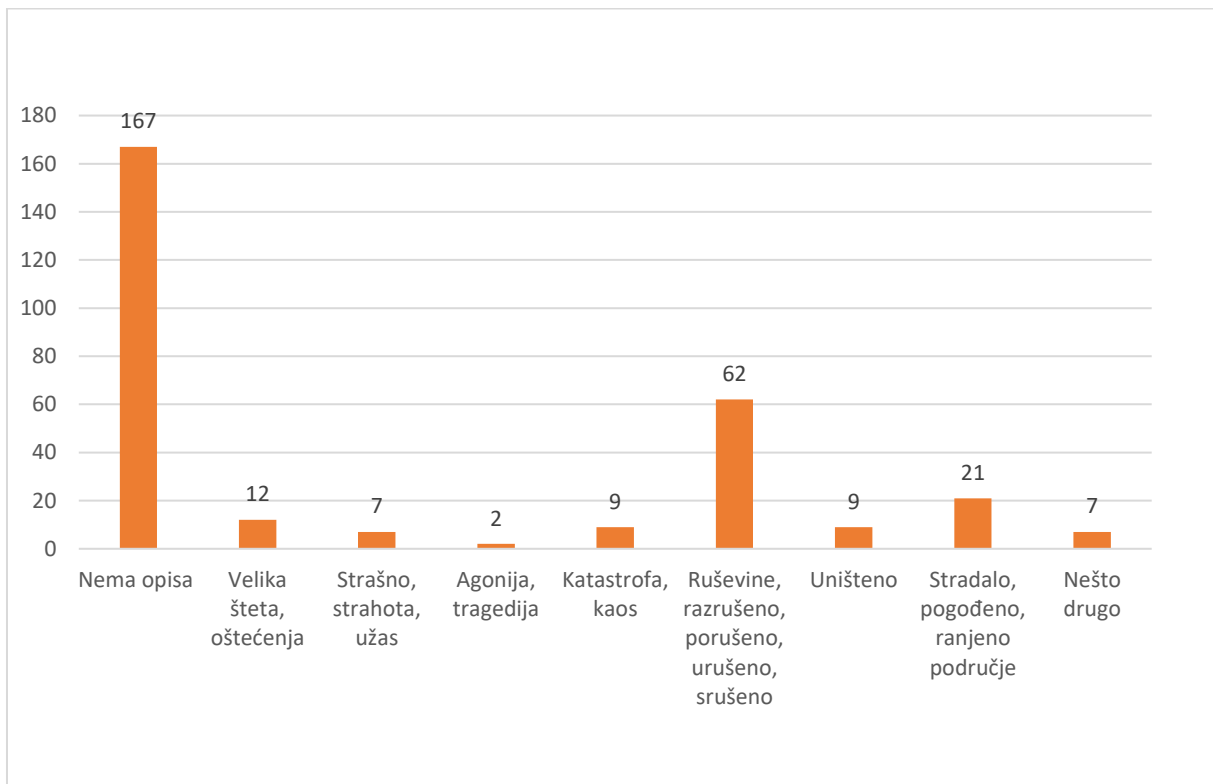
Slika 2: Opis potresa



Izvor: autorica

U prilogima se potres uglavnom nije nikako opisivao, a najčešće je nazvan „razornim potresom“, isto kako ga nazivaju i na stranicama seizmološkog saveza. Opis potresa ne odnosi se isključivo na najjači koji se dogodio, nego na sve u periodu u kojem sam istraživala priloge. Originalno nisu bili navedeni ovi nazivi potresa, nego oni za koje sam pretpostavila da će se najviše pojavljivati. Pri završetku analize uvidjela sam, kako riječi koje sam u početku navela pri koncipiranju kodne liste, nisu korištene u prilogima, te sam one koje su korištene razvrstala po kategorijama kako bi ih lakše prezentirala. Također, sinonimi su stavljeni u zajedničke kategorije iz istog razloga. Pod nešto drugo spadaju: „tragičan“, „strašan“, „čisti užas“, „strašno razaranje“ i „najgori“.

Slika 3: Opis posljedice potresa

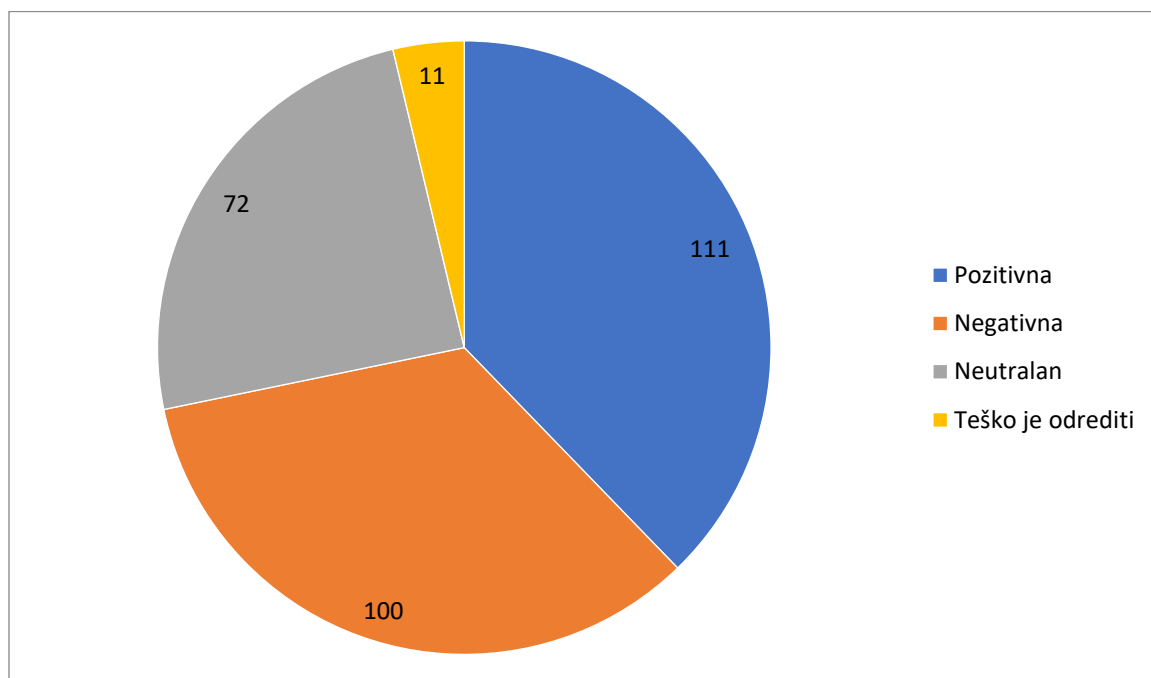


Izvor: autorica

Najčešće su korišteni izrazi kojima se opisuje posljedica potresa su „ruševine“, „razrušeno“, „urušeno“, „porušeno“ itd. U kategoriju nešto drugo spada: „grad pepela“, „ožiljci potresa“, „sablasi Strašnik“, „teške okolnosti“, „apokaliptično“, „osjećaj 90-ih“.

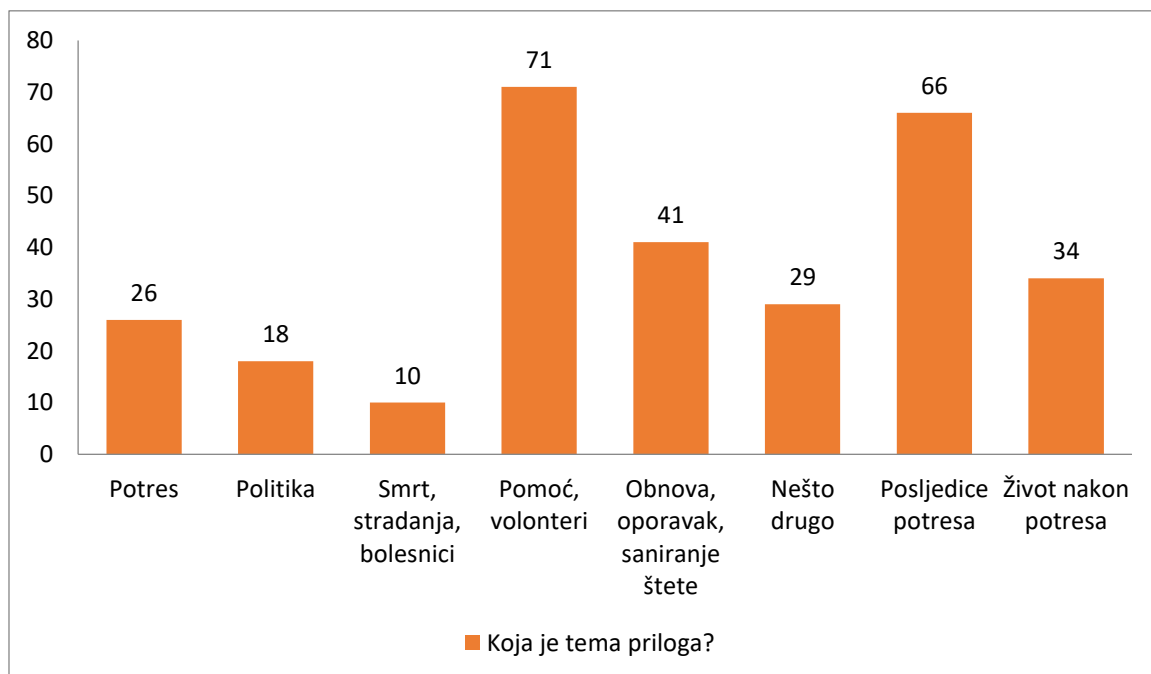
Vrijednosna orijentacija priloga sastoji se od četiri kategorije. Ponekad je teško bilo odrediti o kojoj orijentaciji priloga se radi, jer se niti jedna, bila pozitivna ili negativna, nije isticala više od druge, te sam za takve slučajeve odredila kategoriju „teško je odrediti“. Pozitivni prilozima uglavnom su govorili o nadi u bolje sutra, zajedništvu, međusobnom pomaganju, negativni o ljudima koji su izgubljeni, nesretni, ne znaju što da čine, a neutralni su najčešće bili politički orijentirani.

Slika 4: Vrijednosna orijentacija priloga



Izvor: autorica

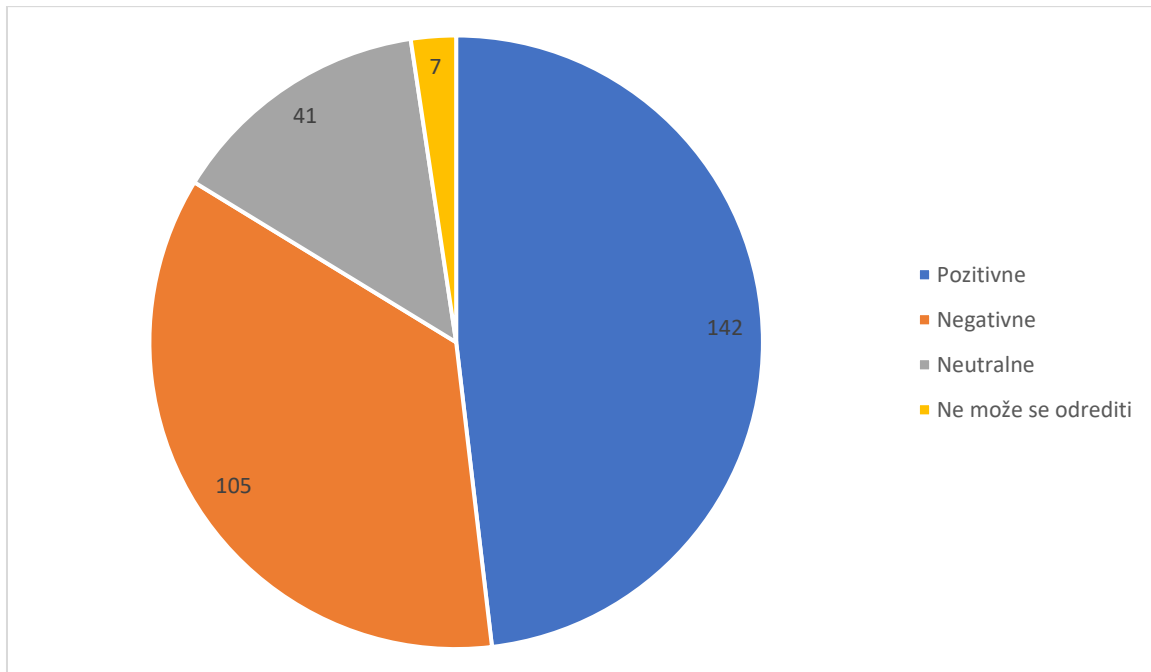
Slika 5: Teme priloga



Izvor: autorica

Prilozi čija je tema potres govore o bilo kojem potresu koji se dogodio u periodu u kojem su prilozi istraživani, a ne opisuje samo najjači potres. Druga kategorija odnosi se na ugrožene pacijente iz Sisačke bolnice i na preminule od potresa ili zbog posljedica potresa. Tema posljedice potresa odnosi se najčešće na priče ljudi kojima su kuće stradale, a život nakon potresa govori o polaganoj normalizaciji stanja na području Banovine i životu u kontejnerskom naselju.

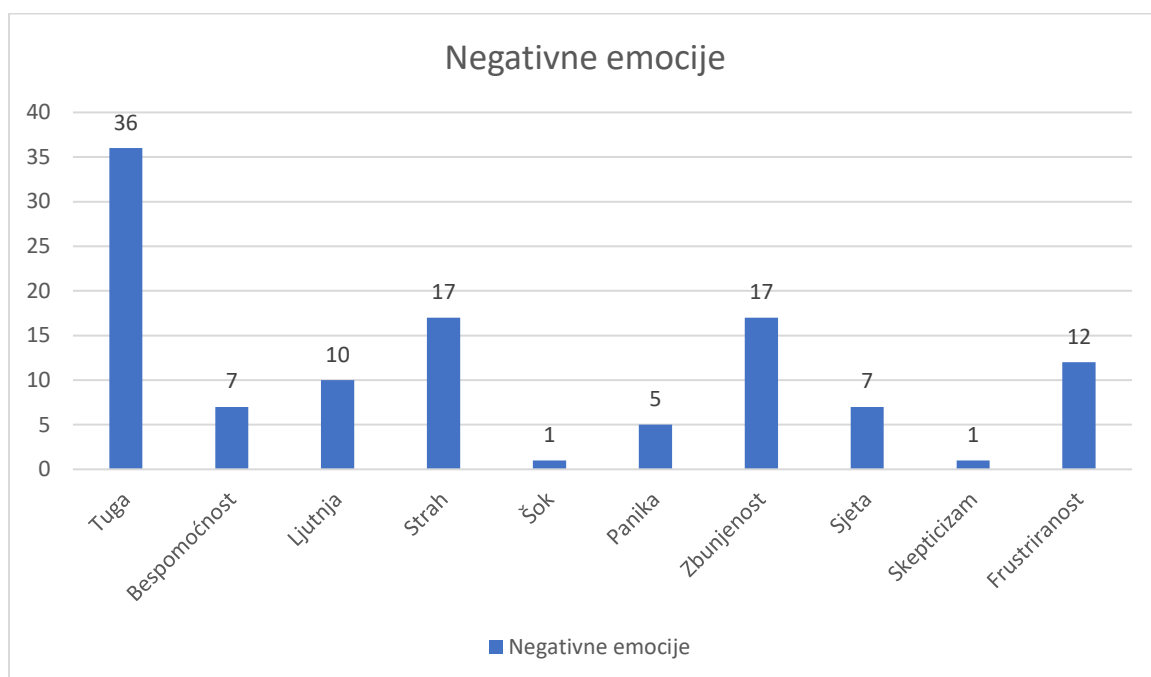
Slika 6: Emocije koje prevladavaju u prilogu



Izvor: autorica

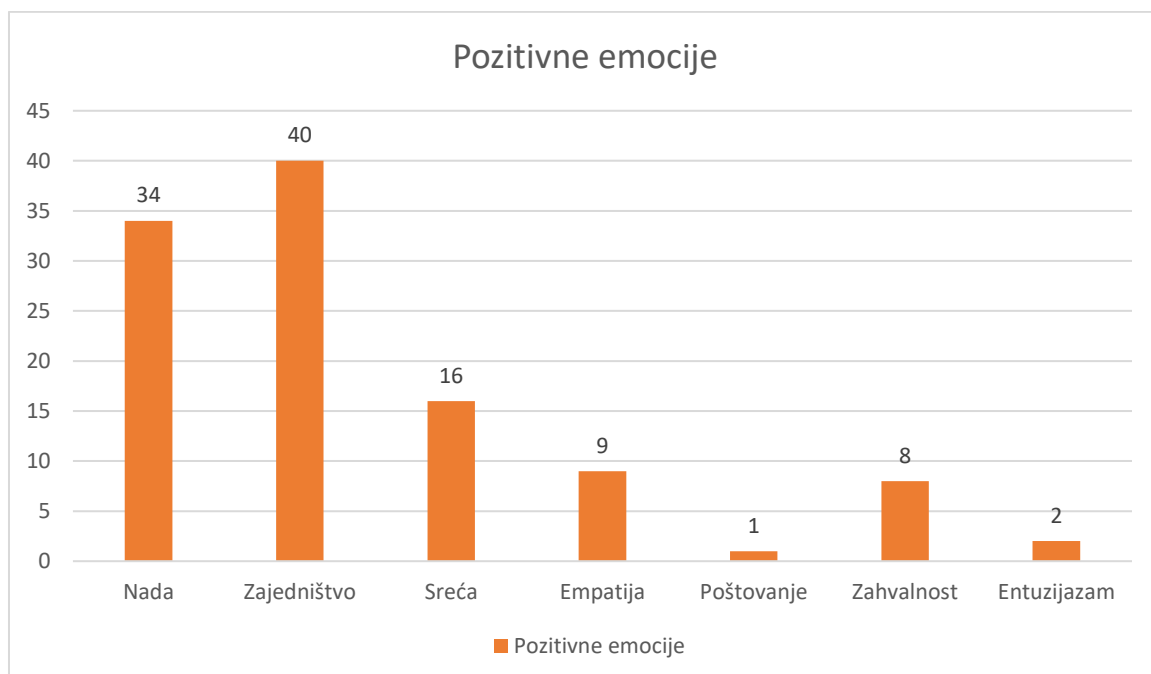
Kategorije „neutralne“ emocije prevladavale su u prilogima koji govore o državnoj pomoći pri obnovi bilo teško odrediti o kojoj emociji se radi. Unutar kategorija pozitivna ili negativna emocija, kvalitativno sam navela o kakvoj je emociji riječ. Emocije sam podijelila u dva grafa, zbog lakšeg vizualnog snalaženja. Najčešća negativna emocija je tuga, dok su strah i zbunjenost na drugom mjestu. Iako zbunjenost nije osjećaj nego stanje, ostavila sam tako, jer smatram da drugi naziv ne bi bio prikladan. Od pozitivnih osjećaja najčešće se javlja osjećaj zajedništva, jer prilozi u najvećoj mjeri govore o pomoći stradalima, ujedinjenju cijele Hrvatske i donacijama.

Slika 7: Negativne emocije u priložima



Izvor: autorica

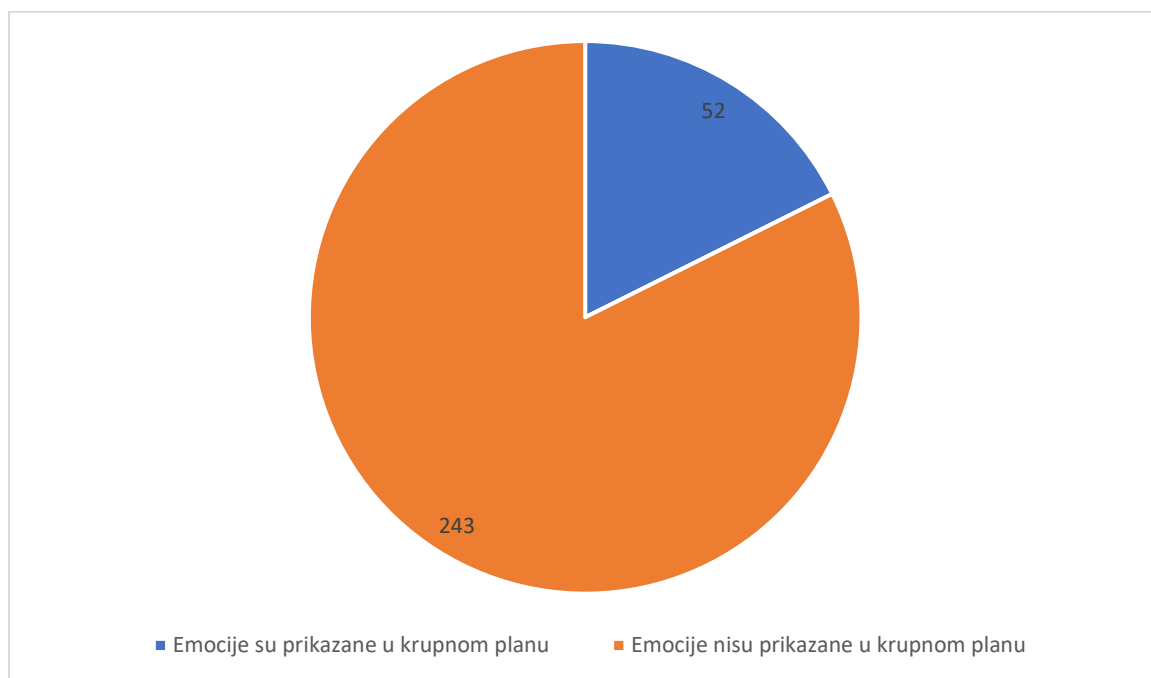
Slika 8: Pozitivne emocije u priložima



Izvor: autorica

Kako su emocije predstavljene vrlo je bitno, pogotovo prikaz emocija u određenom kadru ili perspektivi. Krupni plan je uključivao prikaz osobe na način da ona ili njena glava ili lice ispunjava kadar. Takav način snimanja koristi se zbog dramatičnosti, gledatelj se približava akteru priloga, bolje doživljava njegove osjećaje i lakše suosjeća, postaje dio njegove intime. Detalj je plan koji prikazuje neki detalj na osobi ili predmetu. Ovakav način snimanja pospješuje približavanje slike gledatelju, jer pruža doživljaj da prilog nije samo na televiziji, nego stvara i prividnu zbilju, budući da inače u životu osoba kada s nekim priča primjećuje i detalje na sugovorniku. Na taj način olakšava se prelazak kadrova s jedan na drugi, stvara se iznenađenje i napetost (Jembrek, 2020: 13). U analizi su to najčešće bili prikazi ruku ili suza. Za ovo i naredna dva pitanja, u analitičkom obrascu deskriptivno je opisano o kakvoj situaciji se radilo, kako je kadar izgledao i što se događalo u kadru u tom trenutku.

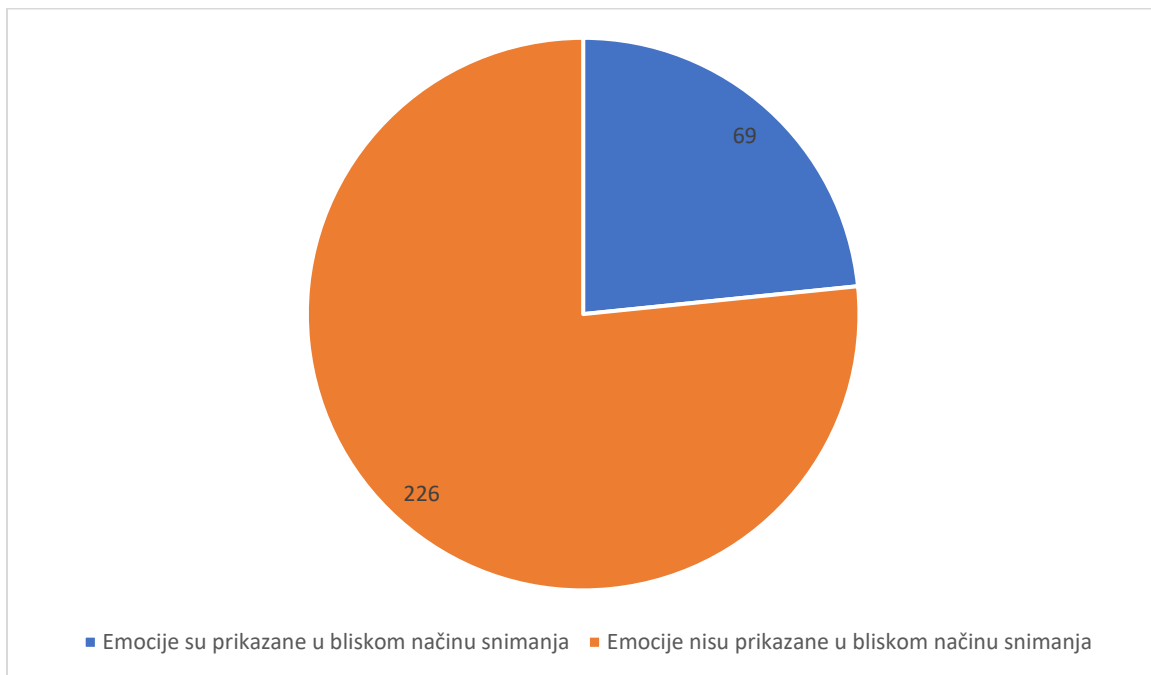
Slika 9: Učestalost prikazivanja emocija u krupnom planu i detalju



Izvor: autorica

Bliski način snimanja podrazumijeva prikaz osobe u kadru od poprsja do tjemena ili od tjemena do pojasa. Također, kao i u krupnom planu, fokus se prebacuje na sugovornika dok ostatak prostora gledatelj zanemaruje (Jembrek, 2020: 12).

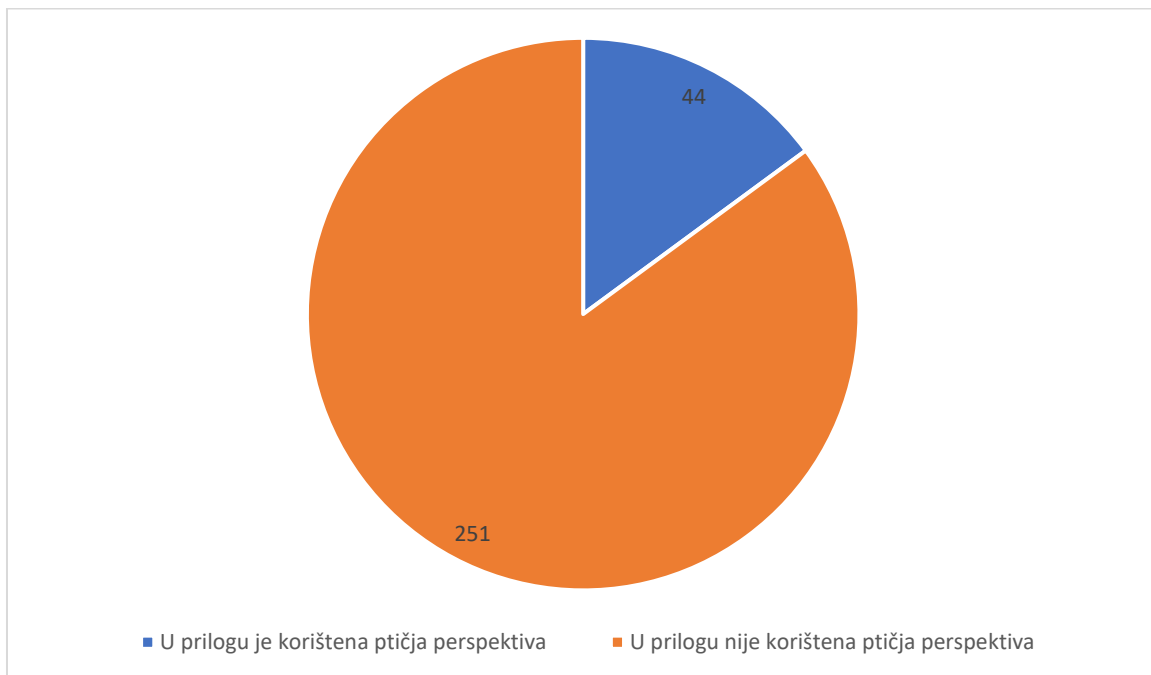
Slika 10: Učestalost prikazivanja emocija u bliskom načinu snimanja



Izvor: autorica

Psihološki učinak i doživljaj prostora mijenja se ovisno o rakursu (perspektivi) snimanja. Ptičja perspektiva najviši je gornji rakurs, služi za pogled s visoka, što je u situaciji s porušenim gradom dobrodošla opcija snimanja. Takve slike vrlo su zanimljive jer neke situacije na taj način u stvarnom životu rijetko ili nikada nemamo prilike vidjeti, vrlo su primamljive gledateljima, njima se razbija kontinuitet i uvodi uzbuđenje (Jembrek, 2020: 14). U priložima se ptičja perspektiva najčešće koristi za prikazivanje gradova, vidi se kako je sve porušeno, ili za snimke crkve (koja se često pojavljivala) koja je također stradala u potresu. Treba spomenuti da su televizijske kuće koristile iste snimke iz ptičje perspektive.

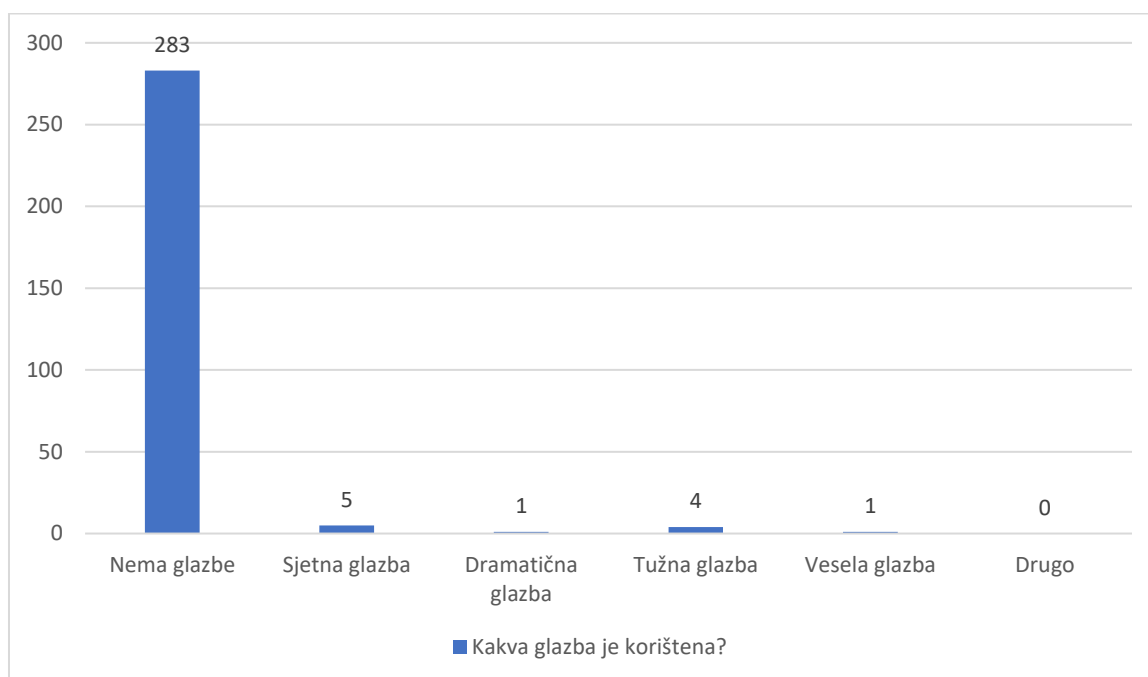
Slika 11: Učestalost prikazivanja kadrova ptičje perspektive



Izvor: autorica

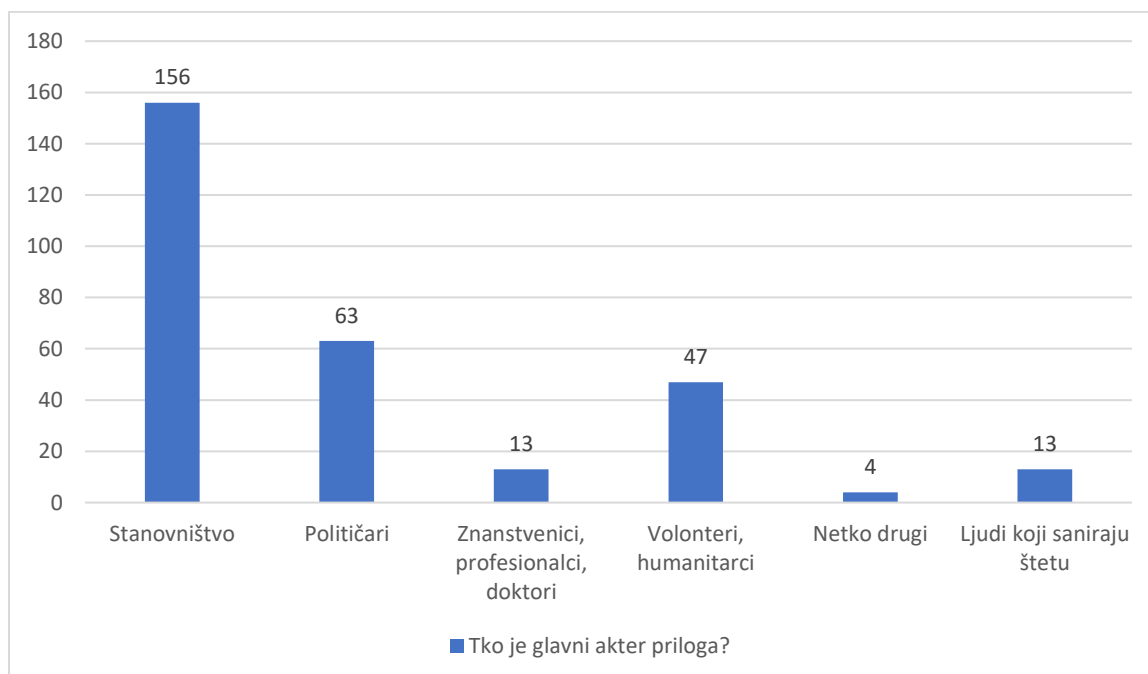
Glazbena pozadina može imati veliki utjecaj na to kako gledatelj doživljava priču koju vidi na televiziji. Glazba ima moć usmjeravati emocije onako kako je to novinar zamislio. Služi kao podloga za priču, upotpunjuje ju te potiče emocije. Prema dobivenim podacima vidljivo je da većina priloga nije imala glazbenu podlogu, a nekolicina njih koji su imali, najčešće su za pozadinu odabrali sjetnu i tužnu glazbu. Iako je razlika između to dvoje mala, razlikovala sam ih po visini tonova i brzini tempa. Iako taj dio nije obuhvaćen istraživanjem bitno je reći da se glazba najčešće javljala u emisijama dnevnika na Hrvatskoj radioteleviziji i na RTL-u, ali u obliku spota, gdje su prikazani kadrovi trenutka potresa, ljudi koji plaču na ulicama, spašavanje ranjenih i njihovo izvlačenje ispod ruševina. Uloga tih spotova bila je ili uvesti gledatelja u niz priloga prije voditeljeve najave ili zaključiti priloge. U pozadini HRT-ovog spota svirala je pjesma „Dajem ti srce“ od Doris Dragović i prikazivala se nakon priloga o potresu na Banovini, ali ne sve dane koji su uvršteni u istraživanje, nego pretežito u početku. Na RTL-u se glazbeni spot, s dramatičnom glazbom u pozadini, prikazivao prije priloga o potresu i, također, ne sve dane koji su uvršteni u istraživanje.

Slika 12: Učestalosti glazbene podloge u priložima



Izvor: autorica

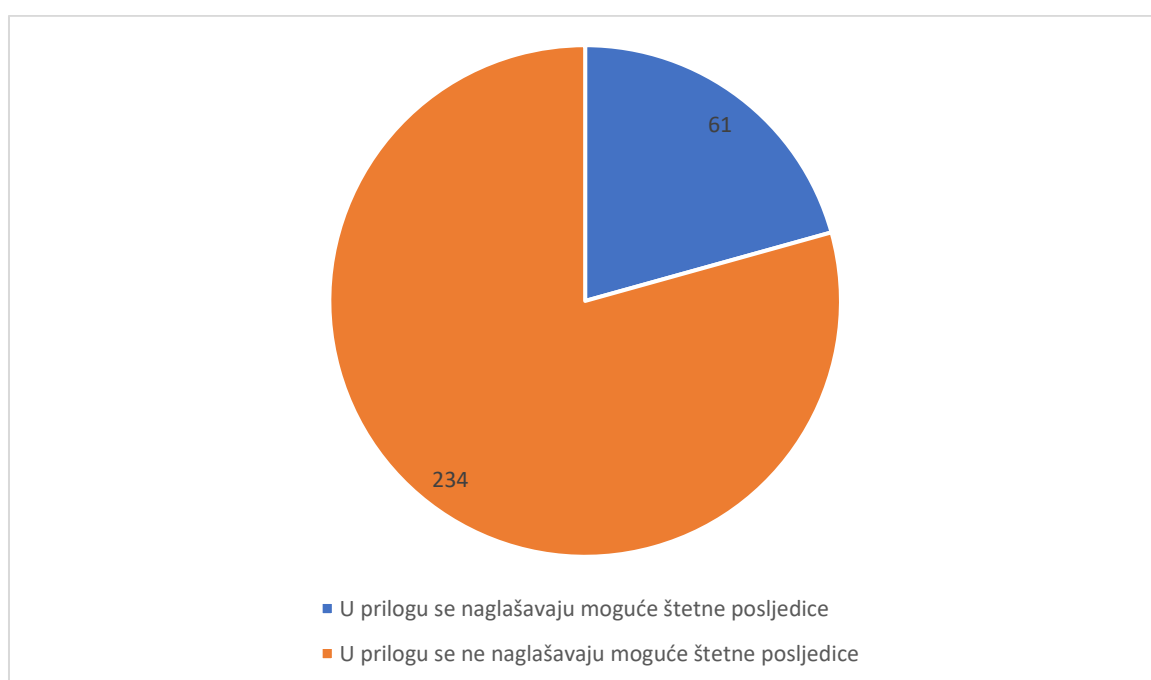
Slika 13: Glavni akteri priloga



Izvor: autorica

Izbor glavnog aktera priloga vrlo je bitna stavka. Naime gledatelju ne ostavlja isti dojam ako je to stanovništvo koje je stradalo u potresu ili političar. Pojava stanovnika koji je sretan zbog pružene pomoći ili žalostan zbog izgubljene kuće, kod gledatelja može pobuditi jače osjećaje nego pojava političara, doktora ili volontera. Zato što sa stanovnikom gledatelj ima više dodirnih točaka i može lakše suosjećati. U priložima je uglavnom korištena kategorija stanovništvo kao glavni akter, oni su pričali koja ih je sudbina zadesila, kako se snalaze u cjelokupnoj situaciji ili su tražili pomoć.

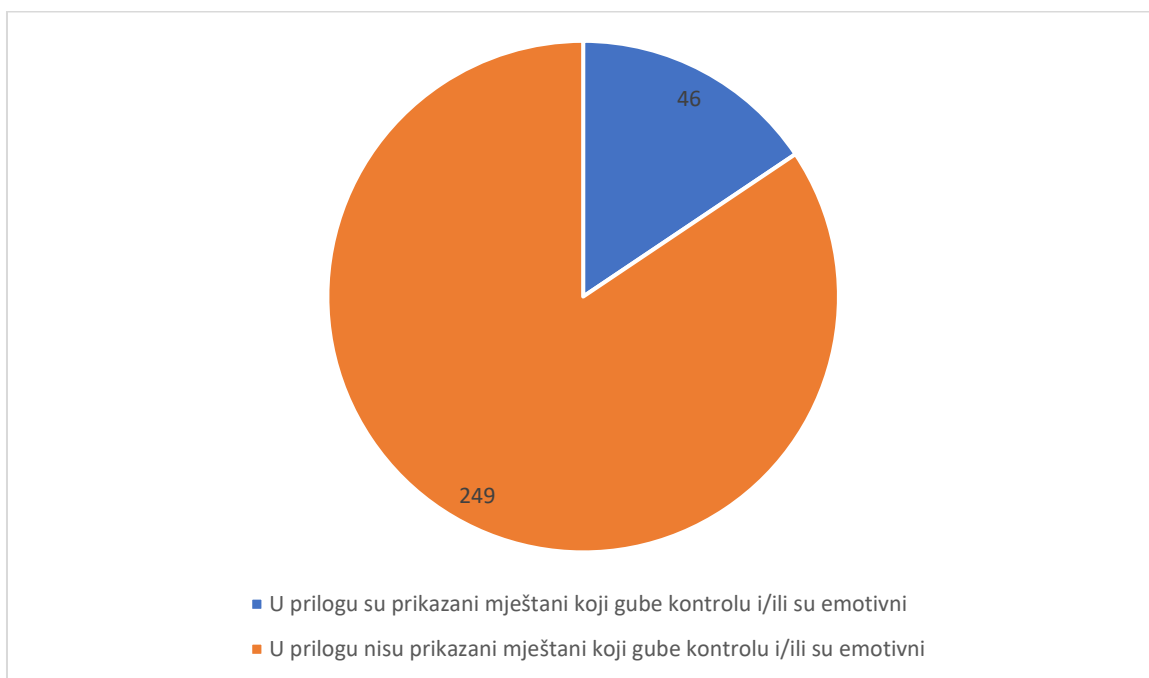
Slika 14: Naglašavanje mogućih štetnih posljedica nastalih zbog potresa



Izvor: autorica

Podaci u grafu iznad, pokazuju da su se u prilogu moguće štetne posljedice doista naglašavale, ali ne u većini priloga. Uz ovu kategoriju, kvalitativno sam analizirala kako se naglašavanje mogućih štetnih posljedica prezentiralo u prilogu.

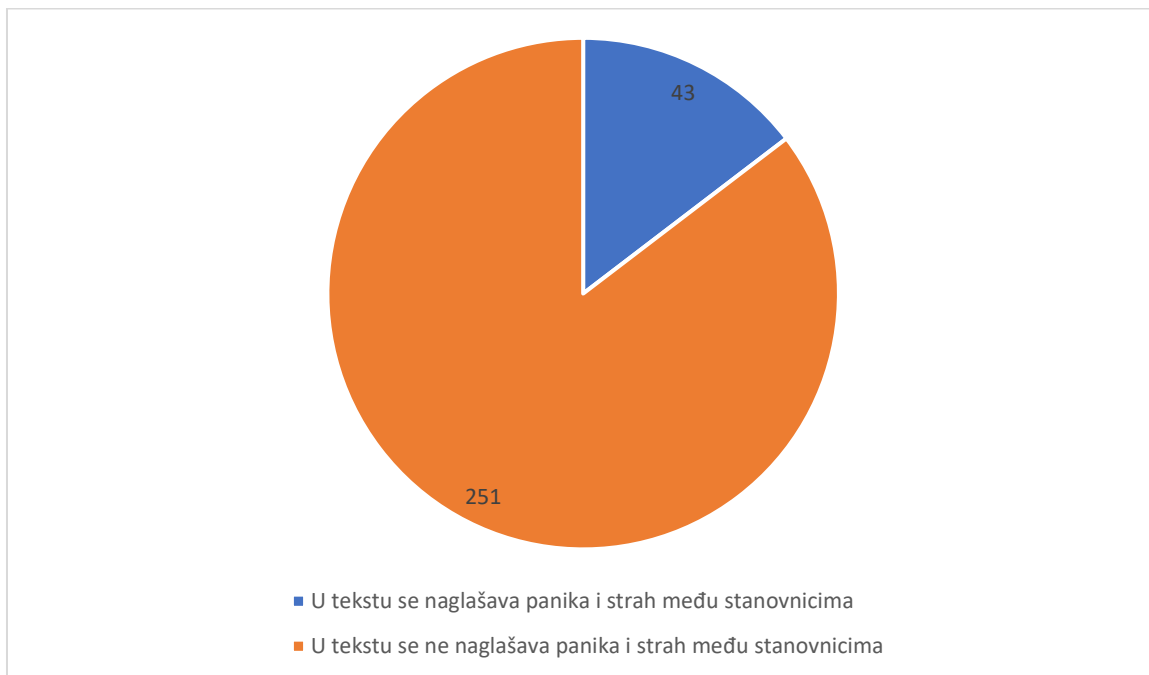
Slika 15: Kadrovi u kojima mještani sugovornici gube kontrolu i/ili su vrlo emotivni



Izvor: autorica

Uznemirujuće je vidjeti kada je netko izrazito tužan, a još više javnost može uznemiriti prikaz žene koja viče na ulici okružena ruševinama, potpuno van sebe. Takvi kadrovi koliko god šokirali gledatelja, zapravo ga i prizivaju da ostane gledati sadržaj koji mu se nudi. Takve scene rijetko su emitirane. U danima neposredno nakon potresa uglavnom su prikazivani ljudi koji gube kontrolu govoreći da „ne znaju što će“, „gdje da idu“, „kako im se ovo dogodilo?“, plaču, tresu se, viču. Što je vrijeme više prolazilo, snimke dramatičnih scena su se smanjile, a prikazivane su osobe koje plaču ili su jednostavno „slomljene“.

Slika 16: Naglašavanje panike i straha među stanovništvom

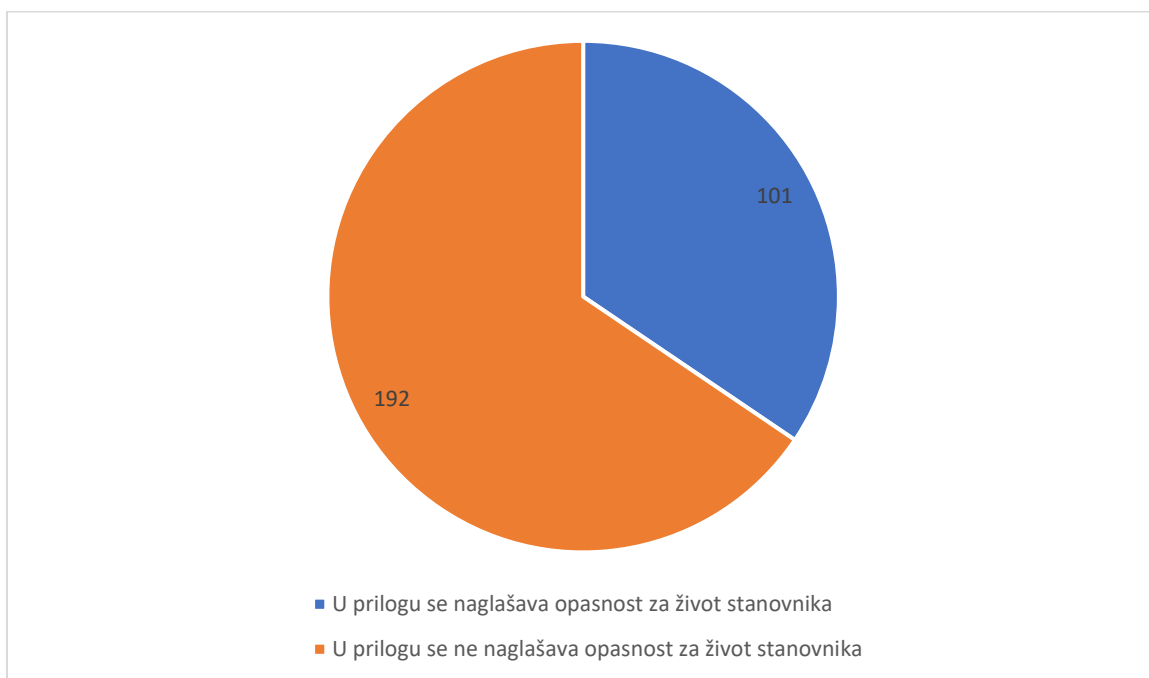


Izvor: autorica

Ovo je jedna od kategorija koja me svojim rezultatom doista iznenadila. Pregledavajući priloge prije početka istraživanja, imala sam dojam da novinar nameće osjećaj panike i straha, ali rezultati su pokazali suprotno. OFF-ovi (novinarski tekst) koji govore o stanovništvu koje je u strahu, odnose se na strah urušavanja kuća i naglašavanja da zbog toga stanovnici i ne ulaze u njih. Češće naglašavanja panike i straha doprinijelo bi već, pretpostavljam, uplašenom stanovništvu, na Banovini, ali i u ostatku Hrvatske.

U većini priloga se nije naglašavala opasnost za zdravlje i život građana. Pitanje naglašavanja štetnih posljedica, u početku sam koncipirala s ciljem da se odnosi samo na zdravlje i život, ali pri prvom brzom pregledavanju priloga, primijetila sam da se često spominju osobe koje su ostale bez posla, i financijski su nestabilne, zato sam uvrstila i taj aspekt u ovo pitanje. Drugačije opasnosti koje se spominju su situacije u kojima ljudi odbijaju upaliti grijanje zbog straha od prevelikih računa, ili su traumatizirani zbog stalnih potresa pa traže psihološku pomoć. Ovo pitanje također se nadopunjuje i kvalitativnim opisom na koji način se naglašava opasnost.

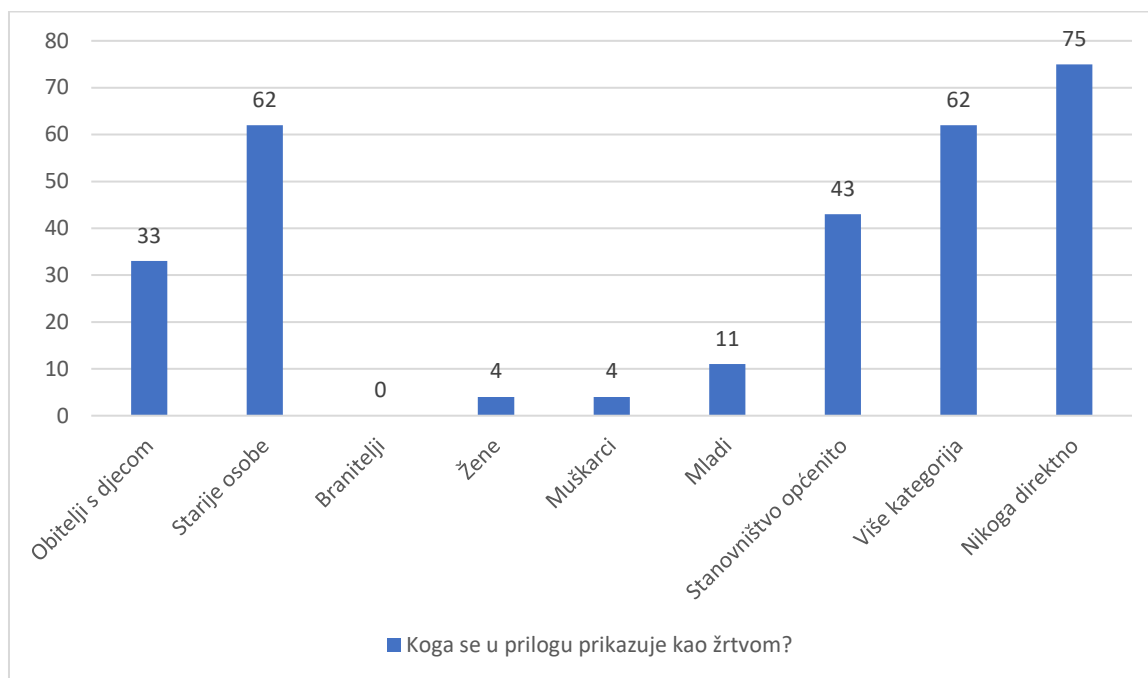
Slika 17: Naglašavanje opasnosti za zdravlje i život građana (i financijski)



Izvor: autorica

Tko je u prilogu prikazan kao žrtva jednako je bitno kao i tko je glavni akter. Nerijetko se događalo kako su žrtve ujedno i glavni akteri. Informacije iz priloga utječu na ljude i kroz likove s kojima se poistovjećuju. Većinom u prilogima kao žrtvu nikoga direktno nisu prikazivali, ili su prikazane starije osobe kao žrtve što je i očekivano budući da na Banovini živi pretežito starije stanovništvo. Emocije i dojam koji prilog ostavlja uvelike ovisi o tome koga se prezentira kao žrtvu i prikazuje li se netko uopće. Kratko objašnjenje prikaza rezultata: kategorija „stanovništvo općenito“ je cjelokupno stanovništvo stradalo u potresu, a „više kategorija“ odnosi se na situaciju u kojoj je žrtvama prikazano nekoliko kategorija iz kodne liste, a nije moguće izdvojiti samo jednu, npr: starije osobe i mladi ili obitelj s djecom i žene.

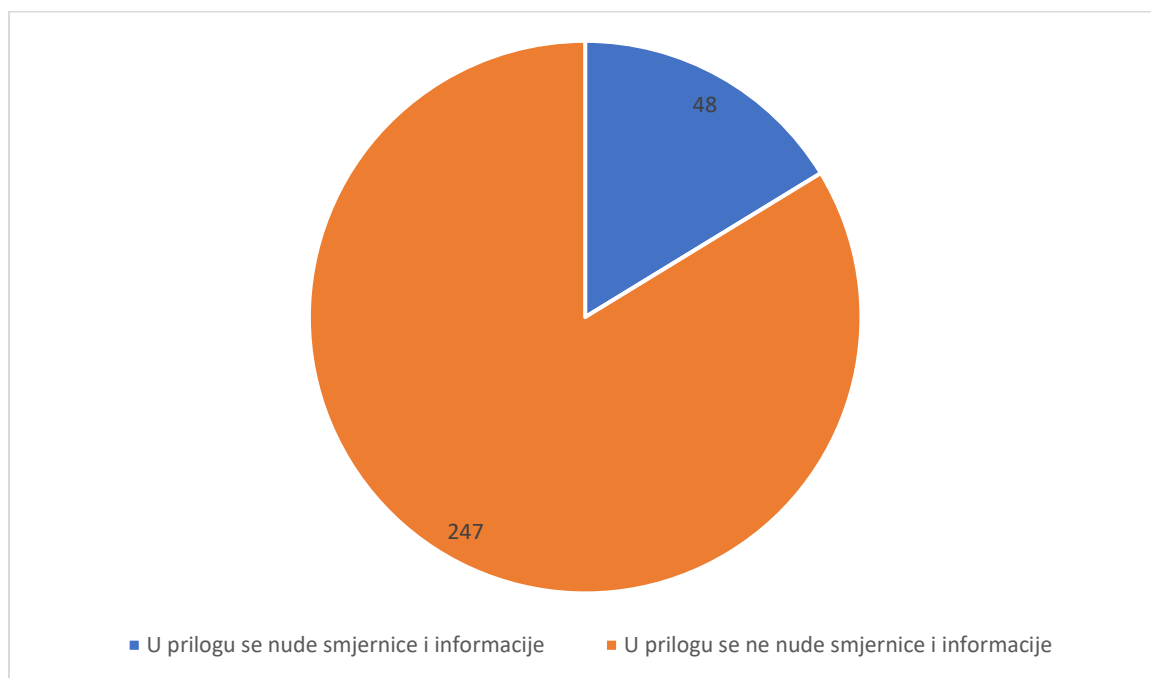
Slika 18: Žrtve u prilogu



Izvor: autorica

Nuditi smjernice i informacije što učiniti nakon katastrofe je jedan od glavnih zadataka medija u situacijama katastrofe, kako je navedno u radu Sreedharan i dr. (2019). Mediji imaju mogućnost smiriti situaciju i obavijestiti stanovništvo na najbrži mogući način kako reagirati i na koji način se spasiti. Podaci su pokazali da mediji to nisu činili, nego su više izvještavali o samom potresu. Uz dobivene rezultate slijedi i kvalitativno objašnjenje koje informacije su spomenute u prilogu i na koji način.

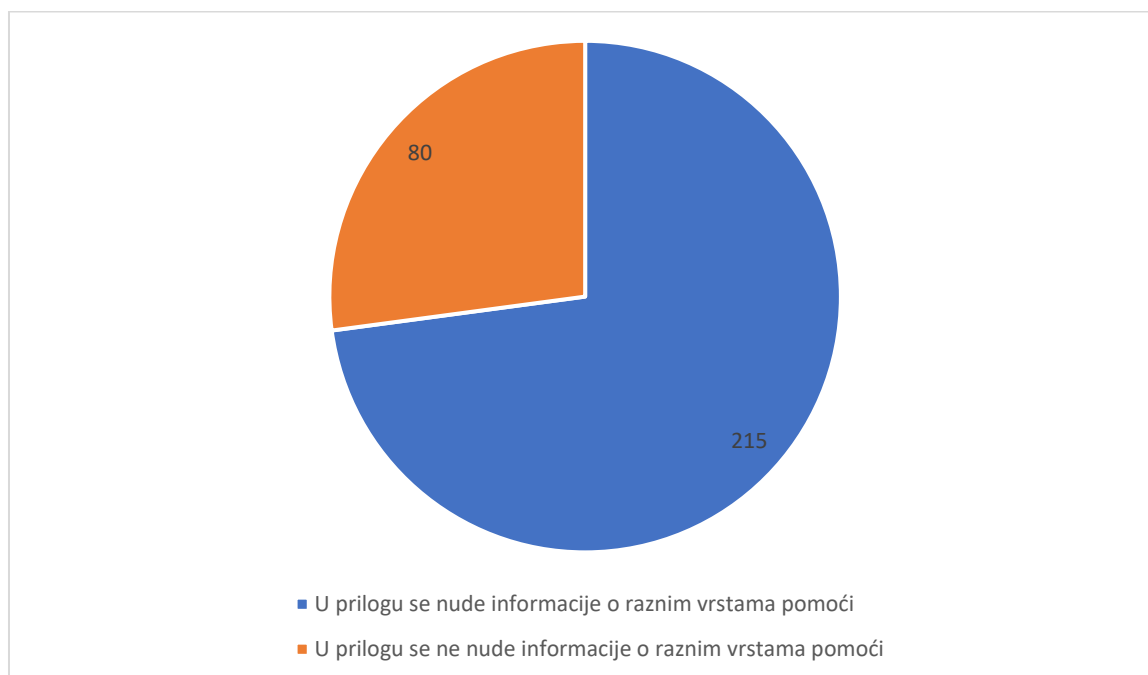
Slika 19: Smjernice i informacije za javnost



Izvor: autorica

Također jedna od uloga medija prema radu Sreedharan i dr. (2019: 36) jest pružiti informaciju stradalima koje su im sve pomoći omogućene. Schulz (2004: 88) kaže kako je specifična medijska funkcija da bez obzira na vremensko-prostorne prepreke oni prenose poruku, omogućuju im pristup informacijama, a u situaciji kakva je ova, ta uloga je i više nego bitna.

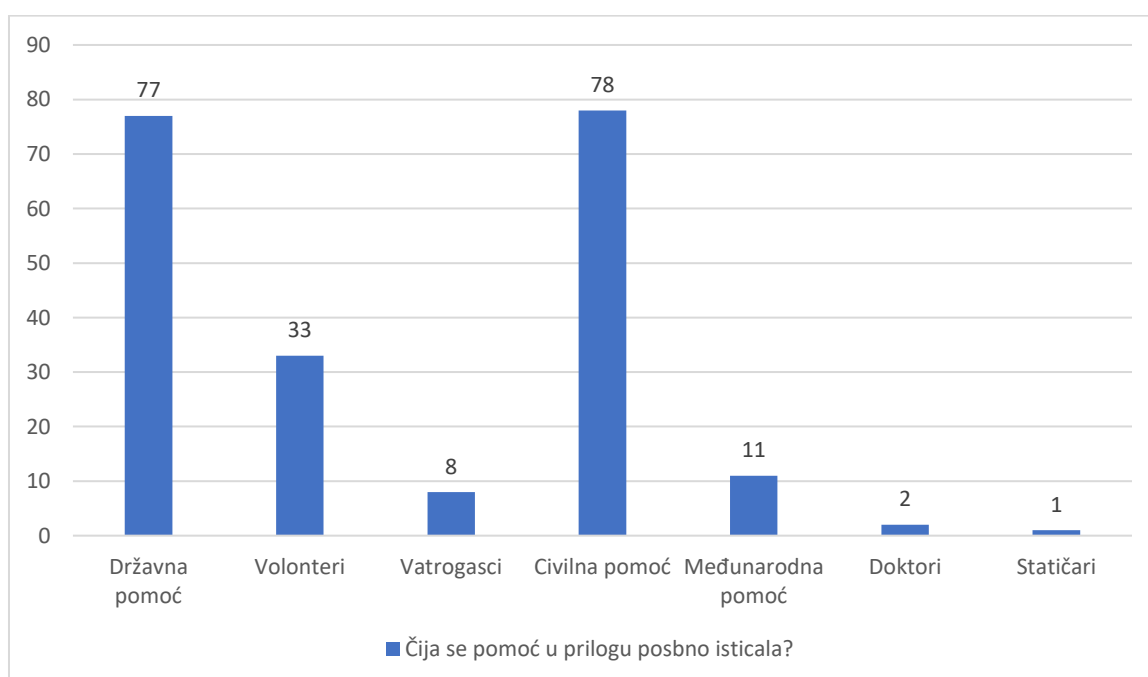
Slika 20: Informacije o raznim vrstama pomoći



Izvor: autorica

Pri analizi priloga bilježila sam čija se pomoć posebno isticala. Najčešće je to bila državna i civilna pomoć.

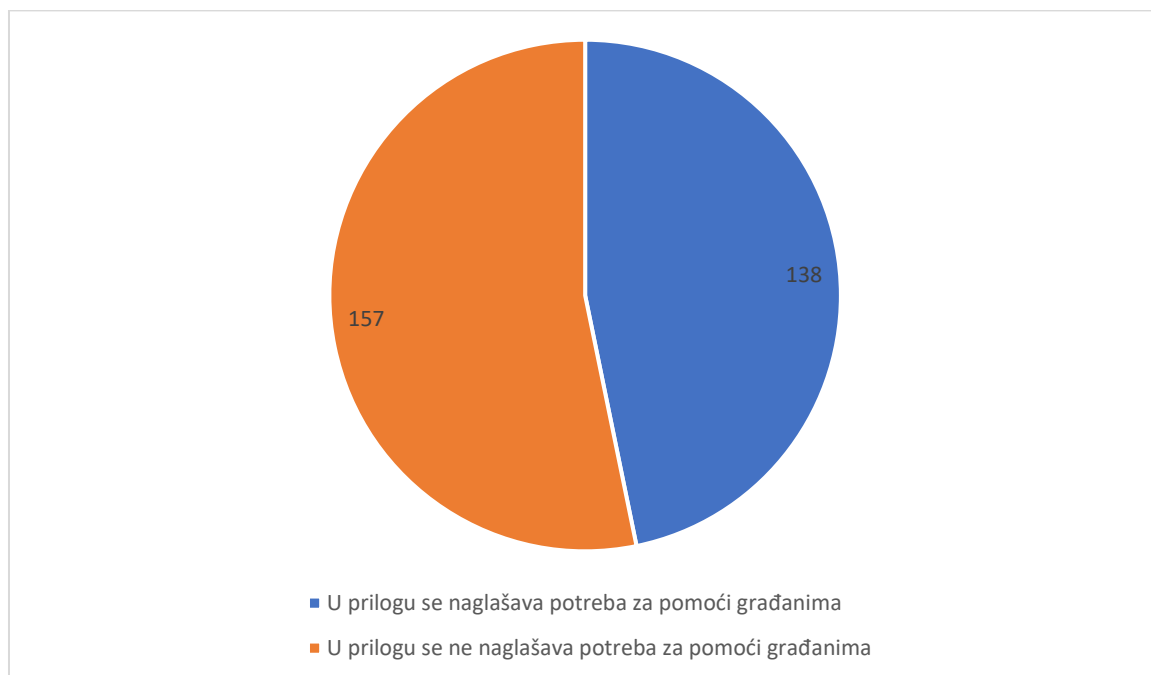
Slika 21: Čija se pomoć posebno ističe?



Izvor: autorica

Mediji moraju što prije pomoći s informacijama koje mogu osigurati pomoć stradalima, a to je najlakše raditi, kao što sam prije spomenula, putem povezivanja ljudi. Televizijske ekipe došle su do mnogih starijih osoba koje ne znaju ili ne mogu same doći na mjesto gdje se pomoć nudi. U takvim situacijama mediji su pomogli tim osobama i obavijestili javnost kakva im je pomoć potrebna. O kakvoj se konkretno pomoći radi također sam objasnila u kvalitativnoj analizi.

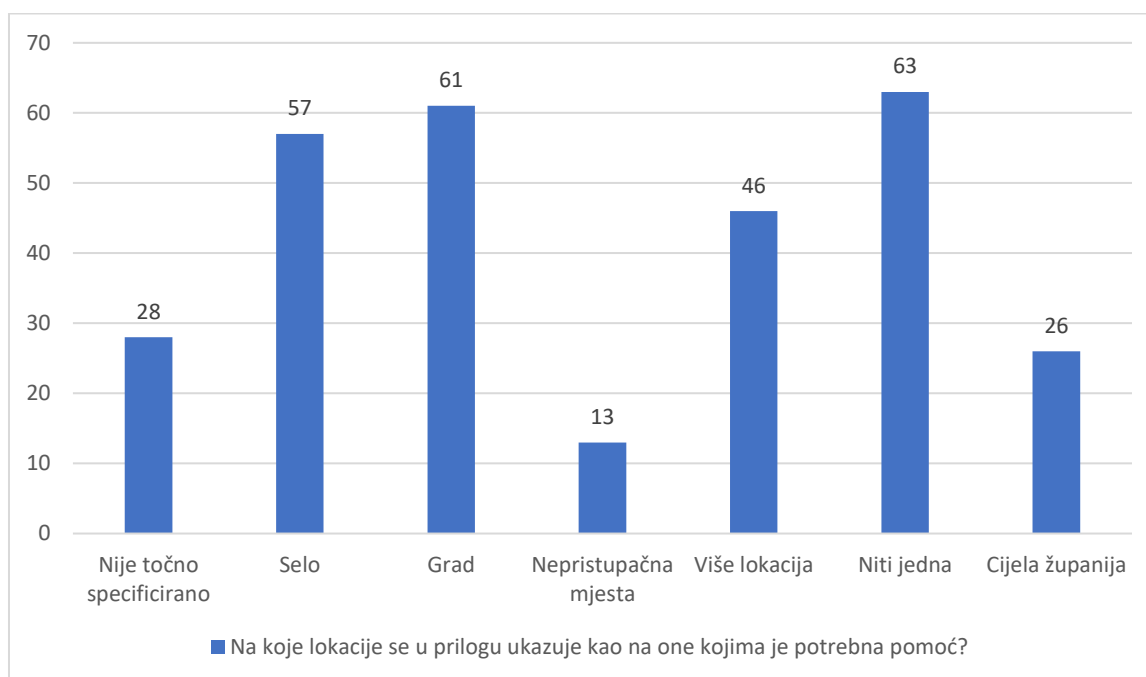
Slika 22: Naglašavanje potrebe za pomoći građanima



Izvor: autorica

Lokacije za koje se ukazivalo da im je potrebna pomoć, su različite, smatram da je to dobar pokazatelj objektivnosti izvještavanja. U situaciji kada se niti jedna lokacija nije spominjala kao ona kojoj je pomoć potrebna radilo se o volonterskim pričama, o ljudima koji pomažu, a ne samo o stradalima.

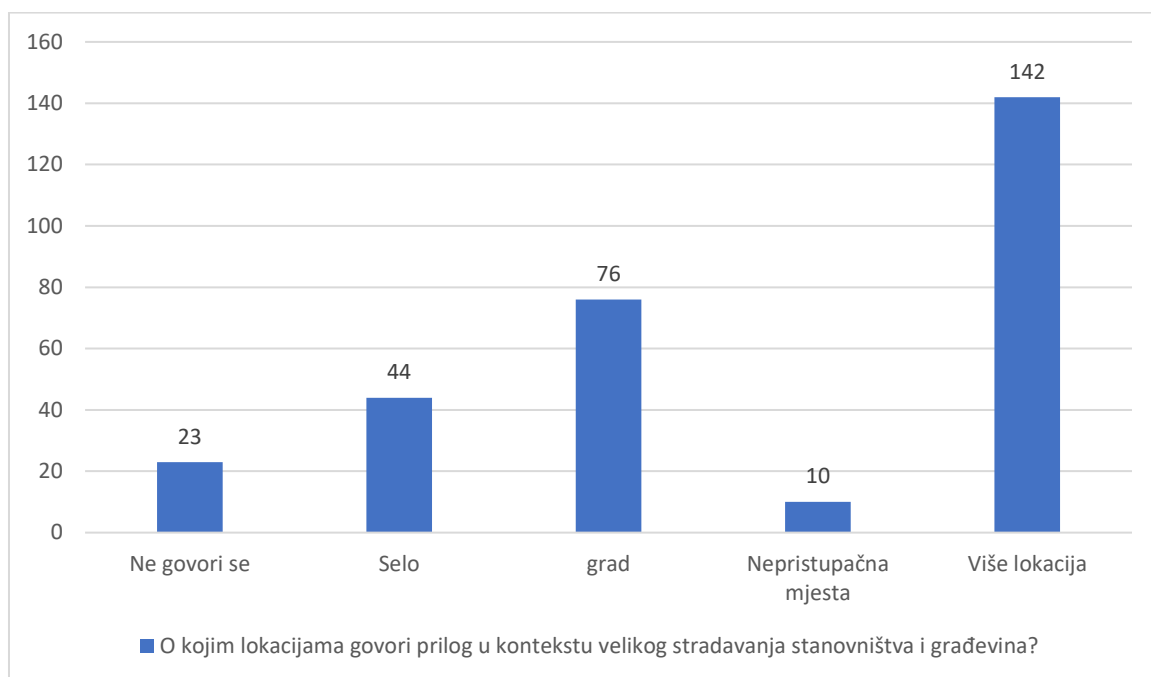
Slika 23: Lokacije kojima je potrebna pomoć



Izvor: autorica

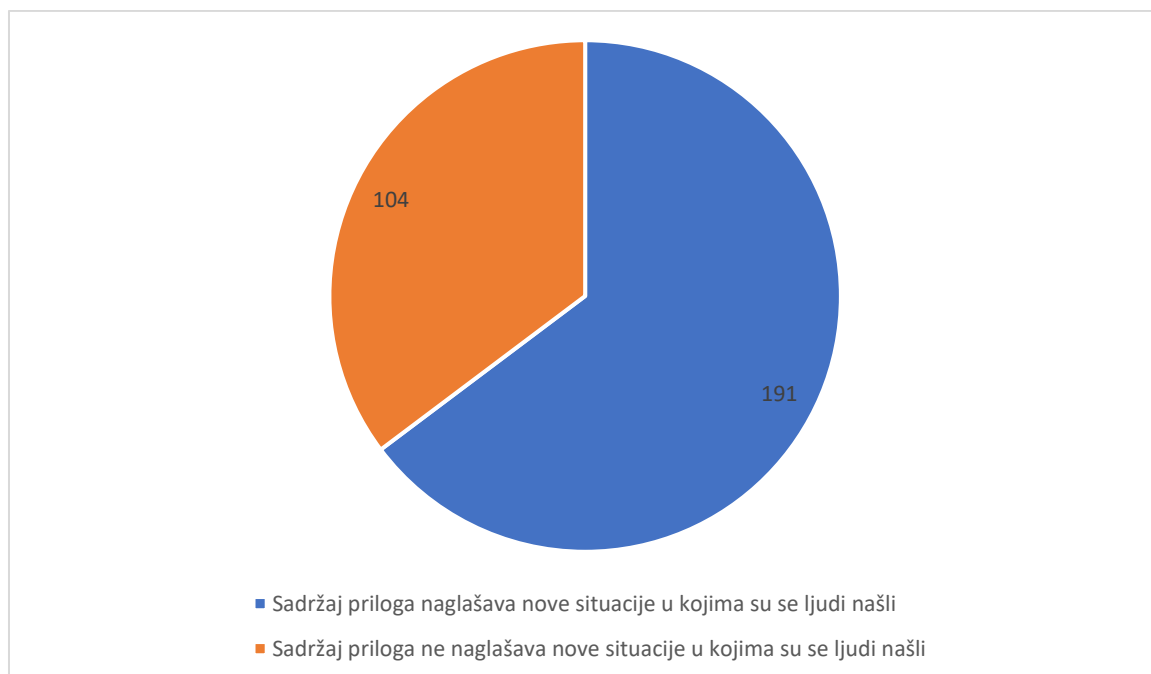
Zanimalo me za koje su lokacije televizijske kuće ponajviše govorile o velikom stradavanju. Očekivala sam da će to biti grad, budući da je Petrinja najviše stradala. Ali, rezultati su pokazali drugačije jer se u prilogu često puta nije spominjalo jedno mjesto nego nekoliko različitih, baš zbog heterogenosti, čime se svakome tko je nastradao dao jednak medijski prostor.

Slika 24: Lokacije koje su stradale u potresu



Izvor: autorica

Slika 25: Naglašavanje novih situacija u kojima su se ljudi našli



Izvor: autorica

Prilozi su spominjali nove situacije u kojima se stradalo stanovništvo nalazilo, kako se snalaze sada dok im je život zapravo „okrenut“ naglavačke. Što je i očekivano jer je to zapravo šokantna vijest, kako ljudi žive u automobilima, na dvorištu, bez higijenskih uvjeta. Uz ovu kategoriju pitanja uslijedio je i kvalitativan opis kojim sam objašnjavala što se točno naglašavalo. Najčešće se radilo o naglašavanju situacija u kojima su ljudi ostali bez domova, te sada spavaju u sportskim dvoranama, ili u kontejnerima, pa nemaju wc nego nuždu obavljaju vani na temperaturi 7 stupnjeva ispod ništice.

8 RIZIK KOJI JE UJEDINIO HRVATSKU

Komunikacija putem medija jedna je od najvažnijih mogućnosti koju mediji mogu pružiti stradalom stanovništvu. Oni koji su suočeni s katastrofom, traže izvor informacija na najbližem mogućem mjestu, a to su uglavnom mediji. Važno je razumjeti na koji način oni mogu informacije prenositi i kako se što više približiti onima u potrebi. Percepcija rizika koja je na televiziji prikazana ima veliki učinak na gledatelje, ona utječe na gledateljsku prosudbu cjelokupne situacije. Ima i pokretačku ulogu koja utječe na ponašanje ljudi na stradalom području, ali i na one koji su prostorno udaljeni, stvara svojevrsnu kulturu odgovornosti i sigurnosti. Kvalitetnim izvještavanjem uspostaviti će se osjećaj stabilnosti i suosjećanja, na taj način omogućiti će se i smanjenje mogućeg straha od rizika, koji bi mogao nastati zbog katastrofe. Svrha istraživanja bila je otkriti na koji način je rizik predstavljen u središnjim informativnim emisijama. Medijska reprezentacija odnosi se na to, kojim riječima se opisuju potres i posljedice potresa, kakve informacije su mediji prezentirali gledateljima, jesu li mediji tražili i pozivali na pomoć za ranjivim skupinama i koje emocije su prevladavale u priložima

8.1 Vrijeme posvećeno priložima o potresu na Banovini

Percepcija rizika uvelike se oblikuje količinom informacija koje mediji emitiraju. Kao što sam već napisala, u početku su informativne emisije cijeli svoj sadržaj posvetile temi potresa, a kasnije se intenzitet izvještavanja postupno smanjivao, što je i razumljivo. Danas ako pogledamo dnevnik, rijetko kada će se spomenuti razoran potres koji se dogodio prije nekoliko mjeseci, a ljudi na tom području i dalje žive u kontejnerima. Razumljivo je da je taj događaj prije bio zanimljiv gledateljima, pogotovo jer je to najjači potres koji je pogodio Hrvatsku od 1909. godine, ali mediji jednostavno nakon nekog vremena vijest iscrpe, potroše, ispričaju sve interesantne priče i prelaze na druge teme. Temi potresa na Banovini u emisijama dnevnika

ukupno je posvećeno 15 sati 22 minute i 7 sekundi. Rekorder u izvještavanju je RTL televizija koja je toj temi posvetila 5 sati 21 minutu i 18 sekundi svoga medijskog prostora. U svakoj televizijskoj kući uz priloge, odrađeni su i razgovori uživo sa stanovnicima, političarima ili stručnjacima koji su govorili o situaciji. Prvom periodu izvještavanja o nesreći, također se najviše posvetila RTL televizija koji je punih 4 sata 55 minuta i 41 sekundu izvještavala o situaciji na stradalom području i posljedicama koje je razoran potres donio, Nova TV izvještavala je 4 sata 23 minute i 29 sekundi, a HRT 4 sata 15 minuta i 8 sekundi. Nadalje, 26 minuta i 35 sekundi je Hrvatska radiotelevizija izvještavala o potresom pogođenom području u drugom periodu, a isto tako je i u trećem bila vodeća sa ukupno 19 minuta i 15 sekundi. Najmanje je o navedenoj temi izvještavala televizija Nove TV, s 97 priloga u ukupnom trajanju od 4 sata 59 minuta i 51 sekundu. Prosjek trajanja priloga na Novoj TV je 3 minute i 4 sekunde, na RTL-u 2 minute i 57 sekundi, sve skupa je prikazano 101 prilog i na HRT-u koji je imao ukupno 98 priloga, prosjek jednog je 3 minute i 4 sekunde „U analizama informativnih medija kao što su televizija, novine, radio i tako dalje, može se uvidjeti da je formiranje percepcije rizika od katastrofe, usko povezano s količinom i učestalošću primljenih informacija“ (Xu i dr, 2020: 3). Već postojeća medijska istraživanja, pokazuju kako velika medijska izloženost medijima može značajno povećati percepciju rizika među stanovništvom, ali s pravilnim djelovanjem medija, oni mogu povećati svjesnost o ozbiljnosti situacije katastrofe, ali u pozitivnom smislu (Xu i dr, 2020: 3). Prema Strömbäcku (2011) prva i osnovna faza medijalizacije je kada mediji postaju najvažniji izvor informacija, što je u ovoj situaciji i slučaj. Građani percipiraju rizik i na temelju toga jesu li direktno ili indirektno doživjeli iskustvo katastrofe. Oni koji su doživjeli potres na svojoj koži mogu na temelju prethodnog iskustva reagirati ako se situacija ponovi, dok oni koji nisu imali direktno iskustvo informacije o ponašanju u slučaju potresa prikupljaju isključivo putem medija i na temelju toga djeluju. To su takozvane vanjske informacije, za koje postoji velika mogućnost da povećavaju percepciju rizika.

8.2 Riječi kojima se najčešće opisuje potres

Potres se u najviše priloga uopće nije opisivao. Od ukupno 295 analiziranih priloga 242 ih nije opisalo potres, a najčešće je korišten naziv "razoran" i to u samo 30 priloga. Dalje slijede opisi "jak", "najjači" (12), "snažan", "vrlo snažan" ili "najsnažniji" (4), "veliki" (3), "katastrofalan" (2) i nešto drugo (7). U kategoriji nešto drugo potres je nazivan "tragičnim", "strašnim", "čistim užasom", "strašnim razaranjem" i "najgorim". Za posljedice potresa, također je u većini priloga

opis izostao. U njih 167 nije pronađen nikakav opis posljedica potresa, u 62 priloga za opis se koriste riječi kao "ruševine", "razrušeno", "porušeno", "urušeno" ili "srušeno". "Stradalo", "pogođeno", "ranjeno područje" spominje se 21 puta. Nakon toga slijede "velika šteta", "oštećenja" (12), "uništeno" (9), "katastrofa", "kaos" (9), "strašno", "strahota", "užas" (7), "nešto drugo" (7), "agonija" i "tragedija" (2). U kategoriji nešto drugo posljedice potresa opisane su riječima: "apokaliptično", "vraća se osjećaj 90-ih", "teške okolnosti", "sablasni Strašnik", "ožiljci potresa" i "grad pepela". Riječi u novinarskim tekstovima služe kako bi gledatelju približili priču i zainteresirali ih. Dugo vremena senzacionalizam se temeljio na sadržaju novinarske priče. „Priče čije su teme i priče bile povezane s kriminalom, nasiljem, seksom, protestima, požarima i katastrofama bile su kategorizirane kao senzacionalističke“ (Kleemans i Vettehen, 2012: 229). Korištenjem riječi koje daju prizvuk naglašavanju posljedica potresa ili stalno naglašavanje kako se radi o najjačem potresu do sada, kod gledatelja može prouzročiti strah. Novinari prilagođavaju vijest interesu gledatelja, žele iz priče izvući sve ono što se izvući može. Primjerice, prilikom provođenja istraživanja primijetila sam kako se opisi potresa najčešće koriste u najavi voditelja, dok se u prilogu potres ne opisuje, nego posljedice. Paralelno s opisom situacije novinar bi opisivao i posljedice, također na početku priloga. Opisi se nisu ponavljali, nego su služili kako bi gledatelja uveli u priču, uz opis je slijedio i široki kadar razrušenog grada ili snimka iz ptičje perspektive. Da su rezultati pokazali učestalije pojave opisivanje potresa i posljedica mogla bi govoriti i o elementima senzacionalizma, ali ovdje to ipak nije slučaj.

8.3 Emocionalni i vrijednosni obrasci izvještavanja o potresu

Ukupno gledajući, 111 priloga od 295, pozitivno je orijentirano, a 100 negativno, dok su 72 priloga neutralno orijentirani. Iz toga zaključujem da su emitirani prilozi većinski pozitivni. Najčešća tema koja se javljala bila je pomoć i volonteri i to u 71 prilog, dok se najmanje govorilo o smrti i stradanju. Emocije koje su prevladavale u prilogu bile su pozitivne i to u 142 slučaja, što je 48,1% od ukupnog broja priloga, dok u 35,6% priloga prevladava negativna emocija. Najčešće emocije koje su se javljale su tuga (36), strah (17) i zbunjenost (17), a zajedništvo (40), nada (34) i sreća (16) prevladavaju. U radu „Emotionalization in new television formats of science popularization“ (Cros i dr, 2013), navedeno je kako prema Schereru ljudi razvijaju osjećaje kada gledaju televiziju i prerađuju ih isto kao i emocije koje dožive uživo. Emocije su u prilogima prikazane i putem slike. Ali ne u većini slučajeva. U samo

52 priloga emocije su prikazane u krupnom kadru. Slika je pokazivala najčešće starije osobe koje plaču, žene, a nerijetko i muškarce.

Emocije u krupnom planu:

- **Panika** - žena plače i govori ovo je gore nego rat.
- **Tuga** - nekoliko ljudi plače ili jecaju, pa onda pojedinačan prikaz muškarac plače, nakon toga u krupnom kadru opet je prikazana žena koja plače.
- **Strah** - žena koja plače i detalj njenih ruku kada stišće šake, nakon toga prikazuje se druga žena i detalje njenih ruku, ona govori kako joj se ruke tresu od straha.
- **Sreća** - dijete se smije, čestita svima pravoslavni Božić.
- **Nada** - djed govori „i kad je kraj nije kraj, uvijek ima neki drugi list, detalj njegovog suznog oka“ (RTL, 04.01.2021.).
- **Zajedništvo** - poruka od curice: "dragi prijatelju s tobom sam Karla iz Vagovine" (RTL, 30.12.2021.).

U 69 od 295 priloga emocije su prezentirane iz bliskog načina snimanja:

- **Šok ili strah** - žena govori kako je ostala zatrpana. Trauma koju su ljudi prošli vidljiva je kada gradonačelnik Petrinje izlazi iz zgrade i pored njega padne veća količina snijega, on se prepada i automatski izmiče govoreći u strahu "što je to, što je bilo?" (HRT, 19.01.2021.).
- **Tuga** - žena govori „sve imamo, samo nemamo međe, šta da radim evo ja se sva tresem“ (jeca), (HRT, 13.01.2021.) muškarac je tužan jer skidaju toranj Sisačke katedrale, čovjek teško govori, tužan je, kaže pije tablete da bi se smirio.
- **Sreća** -baka plače od sreće jer je vidjela unuke i jer joj ljudi pomažu, muškarac plače od sreće jer je dobio kontejner.
- **Zajedništvo** - žena na rubu suza govori kako joj nije teško kuhat za stradale jer je i onda sama iz Petrinje.
- **Ljutnja**- čovjek nabraja kako da se raspodijeli podjela građevinskog materijala da ne bude prevarenih, povišen ton, drugi čovjek se unosi Dumboviću u lice.
- **Sjeta**- Djeca mašu ide OFF: „mahanja Banovini moglo bi biti sve više“ (zato što sve više ljudi odlazi iz Banovine) (NovaTV, 06.03.2021.)

Iz ptičje perspektive najčešće su prikazani kadrovi porušene Petrinje ili crkava i to u 44 priloga, uz novinarski tekst koji je naglašavao stanje grada riječima „razrušeno, porušeno“ itd. Emocije

su prijašnjih godina imale glavnu ulogu u emisijama poput sitcoma ili talk-show-ova, dok su one danas sve prisutnije u informativnim emisijama. Naglašavanje emocija, česta upotreba jakih vizualnih efekata koji mogu utjecati na predodžbu gledatelja o stanju situacije, i korištenje glazbene pozadine zbog iste svrhe spada u elemente senzacionalizma. U analiziranim priložima glazbena pozadina bila je prisutna u svega 10 priloga. Analiza je pokazala da su emocije u emitiranim priložima doista prisutne, ali se ne može govoriti o emocionalizaciji ili senzacionalizaciji informativnih vijesti. Osjećaji su prisutni samo kako bi se priča kvalitetnije ispričala, kako bi dočarala događaj koji se odvija, ne s ciljem pre naglašavanja problema. U samo 15,6% priloga prikaza situacija u kojoj mještani gube kontrolu nad svojim ponašanjem ili su izrazito emotivni, a u 14,6% panika se naglašava u novinarskom tekstu:

- „Nakon što se tresla, zemlja se mještanima naselja Mečenčani, doslovno otvorila. Danima strahuju od rupa koje se šire.“ (NovaTV, 09.02.2021.).
- „Ljudi u potpunom šoku očajni, emocije nisu mogli kontrolirati“ (HRT, 29.12.2020.).
- „Teška i duga noć je pred stanovništvom, Puni straha, mnogi bez krova nad glavom pitaju se što će dalje.“ (HRT, 29.12.2020.).
- „Neprestano podrhtavanje tla igra je živaca, mnogi još ne nalaze snage nositi se s tim“ (HRT, 29.12.2021.).
- „Zabrinuti roditelji, trčali su gradom, tražili gdje su im djeca“ (RTL, 29.12.2020.).
- „Svakodnevno podrhtavanje tla ostavlja trag i na psihu, pa potrošnja antidepresiva raste“ (RTL, 03.01.2021.).

Beck govori kako je rizik uvijek prisutan, ali on nastaje onda kada ga očekujemo i naglašavamo njegove moguće posljedice. Rezultati pokazuju kako se u 61 prilogu, naglašavala mogućnost nekog štetnog događaja nastalog zbog potresa i to na način da prilozi najčešće govore o mogućnosti urušavanja kuće tijekom sanacije: „opasna je sanacija, može se dogoditi da se sve poruši u toku saniranja štete“ (RTL, 15.01.2021.) ili tijekom svakodnevnog života: žena u tonu govori kako se „susjedov zid može srušiti na nju ili njenu kuću, kako može poginuti“ (HRT, 18.02.2021.), govori se i o stradalim obiteljima „kuća ove Glinske obitelji tone. Hitno se moraju iseliti, ne preostaje im drugo nego stvari bacati u dvorište. Jer za koji sat ili dan njihov dom postat će ruševina“ (HRT, 01.01.2021.), spominje se i povećana mogućnost zaraze koronavirusom, jer su stanovnici u cijeloj toj konfuznoj i paničnoj situaciji prestali paziti na epidemiološke mjere. U slučaju priloga koji govore o potresu na Banovini, ne spominje se naglašavanje rizika u većini priloga. Najčešće se govori o problemima koji su nastali zbog potresa (urušene zgrade, ljudi bez domova). Takvim segmentima priloga doista se očekuje rizik.

U situacijama drugačijih katastrofa ili nesreća, kao što je sudar automobila, možemo kontrolirati ishod cjelokupne situacije, bar u maloj mjeri, sa auto-osiguranjem. Beck smatra da rizik, sam po sebi ne postoji, nego se on stvara predviđanjem (2011: 25). Zato on govori o današnjem društvu kao društvu rizika, zbog pokušaja da se predviđeni rizik, zaustavi, ili se njegove posljedice umanje. Dok se posljedice prirodnih katastrofa ne mogu kontrolirati jer su neizvjesne, ne možeš se nigdje sakriti kada krene potres, možeš se samo skloniti pod stol ili pobjeći iz kuće van. U 101 prilogu naglašavala se opasnost za zdravlje i život građana i/ili u financijskom smislu. Već sam napomenula kako je Banovina, kroz povijest oduvijek bila ranjiviji dio Hrvatske, što je ostavilo traga i danas. Zbog povijesnih i socijalnih razloga nekako se uvijek zaboravljala, osim u kriznim situacijama. U prilogima se često naglašavalo kako su ljudi i do sada teško živjeli, a i tek će, budući da su mnogi ostali bez posla: „I sirana mu je stradala, jedini izvor prihoda njegovoj obitelji u kojoj su dva studenta i osnovnoškolac“ (NovaTV, 14.01.2021.). Često se spominje hladno vrijeme i ne mogućnost grijanja: „najpotrebnije je voda hrana i deke, jako puno deka jer ljudi se nemaju gdje grijati izgubili su krov nad glavom i nemaju šta" (prikazana starica koja jedva hoda, sama živi u zadnjem selu) (NovaTV, 31.12.2020.). Neki stanovnici odbijali su se grijati, bez obzira na temperature u minusu od straha da će im doći preveliki računi: „ljudima je hladno, griju se na lonce pune vruće vode“ (RTL, 16.01.2021.). Iako teška situacija, niti ovdje se nije naglašavala opasnost u kojoj ljudi žive. Gledajući ukupan broj priloga vidljivo je da ima više pozitivnih, nije prisutno forsiranje loših situacija, nego suprotno, naglašavaju se pozitivne emocije, stanovništvo ima nadu, teško im je, ali su ponosni, ne mole za pomoć. U prilogima često zahvaljuju na humanitarnoj pomoći, prikazane su situacije koje ulijevaju nadu u bolje sutra. Čuva se dostojanstvo onih koji su stradali.

8.4 Nude li mediji konkretno rješenje?

Izvještavanje o prirodnim katastrofama drugačije je od izvještavanja o nekim drugim situacijama. Prema autorima Sreedharan i dr. (2019), mediji imaju ulogu spajati ljude, ukazati im na pomoć koja im se nudi, olakšati im već tešku situaciju. Prilozi obuhvaćeni ovim istraživanjem ispunjavaju taj zadatak, 215 priloga nudi informacije o raznim vrstama pomoći. Najviše se ističe civilna pomoć (78) i državna (77) te volonteri - fokus su mnogih priloga. Najčešće se priča o stradalom stanovništvu gradi oko humanitarne pomoći, posebno se naglašava zajedništvo i empatija civila koji dolaze iz svih krajeva Hrvatske kako bi pomogli stradalima. Neki ljudi na raspolaganje daju svoje kuće kako bi smjestili one koji su ostali bez

svoga. Prikazuju se ljudi koji dolaze iz Gunje, govore kako su oni primili pomoć za vrijeme velikih poplava, pa sada oni žele pomoći onima koji su u nevolji. Najčešće u priložima nema nikoga direktno prikazanog žrtvom (75), dok su stariji ljudi u 62 priloga direktno prikazani kao žrtve, što je i razumljivo jer na Banovini živi pretežito stanovništvo starije životne dobi. U priložima nisu prevladavale informacije što javnost treba učiniti u danima nakon potresa, 48 priloga sadržavalo je informacije kao što su: „apelira se na građane da dojavu kome je potrebna pomoć“ (RTL, 03.01.2021.), „oni koji nemaju gdje mogu otići u sportske dvorane“ (u prilogu je navedeno koje) (RTL, 30.12.2020.), „država sugerira poljoprivrednicima da ne prodaju stoku u besćenje“ (HRT, 07.01.2021.), „na građane se apelira da u stradala područja ne odlaze na svoju ruku“ (NovaTV, 30.12.2020.), prikazana je jedna obitelj koja je prva dobila bebu u novoj godini na području Banovine, i cijeli prilog govori o toj sretnoj vijesti, nakon čega slijedi novinarski OFF: „...jer njegovom sinu prvi dom neće biti obiteljska kuća, već ovaj privremeni kontejner“ (NovaTV, 02.01.2021.), itd. Bitno je napomenuti kako se u najviše informacija nudilo u početku, dok su kasnije informacije sadržavale upute o tome kako da ljudi prijave oštećenja na svojim objektima i obavijesti da uskoro istječe rok za prijavu. U priložima se naglašavala potreba za pomoći građanima, ali ne u većini priloga, već u 138 slučajeva. Ta pomoć uglavnom se odnosila na potrebu za sanacijom štete, grijalicama, kontejnerima i drugo. U 63 priloga nije navedeno kome je točno potrebna pomoć, a u 61 se govori o gradu kao mjestu gdje je potrebna najveća pomoć. U većini priloga spominju se nove situacije u kojima su se stanovnici stradalog područja pronašli. Najčešće se spominje promjena načina života, ljudi spavaju u autima, u kontejnerima, nemaju grijanja, čekaju u redu za hranu, blagdane slave vani na otvorenom pored vatre, ali se svejedno vesele, ne gube nadu. Najviše je stradao grad Petrinja, pa ovi rezultati ne iznenađuju. Nije se isticala samo jedna lokacija koja je najviše nastradala, 142 priloga govore o više lokacija, pazi se na heterogenost u izvještavanju kako neko područje ne bi bilo izostavljeno.

9 KATASTROFA POTIČE HRABROST

Izvještavanje televizija s nacionalnom koncesijom o potresu na Banovini odvijalo se sukladno ulogama koje mediji moraju ispunjavati tijekom katastrofe. Iako u tek manjem broju priloga, televizijske kuće odašiljale su poruke što treba učiniti nakon potresa, izvještavale o marginaliziranim skupinama, ljudima koji žive na nepristupačnim mjestima. Spajali su obitelji koje su se u kaosu potresa razdvojile, povezivale osobe sa svih krajeva Hrvatske kako bi jedni drugima pomogli. Izvještavanje nije bilo puno negativnih emocije, čak štoviše pozitivnih. Emocije prenesene slikom imaju jači učinak na gledatelje od riječi koje čuju u priložima, a dramatičnih vizualnih elemenata nije također bilo u većini priloga. U priložima se najviše spominje pomoć koja je dolazila sa svih strana kako bi se onima koji su stradali olakšala cjelokupna situacija. Ona je u novinarskom tekstu nazvana različitim frazama i vizualnim prikazima: iz ptičje perspektive „prikazan grad Zadar od kuda dolazi pomoć, te snimka šlepera punog građevinskog materijala“ (HRT, 04.01.2021.). Smatram da se emocije koje su prikazane u priložima mogu povezati s teorijom rituala. Kako Collins govori, neki od elementa rituala su „fizička suprisutnost pojedinca, uzajamne svijesti jedan o drugome, zajednički fokus pažnje i zajedničko emocionalno raspoloženje, koje je na terenu bilo prisutno“ (Turner i Stets, 2011: 100). Takvi rituali prikazivali su se u televizijskim priložima, u obliku priča kako ljudi jedni drugima pomažu. Ova teorija se tiče emocija koje se grade duže vrijeme, govori o emocionalnoj energiji, koja može postojati samo u kulturama koje posjeduju zajedničke simbole i vrijednosti, ona se ne doživljava pa postoji, nego se mora izgraditi kroz nekoliko situacija (Turner i Stets, 2011:101). Prema podacima koje sam dobila nakon završene analize sadržaja, mogu reći da mediji nisu težili javnoj zamijećenosti nauštrb onih koji su stradali. Riziku se pristupa onako kako i Beck govori da treba. On je jednostavno dio naše stvarnosti, socijalne nesigurnosti, situacija se koja je prikazana u priložima se opisivala, a ne naglašavala. Prilozi ne stvaraju osjećaj da ljudi gube kontrolu nad situacijom, nego se trude napraviti što bolje od situacije koja ih je snašla. Boje se, ali ne dopuštaju da strah njima prevlada. Televizija doista u ovom slučaju ima ulogu institucije. I to one koja se brine za stradale, prilikom intervjuiranja novinari ispituju ljude kako ste, treba li Vam što, gledatelju govore što ljudima od stvari nedostaje, upućuje ih na ponašanje. Medijacija ovdje ima očigledno djelovanje kako je Schulz (2004) rekao. Mediji su naše produžene oči i uši, u situaciji kada je na prostoru Banovine sve konfuzno i vlada potpuni kaos. Gledatelji sjede doma, u drugim dijelovima Hrvatske i doživljavaju ono što im se na ekranu servira. Takva situacija stvorila je osjećaj imaginarnog sigurnosti, koja nam olakša život, jer Beck (2011) kaže kako je svijet u kojem danas funkcioniramo, mjesto gdje moramo

stalno biti budni, paziti na rizike. Ali u slučaju izvještavanju potresa na Banovini mediji nisu forsirali naglašavanje opasnosti. Prema tome se ne može govoriti niti o senzacionalizmu u izvještavanju o potresu na Banovini. Jedan od glavnih emocija koja bi morala biti prisutna za takvo nešto je, strah ili šok. A u priložima se najviše isticala nada, sreća i zajedništvo. Kako se senzacionalizam ostvaruje kroz simbole, mogu spomenuti nazive koje su novinari koristili pri opisivanju posljedica potresa i samog potresa. Da je u priložima bila veća frekvencija riječi kao razoran potres i katastrofalan, bilo bi moguće utjecati i ostaviti vrlo jak dojam na gledatelja, isto kao i ruševine, razrušeno, strahota i tako dalje. U tom slučaju moglo bi se govoriti o senzacionalističkom izvještavanju. Na kraju zaključujem da su mediji u izvještavanju o ovoj temi, pazili na koji način izvještavaju o ovoj kriznoj situaciji. Pristupali su stradalima suosjećajno i nisu potencirali emotivne ispade. Prilozi su težili javnoj dobrobiti i pomoći onima kojima je pomoć potrebna. Kako je navedeno u radu, Beck tvrdi kako je vrlo bitna vizualna reprezentacija rizika, kako bi doživljaj bio jači. A televizijske kuće, rizik nisu konstruirali putem vizualnih ili auditivnih elemenata, iako prilozi sadrže poneki senzacionalistički segment, emocionalne kadrove i tužne sudbine, o stradavanjima se izvještavalo deskriptivno i objektivno.

10 LITERATURA

- Ash, L. Rebecca (1998) Disaster Reporting and Sensationalism: New York Times Coverage of Y2K. <https://www.angelfire.com/journal/worldtour99/y2k.html> Pristupljeno 14. lipnja 2021.
- Balabanić, Ivan i Benković, Vanesa (2014) Medijalizacija rizika – primjer televizijskog izvještavanja o pandemiji gripe. *Medijska istraživanja* 20(1): 65-85. <https://hrcak.srce.hr/126392> Pristupljeno 17. lipnja 2021.
- Beck, Ulrich (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. Munich: SAGE Publications Ltd.
- Beck, Ulrich (1996) O zastarijevanju društvenoznanstvenih pojmova. Osnove teorije refleksivne modernizacije. *Socijalna ekologija* 5 (1): 83-99. <https://hrcak.srce.hr/14141> Pristupljeno 16. lipnja 2021.
- Beck, Ulrich (2006) Living in the world risk society. *Economy and Society* 35 (3): 329-345 https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4095470/mod_resource/content/0/Beck--WorldRisk.pdf Pristupljeno 15. lipnja 2021.
- Beck, Ulrich (2011) *Svetsko rizično društvo: U potrazi za izgubljenom sigurnošću*. Novi Sad: Akademska knjiga
- Couldry, Nick i Hepp, Andreas (2013) Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory* 23(3): 191-202. https://www.researchgate.net/publication/264368343_Conceptualizing_Mediatization_Contexts_Traditions_Arguments Pristupljeno 10. lipnja 2021.
- Cros, Anna i dr. (2013) Emotionalization in new television formats of science popularization. *Pragmatics* 23(4): 605-632. <https://www.researchgate.net/journal/Pragmatics-1018-2101> Pristupljeno 5. lipnja 2021.
- Čaladrović, Ognjen (1994) Rizik i socijalni kontekst. *Socijalna ekologija* 3(1): 1-16
- Čuvalo, Antonija (2015) *Medijski život mladih: primjena teorije prakse na analizu medijskih navika u multimedijском okruženju, doktorska disertacija*. Doktorski rad. Zagreb: Filozofski fakultet u Zagrebu. <https://www.bib.irb.hr/764617> Pristupljeno 10. lipnja 2021.
- Davoudi, Simin (2015) From risk society to security society. U: Fra Paleo, Urbano (ur) *Risk Governance. The articulation of hazard, politics and ecology* (str. 465-467). London: Springer

Frye, William B. (2005) *A qualitative analysis of sensationalism in media. Graduate Theses, Dissertations, and Problem Reports*. MS Thesis. Morgantown: West Virginia University.
<https://researchrepository.wvu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4222&context=etd>

Pristupljeno 9. lipnja 2021.

Gillespie, Marie i Toynbee, Jason (2006) *Analysing Media Texts*. Maidenhead: Open University Press

Giddens, Anthony (2005) *Odbjegli svijet*. Zagreb: Jesenski i Turk

Hepp, Andreas (2012) Mediatization and the 'molding force' of the media. *Communications* 37(1): 1-28.

https://www.researchgate.net/publication/276202928_Mediatization_and_the_'molding_force'_of_the_media Pristupljeno 9. lipnja 2021.

Hjarvard, Stig (2013) *The mediatization od culture and society*. Abingdon: Routledge

Jembrek, Dominik (2020) *Filmska izražajna sredstva - nositelji emocije unutar filma*. Završni rad. Koprivnica: Sveučilište Sjever. <https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin:3538>
Pristupljeno 10. lipnja 2021

Karadža, Josip (2019) *Suvremena demogeografska problematika Banovine*. Završni rad. Zagreb: Prirodoslovno-matematički fakultet.
<https://repozitorij.pmf.unizg.hr/islandora/object/pmf:7192> Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Kleemans, Mariska i Vettehen, Paul H. (2009) Sensationalism in television news : a review U: Konig, Ruben P. i dr. (ur) *Meaningful media: Communication research on the social construction of reality* (str. 226-243). Ubbergen: Tandem Felix.
https://www.researchgate.net/publication/254877441_Sensationalism_in_television_news_a_review Pristupljeno 8. lipnja 2021.

Kopiez, Reinhard i dr. (2013) The overrated power of background music in television news magazines: A replication of Brosius' 1990 study. *Musicae Scientiae* 17(3): 309-331.
https://www.researchgate.net/publication/256413830_The_overrated_power_of_background_music_in_television_news_magazines_A_replication_of_Brosius'_1990_study Pristupljeno 15. lipnja 2021.

Lundby, Knut (2014) *Mediatization of communication*. Leck: CPI books GmbH

Peruško, Zrinjka (2011) *Uvod u medije*. Čakovec: Jesenski i Turk

Peruško, Zrinjka (2018) Medijalizacija i društvena promjena: prilog istraživanju medijalizacije politike. *Politička misao: časopis za politologiju* 56(1): 163-187

Poljičak, Ivica (2014) Analiza sadržaja novinskih članaka u povijesnoj jezgri Šibenika u 'Šibenskom tjedniku'. U: Zlatović, Dragan (ur) *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku* (str. 7-18). Šibenik: Veleučilište u Šibeniku.

Ros Kozarić, Marija (2021) Potresi na Banovini. *Geografski horizont* 66(2): 7-20. <https://hrcak.srce.hr/254274> Pristupljeno 7. lipnja 2021.

Schulz, Winfried (2004) Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication* 19(1): 87-101. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.468.3498&rep=rep1&type=pdf> Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Sreedharan, Chindu i dr. (2019) *Disaster Journalism, Building media resilience in Nepal*. Kathmandu: Bournemouth University in association with UNESCO Kathmandu. <http://eprints.bournemouth.ac.uk/32769/1/Disaster%20Journalism%20-%20English.pdf> Pristupljeno 1. lipnja 2021.

Strömbäck, Jesper (2011) Mediatization and Perceptions of the Media's Political Influence. *Journalism Studies* 12(4): 423-439. https://www.researchgate.net/publication/233317405_Mediatization_and_Perceptions_of_the_Media's_Political_Influence Pristupljeno 11. lipnja 2021.

Sumiala, Johanna i Hakala, Salli (2010) Crisis: Mediatization of Disaster in the Nordic Media Sphere. U: Borbjörn Broddasson i dr. (ur) *The Nordic countries and the World : Perspectives from Research on Media and Communication* (str. 361-378). Göteborg: University of Göteborg. <https://blogs.helsinki.fi/shakala/files/2010/02/32-Sumiala-o-Hakala-1k.pdf> Pristupljeno 11. lipnja 2021.

Turner H., Jonathan i Stets E., Jan (2011) *Sociologija emocija*. Zagreb: Jesenski i Turk

Vatreš, Amina (2020) *Uloga medija u konstrukciji društva rizika*. Magistarski rad. Sarajevo: Univerzitet u Sarajevu. Fakultet političkih nauka. <https://fjn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2021/02/ULOGA-MEDIJA-U-KONSTRUKCIJI-DRUSTVA-RIZIKA.pdf> Pristupljeno 11. lipnja 2021.

Xu, Dingde i dr. (2020) Media Exposure, Disaster Experience, and Risk Perception of Rural Households in Earthquake-Stricken Areas: Evidence from Rural China. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17(9): 1-20. https://www.researchgate.net/publication/341188380_Media_Exposure_Disaster_Experience_and_Risk_Perception_of_Rural_Households_in_Earthquake-Stricken_Areas_Evidence_from_Rural_China Pristupljeno 11. lipnja 2021.

Internetske stranice:

Dzs.hr (2011) Popis stanovništva, kućanstva i stanova 2011. <https://www.dzs.hr/hrv/censuses/census2011/censuslogo.htm> Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Enciklopedija.hr (2021) Banovina Hrvatska <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=5743> Pristupljeno 11. lipnja 2021.

Pmf.unizg.hr (2020) Potresi u Zagrebu od 22. ožujka do 14. travnja 2020. godine https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/o_zagrebackom_potresu_2020?@=1lrg6#news_97581 Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Pmf.unizg.hr (2021a) Preliminarna karta intenziteta. https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/potresi_kod_petrinje?@=1m6dc#news_118053 Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Pmf.unizg.hr (2021b) Preliminarni rezultati serije potresa kod Petrinje od 28. Prosinca 2020. Do 28. Siječnja 2021. https://www.pmf.unizg.hr/geof/seizmoloska_sluzba/mjesec_dana_od_glavnog_petrinjskog_potresa Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Potresinfo.gov.hr (2021a) Aktivnosti obnove na Banovini. <https://potresinfo.gov.hr/uklanjanje-tesko-ostecenih-objekata-na-banovini/501> Pristupljeno 10. lipnja 2021.

Potresinfo.gov.hr (2021b) Petrinja i Sisak pomaknuli se i do 86 cm <https://potresinfo.gov.hr/petrinja-i-sisak-pomaknuli-se-i-do-86-cm/300> Pristupljeno 9. lipnja 2021.

SAŽETAK

Masovni mediji jedan su od ključnih dijelova suvremenog društva. Njihov zadatak je informirati javnost na vrijeme i s istinitim informacijama, oni oblikuju društvo i kulturu, ali su i proizvod društva i kulture. Izvještavanje o riziku, privlači veliki broj gledatelja, zbog velikog naboja emocija koje se prenose preko, u ovom slučaju, televizijskog ekrana. U izvještavanju o prirodnim nepogodama uvijek je potreban dodatan oprez, kako ne bi došlo do zastrašivanja publike. Beck na prirodne nepogodne gleda kao na hazarde na koje se ne može utjecati, ali rizik nastaje kada predviđamo moguću štetnu posljedicu određenog hazarda. Jedna od glavnih metoda manipulacije putem medija su i emocije, koje sam ovim istraživanjem također obuhvatila. Cilj ovoga rada bio je istražiti kako je predstavljen rizik od posljedica potresa, koliko su mediji težili javnoj zamijećenosti, a koliko društvenoj dobrobiti u priložima triju najvećih televizijskih kuća u Hrvatskoj: HRT, RTL i Nova TV. Uzorak je činilo ukupno 295 priloga. Rezultati istraživanja pružili su odgovor na četiri istraživačka pitanja: koliko su televizije u svojim središnjim informativnim emisijama u odabranim razdobljima posvećivale vremena izvještavajući o potresima na Banovini, kojim riječima se u televizijskim središnjim informativnim emisijama opisuje potres i posljedice potresa, kroz koje su vrijednosne i emocionalne obrasce televizije izvještavale o potresu i potresom pogođenim područjima i jesu li televizijski izvještaji nudili konkretno rješenje problema i doprinosili smirivanju situacije? Podaci su pokazali kako su mediji ispunili svoju funkciju, nisu konstruirali rizik, nisu manipulirali emocijama, služili su kao komunikacijski most između onih koji su stradali i institucija koje pružaju pomoć.

Ključne riječi: rizik, medijalizacija, masovni mediji, emocije, potres, Banovina

SUMMARY

The mass media are one of the key parts of modern society. Their task is to inform the public in time and with true information, they shape society and culture, but they are also a product of society and culture. Risk reporting attracts a large number of viewers, due to the emotions that are transmitted through, in this case, the television screen. Additional caution is always needed in reporting on natural disasters, so as not to intimidate the audience. Beck views natural disasters as uncontrollable hazards, but the risk arises when we anticipate the possible harmful consequences of a particular hazard. One of the main methods of manipulation through the media is emotions, which I also covered in this research. The aim of this paper was to investigate how the risk of earthquake consequences was presented, how much the media aspired to public attention, and how much to social welfare in the reports of the three largest television companies in Croatia: HRT, RTL and Nova Tv. The sample consisted of a total of 295 television reports. The results of the research provided an answer to four research questions: how much time did television programs devote to reporting on earthquakes in the Banovina area in their central news programs in selected periods, what words are used in television central news programs to describe the earthquake and the consequences of the earthquake, through which value and emotional patterns did television news programs report on the earthquake and earthquake-affected areas and did television reports offer a concrete solution to the problem and contribute to calming the situation? The data showed how the media fulfilled their function, did not construct risk, did not manipulate emotions, they served as a communication bridge between the victims and the institutions that provide assistance.

Key words: risk, mediatization, mass media, emotion, earthquake, Banovina

PRILOZI

KODNA LISTA:

Šifra priloga: GG.MM.DD., REDNI BROJ PRILOGA, TV KUĆA

1) Ukupno trajanje priloga (minute i sekunde)_____

2) Kojim riječima se u prilogu opisuje potres?

- 0- Nema opisa
- 1- Jak potres, najjači
- 2- Veliki
- 3- Razoran
- 4- Katastrofalan
- 5- Snažan, vrlo snažan, najsnažniji
- 6- Nešto drugo

Nešto drugo_____

3) Kojim riječima se u prilogu opisuju posljedica potresa?

- 0- Nema opisa
- 1- Velika šteta, oštećenja
- 2- Strašno, strahota, užas
- 3- Agonija, tragedija
- 4- Katastrofa, kaos
- 5- Ruševine, razrušeno, porušeno, urušeno, srušeno
- 6- Uništeno
- 7- Stradalo, pogođeno, ranjeno područje
- 8- Nešto drugo

Nešto drugo_____

4) Koja je vrijednosna orijentacija priloga:

- 1- Pozitivan
- 2- Negativan
- 3- Neutralan
- 4- Teško je odrediti

5) Koja je tema priloga:

- 1- Potres
- 2- Politika
- 3- Smrt, stradanja, bolesnici, smrt
- 4- Pomoć, volonteri
- 5- Obnova, oporavak, saniranje štete
- 6- Nešto drugo
- 7- Posljedice potresa
- 8- Život nakon potresa

6) Koje emocije prevladavaju u prilogu:

- 1- Negativne
- 2- Pozitivne
- 3- Neutralno
- 0- Ne može se odrediti

Koja emocija: _____

7) Jesu li emocije prikazane u krupnom planu?

- 1- Da
- 2- Ne

8) Jesu li emocije prikazane iz bliskog načina snimanja? (od prsiju prema glavi)

- 1- Da
- 2- Ne

9) Je li grad prikazan iz zraka?

- 1- Da
- 2- Ne

Način na kojim se putem plana ili rakursa prikazuju emocije

Opis riječima _____

10) Kakva je glazbena pozadina u priložima?

- 1- Nema glazbe
- 2- Sjetna glazba
- 3- Dramatična glazba
- 4- Tužna glazba
- 5- Vesela glazba
- 6- Drugo

11) Tko je glavni akter priloga?

- 1- Stanovništvo
- 2- Političari
- 3- Znanstvenici, profesionalci, doktori
- 4- Volonteri, donatori
- 5- Netko drugi
- 6- Ljudi koji saniraju štetu

12) Naglašava li sadržaj priloga o mogućim štetnim posljedicama nastalim zbog potresa?

- 1- Da
- 2- Ne

Na koji način se u prilogu ističe opasnost? _____

13) U prilogu su odabrani kadrovi u kojima mještani sugovornici gube kontrolu i/ili su vrlo emocionalni?

- 1- Da
- 2- Ne

14) U novinarskom tekstu naglašava se panika među stanovništvom:

- 1- Da
- 2- Ne

Citat što novinari govore: _____

15) U prilogu se naglašava opasnost za zdravlje i život građana (i u financijskom smislu)?

- 1- Da
- 2- Ne

Na koji način se naglašava opasnost? _____

16) Koga se u prilogu prikazuje kao žrtvama:

- 1- Obitelji s djecom
- 2- Starije osobe
- 3- Branitelji
- 4- Žene
- 5- Muškarci
- 6- Mladi
- 7- Stanovništvo općenito
- 8- Različita grupa pojedinaca- ovo se odnosi na više osoba
- 9- Nikoga direktno

17) Nudi li se u prilogu smjernice i informacije koje javnost mora učiniti u danima nakon potresa?

- 1- Da
- 2- Ne

Što se spominje u prilogu? _____

18) Nude li se u prilogu informacije o raznim vrstama pomoći?

- 1- Da
- 2- Ne

Čija pomoć se u prilogu posebno ističe?

19) Naglašava li se u prilogu potreba za pomoći građanima?

- 1- Da
- 2- Ne

Kakva pomoć je potrebna?

20) Na koje lokacije se u prilogu ukazuje kao one kojima je pomoć potrebna?

- 0- Nije točno specificirano koja lokacija je u pitanju
- 1- Selo
- 2- Grad
- 3- Nepristupačna mjesta
- 4- Više lokacija
- 5- Ne spominje se niti jedna
- 6- Cijela županija

21) O kojim lokacijama govori prilog u kontekstu velikog stradavanja stanovništva i građevina?

- 0- Ne govori se
- 1- Selo
- 2- Grad
- 3- Nepristupačna mjesta
- 4- Više lokacija

22) Naglašavaju li se u prilogu nove situacije u kojima su se ljudi našli?

- 1- Da
- 2- Ne

Koje su to situacije?
