
MEDIJI

Izvorni znanstveni članak

UDK 327.88:004.738.5

070:004.738.5

Primljeno: 20. 8. 2013.

*Najil Kurtić i Marina Đukić**

Komparativna analiza izvještavanja o terorističkom napadu u Norveškoj na hrvatskim i internet portalima Velike Britanije

Sažetak

U radu je izvršena komparativna analiza izvještavanja o terorističkom napadu na Norvešku 22. 7. 2011. tri online news portala iz Hrvatske i iz Velike Britanije. Istraživanjem je obuhvaćeno 288 tekstova. Potvrđena je generalna pretpostavka da globalni mediji, uz faktografske informacije, ciljano odašilju i nameću interpretativne okvire koji su pod utjecajem ne samo dominantne kulture vijesti već i više ili manje jasnih interesa različitih globalnih ekonomskih i političkih struktura. Dok se hrvatski online mediji zadovoljavaju pukim preuzimanjem obavještajnih podataka kao istinitih i neupitnih i skoro da ne uokviruju činjenice u kontekst hrvatskog društvenog okruženja, britanski online mediji potiču teme relevantne za „lokalnu“ javnost povezujući izvještavanje o konkretnom terorističkom aktu s imigrantskom politikom i potrebom preispitivanja britanskog koncepta multikulturalizma.

Ključne riječi: kultura vijesti, medijsko izvještavanje, teroristički napad na Norvešku, britanski online mediji, hrvatski online mediji

* Autor Najil Kurtić je redovni profesor Sveučilišta u Tuzli, Bosna i Hercegovina, e-mail: najil.kurtic@untz.ba, dok je autorica Marina Đukić sveučilišna specijalistica europskih studija (*univ.spec.st.eur.*) i asistentica na Odjelu za Kulturologiju, Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku, e-mail: mdjukic@unios.hr

MEDIA

Original scientific paper

UDK 327.88:004.738.5

070:004.738.5

Received: 20. 8. 2013.

*Najil Kurtić i Marina Đukić**

Comparative analysis of Norway terrorist attacks reporting in the Croatian and British online news media

Abstract

In this research paper media reporting comparative analysis of Norwegian terrorist attacks that occurred on 22 July 2011 was conducted on three online news portals from Croatia and from Great Britain. Research included 288 online news (texts). General assumption has been emphasized that global media, beside targeted dissemination of factographic information also obtrude interpretative frames which are under influence of not only dominant culture but, more or less, clear global economic and political structures interest. While Croatian online media are pleased with outright underwriting of information data as veritable and unquestioned and almost if they aren't framing facts in the context of Croatian social environment, British online media encourage relevant topics for "local" community linking concrete terrorist attacks reporting with immigrant politics and with the need for reconsideration of British multiculturalism concept.

Key words: News culture, Media reporting, Norway terrorist attack, British online media, Croatian online media

* Author Najil Kurtić has PhD and he is full-time professor at University of Tuzla, Bosnia and Herzegovina, e-mail: najil.kurtic@untz.ba, and author Marina Đukić holds Advanced Master of European Studies degree (AMES) and works as an assistant at Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Croatia, e-mail: mdjukic@unios.hr

Uvod

Novi mediji nisu samo otvorili nove mogućnosti za novinare, već su građanima omogućili platforme za „slobodno“ izražavanje, dijalog i neiscrpan izvor dnevnih informacija. Karakteristike nove komunikacijske arene, u kontekstu ovog istraživanja, su rastući udio online platformi u informiranju građana, sve češće oslanjanje klasičnih medija na internet portale kao izvore informacija pri istraživanju određenih tema, kao i dokazan značajan utjecaj on line medija na javno mišljenje. Tomu u prilog idu i rezultati istraživanja „Koji medij najviše koristimo za svakodnevno informiranje” koji su pokazali da danas u Hrvatskoj imamo oko 58% građana koji koriste internet, a gotovo dvije trećine njih koristi internet i za informiranje o dnevnim događajima. Stoga i ne treba čuditi da petina građana (prosjek je oko 19%) navodi da dnevne informacije najviše prima upravo putem interneta (GfK, 2011). Razlozi tomu su ubrzano širenje globalne mreže i njena sve veća dostupnost, sve veći broj korisnika, kao i razvoj mobilnog Interneta. Također, anketa Online novinskog udruženja (Online News Association) pokazuje da sve više ljudi vijesti dobiva iz online izvora s tim da mlađa populacija najviše vjeruje online vijestima. Čak 78% ljudi smatra internetske stranice kablskih i televizijskih kuća pouzdanim izvorom informacija (Theaker, 2009, str. 342).

Mnoga istraživanja potvrđuju da su informacije dobivene kroz online medije veoma utjecajne i da ih često preuzimaju i klasični mediji. To je posebno naznačeno u izvještaju istraživanja „Stanje novinarstva u 2011“ koje ističe da tradicionalni mediji sve više vijesti i informacija preuzimaju iz digitalnih izvora, emitiraju i produciraju sve više sadržaja na online platformama, a publika dobiva sve više vijesti koje su im važne preko interneta (Oriella PR Network, 2011). S obzirom da se profesionalni novinari (koji pišu za tradicionalne medije) sve više oslanjaju na online medije kako bi stvorili medijski sadržaj (Oriella PR Network, 2011) neupitno je da online mediji imaju značajniji utjecaj na javno mišljenje nego što se misli.

Uz omogućavanje pristupa nevjerojatnoj količini činjenica, čiji konačan opseg ovisi od spremnosti novinara da istražuje globalne mega baze podataka, online mediji mediji nameću teme masmedijskog i javnog diskursa uopće te definiraju ključne kriterije za njihovo interpretativno uokvirivanje. Iz ove perspektive suvremeni terorizam dobiva novo naličje u kojemu se u već tradicionalnom obrascu „teroristi + njihove žrtve +

vlast + masovni mediji” (Cyganov, 2004, citirano u Jurišić i Šapit, 2005, str.20) multiplicira komunikacijska komponenta, a koncept medijski orijentiranog terorizma (Perišin, 2007, str.6) postaje realniji više nego ikada upravo zbog sveopćeg pristupa internetu. Ako su teroristi u starom medijskom ozračju morali vladati vještinama privlačenja uredničke pažnje, u novomedijskom je ozračju dovoljno da projektiraju najjednostavniji put do vlastitog web portala na kojem mogu do mile volje objašnjavati svoju misiju i svoje ciljeve. Međutim, u temelju se ništa ne mijenja u konceptu simboličke interpretacije terorističkih napada kao „pseudo događaja“; načina na koji pojedine, političke ili druge, interesne skupine održavaju svoje pitanje (neriješen problem ili po njihovom mišljenju sustavnu nepravdu koja im se čini) u žiži javnog diskursa, koji je nužno posredovan masmedijski i u koji se uključuje po zakonima masmedijske produkcije i komunikacije. U nadmetanju ogromne količine konkurirajućih vijesti teroristi se opredjeljuju za vrlo drastične poruke (eksploziv, diverzije, masovne žrtve i sl.) kao siguran način da se dobije poželjna vidljivost u udarnim terminima emitiranja vijesti. Teroristi ih, uvelike svjesni PR taktika nametanja medijske agende javnog diskursa, učinkovito koriste. Iz ove je perspektive samorazumljiv dijalog između terorista kada jedan od njih kaže: „Nemoj pucati Abdul! Nismo u *prime-time*-u“ (Hoffman, 2003, citirano u Perišin, 2007, str.11). Medijskoj orijentaciji terorizma sigurno su doprinijeli i sami mediji njegujući kulturu *breaking newsa* u kojoj status top vijesti ovisi od stupnja dramatičnosti samog događaja. Time teroristički akti, da bi dobili obilježje *breakinga* moraju biti sve dramatičniji, brutalniji, „krvaviji“, a teroristi, mada uglavnom dolaze iz „tehnološko“ zaostalih sredina, pokazuju nevjerovatnu sposobnost prilagođavanja trendovima „treće komunikacijske revolucije“ koju predvodi CNN izvještavanjem *live* (uživo) i cjelodnevnom emitiranjem vijesti (Hoffman, 2003, citirano u Perišin, 2007, str.12). Ovladavanje internet tehnologijama, odnosno kvalificirano prisustvo u virtualnoj stvarnosti, samim terorističkim organizacijama olakšava ostvarivanje jednog od njihovih strateških ciljeva, postizanje velike vidljivosti u globalnom, ali i nacionalnim javnim diskursima. Podražavanjem prevladavajuće CNN kulture vijesti teroristi se uspijevaju ubaciti u procese *gatekeepinga* i *framinga* te se neopaženo nametnuti kao jedan od više subjekata kreiranja medijske slike stvarnosti pod čijim se pritiskom odvijaju izvještavanje i produkcija vijesti. Produkcija vijesti i izvještavanje su pod stalnim pritiscima raznih subjekata koji su zainteresirani za način na koji će pojedine priče biti postavljene i ispričane (Kurtić, 2006, str.86). Ako je već poznato da je fokus novinara i

urednika usmjeren na nova, neočekivana i nepredvidiva stanja kao primarne izvore informacija (Kurtić, 2006, str. 32), medijsko opismenjavanje terorističke strukture će kreirati takve događaje, a vlastite web portale će napuniti „privlačnim zvučnim isječcima“ koji nisu ništa drugo do pristrane interpretacije, racionalizirajuća „pravdanja“, nečega što se sa stajališta zdravog razuma ne može opravdati.

U uvjetima insuficijencije službenih informacija, koja je karakteristična u kratkom periodu nakon kojega se dogodio teroristički čin, mediji često veoma nekritički i nepažljivo posežu za terorističkim izvorima koji su jedino dostupni, postajući multiplikatori terorističkih ideologija i političkih programa. Na taj način, terorističke strukture uspijevaju nametati medijsku agendu čak i veoma moćnim globalnim medijima i ne samo to nego i nametati okvir vijesti. U tom je svjetlu polazna pretpostavka našeg istraživanja hrvatskih i britanskih online medija u praćenju terorističkog napada na Norvešku¹ da globalni mediji uz, po svojim kriterijima selekcionirano faktografsko jezgro, nameću i okvir za interpretativnu orijentaciju vijesti, a da se nacionalni mediji, poput hrvatskih, zadovoljavaju pukim preuzimanjem obavještajnih podataka kao istinitih i neupitnih bez pokušaja da ih reinterpreteraju iz konteksta hrvatskog interesnog okruženja znači i preuzimanje, u jednoj mjeri funkcije releja (prijenosnika) kako interesa globalnih centara moći tako i interesa terorističkih struktura.

Sasvim je očekivano da u uvjetima globalizacije masovnih medija i dominacije CNN-a te vodećih internet portala za posljedicu imamo oponašanje strukture vijesti te oportunističko preuzimanje interpretativnih okvira na hrvatskim online medijima u promatranom slučaju te da ne bi

¹ 22. srpnja 2011. godine u Norveškoj se dogodio dvostruki teroristički napad u kojemu je ubijeno 77 žrtava te počinjena golema materijalna šteta. Prvi bombaški napad se dogodio u centru Osla, u tzv. Vladinoj četvrti, gdje se osim zgrade Vlade nalaze i mnoga ministarstva te zgrada parlamenta. Nedugo nakon prvog napada, naoružani napadač, Norvežanin Anders Behring Breivik, napao je i kamp mladeži laburističke stranke na otoku Utøya, 60 kilometara udaljenom od Osla. Meta napada ekstremnog desničara bili su prije svega laburisti koji su u Norveškoj na vlasti, prvo ured premijera Jensa Stoltenberga - koji nije bio u njemu - i okolna ministarstva te ljetni kamp laburističke mladeži. Inače, Laburistička stranka podupire multikulturalizam, kako bi se različite etničke skupine lakše snašle u njihovoj zemlji. S obzirom da je Breivik prije terorističkog pohoda uz objave izjava na društvenim mrežama kao što su Twitter, Facebook i Youtube, objavio i tzv. Manifest 'Europska deklaracija nezavisnosti - 2083' na 1500 stranica jasno se zaključilo o motivima napada. Prije svega, motivi dolaze iz ideologije takozvanog bijelog nacionalizma, ideologije koja ne prihvaća multikulturalnost kao ni politiku koja je podupire. Breivik je svojim činom i odaslanim PR materijalima komunicirao prema javnosti s jasnom porukom o napadu kao jedinoj opciji za spašavanje Norveške i zapadne Europe od „kulturnog marksizma“. Anders Behring Breivik, predao se odmah nakon napada i za vrijeme pisanja članka bio je u zatvoru u potpunoj izolaciji dok čeka na suđenje.

trebalo biti velikog odstupanja u izvještavanju britanskih i hrvatskih medija o konkretnim slučajevima terorizma. Objašnjenje za eventualna veća odstupanja tražit ćemo u specifičnim determinantama hrvatskog novinarstva (utjecajima posebnih (vanjsko)političkih, kulturnih, ekonomskih ili nekih drugih faktora, odnosno stupnjem profesionalizma u novinarstvu – pa i specijalizacije za bavljenje pitanjima terorizma).

O kojim je specifičnostima riječ? Uočljivo je da su vanjskopolitičke teme u hrvatskim medijima općenito zanemarene, a uz obrazloženje o štednji, ukinuta su i dopisništva u mnogim značajnim svjetskim centrima (Barbir-Mladinović, 2011). Istovremeno, medijski je prostor u Hrvatskoj danas pod snažnim diktatom izdavača i njihovih materijalnih interesa, a u toj nemilosrdnoj utakmici novi vlasnici jednostavno ne žele trošiti svoje vrijeme i novac na dublju analizu, temu ili istraživačko novinarstvo (Barbir-Mladinović, 2011). Kako zaključuje profesorica etike novinarstva na zagrebačkom Fakultetu političkih znanosti Gordana Vilović, u medijima se sve svelo na kratke izjave i vijesti koje se prenose s Interneta po sistemu copy –paste i zastrašujuću uniformiranost u vijestima (Barbir-Mladinović, 2011). Da li je tu samo riječ o pomankanju profesionalizma i edukacije novinara da prate određena kretanja i trendove te da na njih ukazuju ili su posrijedi tzv. „nove sile - vlasnici medija, oglašivači, neki centri moći, koji su toliko utjecajni, a tako malo poznati javnosti, da mi, ustvari, više ne znamo tko nam kontrolira medije“ (Karabeg, 2009)? Posljedica je toga danas, kako stručnjaci struke smatraju, da žuti tisak u potpunosti dirigira medijskim prostorom. Sve se odvija po principu da treba pošto-poto prodati vijest i povećati čitanost, a to se, smatraju vlasnici, može postići samo dobro prokušanim metodama ili 3S formulom: sport, seks, skandali, ili formulom što više krvi i dramatike to vijest ide bliže početku. Drugim riječima, žutilo i crna kronika, opća su obilježja hrvatskih medija, koji su puno više pod utjecajem kapitala i politike, no javnosti. Treba istaknuti da je to i svjetski trend. Predsjednik Hrvatskog novinarskog društva, Zdenko Duka naglašava kako se ne događa ništa posebno od onog što se događa u Europi. Smatra da se takvim pristupom žele prekriti i prešutjeti glavne teme ovoga društva gdje je onda opet i utjecaj politike vrlo važan, zbog toga što samim političarima često odgovara da su novine zabavne i da ne dotiču prave stvari i probleme (Rakela, 2008).

Metodologija

Mnoga istraživanja ukazuju na simbiotski odnos između terorizma i medija, ali također naglašavaju da svaki medijski sustav može pružiti različite interpretacije istog događaja (Bekhit, 2010). Medijsko uokviravanje korisna je teorija za objašnjavanje učinkovitosti rada medija u socijalnom kontekstu (Narin, 2010). Stoga će komparativna analiza hrvatskih i britanskih online medija istražiti sličnosti i razlike u izvještavanju o terorističkom napadu na Norvešku 22.7.2011. godine s posebnim naglaskom na način prezentacije događaja (interpretativni okvir). Koristeći metodu analize medijskog sadržaja istražiti će se svaki online tekst objavljen u prvih pet dana nakon terorističkog napada (22.7.–26.7.2011.).

Različite redakcijske politike prezentiranja informativnih sadržaja uvidjet ćemo kroz pokazatelje kao što su: količina članaka, zastupljenost članaka po dužini, fokus članka, izvore informacija, upotrebu citata i kutova prikazivanja teksta, što će nam oslikati pristup određenog medija prema vanjskopolitičkoj temi kao što je teroristički napad, ali i značaj takve vijesti za pojedini medij. Je li riječ o istraživačkom i analitičkom novinarstvu, ili je izvještavanje svedeno na puko preuzimanje tekstova bilo od strane agencija, drugih medija ili doslovce copy-paste forma uz potpis novinara autora ukazat će nam pokazatelji kao što su identitet autora teksta i agencijska vijest, ali i pozivanje na druge medije kao izvore informacija.

O profesionalnosti novinara i edukaciji o načinu izvještavanja o terorizmu moći će se više zaključiti iz pokazatelja kao što su jezične konstrukcije subjekta terorističkog napada te da li tekst na portalu sadržava uključene linkove koji omogućavaju produbljeno istraživanje. Pokazatelj broja komentara na pojedine tekstove na portalima i analiza da li su komentari u opreci s generalnim stavom teksta ili ga podržavaju, ukazat će na rastući udio online platformi u informiranju građana, ali i dokazan značajan utjecaj online medija na javno mišljenje.

Istraživanje je obuhvatilo po tri online portala iz Hrvatske i Velike Britanije, po principu da prvu skupinu medija čine web portali koji uz online izdanje imaju i televizijski program, dakle to je hrvatski www.dnevnik.hr, odnosno TV postaja NovaTV, te britansko web izdanje televizijske postaje BBC (www.bbc.co.uk). Drugu skupinu medija čine portali koji uz web izdanje imaju i tiskano dnevno izdanje, u Hrvatskoj je to Vjesnik (www.vjesnik.hr), a u Velikoj Britaniji The Telegraph (www.telegraph.co.uk). Navedena su dva medija odabrana i zbog

specifične političke orijentacije koja je, iako ne jasno naznačena, barem ne u hrvatskom slučaju, ipak prisutna. A riječ je o podržavanju političke opcije na vlasti čime će se u daljnjem radu pokušati pokazati eventualni utjecaj na različito izvještavanje o istom događaju. U treću skupinu ulazi, iz Hrvatske, medij koji ima isključivo web izdanje vijesti, www.index.hr, te britanski www.guardian.co.uk. Naime, specifičnost britanskih online news medija koji imaju isključivo web izdanje je da prenose vijesti od svih ostalih britanskih medija, odnosno nemaju vlastitu produkciju. Iz tog razloga je odabran britanski www.guardian.co.uk koji ima i dnevno tiskano izdanje (The Guardian), a za razliku od www.telegraph.co.uk zvanično ne podupire vladajuću političku opciju, kao i, iako ne javno, hrvatski www.index.hr, ali i zbog najava o prelasku tog medija na isključivo online izdanje što bi ga činilo prvim nacionalnim britanskim medijem sa samo internet platformom.

Kod odabira online medija za analizu o načinu izvještavanja i prezentiranja internacionalnih događaja, pokušala se napraviti ravnoteža između javnih i komercijalnih medija kao i ravnoteža između određene ili neodređene političke orijentacije pojedinog medija. Hrvatsku medijsku scenu karakterizira nepotpuna politička profilacija medija, ali i prevladavajuće strano vlasništvo nad gotovo svim važnijim medijima. Od preostala tri medija u državnom vlasništvu, u istraživanje je uključen Vjesnik.hr čija je sudbina danas apsolutno neizvjesna. Riječ je o mediju koji bi trebao internacionalnu politiku prikazivati kroz hrvatske interese. S druge strane, većina ostalih medija u Hrvatskoj je u vlasništvu stranih medijskih korporacija. Osim HRT, kao javne televizije, ostali nacionalni televizijski programi su u stranom vlasništvu među kojima se i nalazi Nova TV (online izdanje www.dnevnik.hr). Riječ je o prvoj komercijalnoj televiziji s nacionalnom koncesijom u Hrvatskoj koja je u vlasništvu medijske korporacije CME (Centraleuropean Media Enterprises Ltd.). Uz jedan komercijalni online medij u stranom vlasništvu te jedan online medij u državnom vlasništvu, treći istraživani medij, odnosno Index.hr je, kako se sami nazivaju, nezavisni online portal čijih 80% vlasništva drže njegovi urednici i djelatnici (Index.hr, 2004). Iako u Hrvatskoj mediji ne podupiru javno određene političke struje, prevladavajuća kontrola nad medijima je, uz političku, „ona vlasničkog tipa i sastoji se u tome da se proizvodi zabavno novinarstvo kako se ne bi govorilo o relevantnim društvenim temama“ (Barbir-Mladinović, 2011), odnosno iza produkcije vijesti stoji prvenstveno ekonomski interes po principu tko te plaća, sviraš njegovu pjesmu.

Istraživanje britanskih online medija obuhvatilo je jedan online medij koji je u državnom vlasništvu, BBC Online. Riječ je o internetskoj stranici prve britanske javne, nacionalne televizije koju financiraju građani. Specifičnost je ovog medija u tome što je prisutnost BBC-ja na internetu rezultirala dvjema konkurentskim internet stranicama iste tvrtke, komercijalnim i javnim (Theaker, 2009, str. 345). Istraživanje je obuhvatilo internet stranice BBC Online koje se plaćaju prihodom od licencijske pristojbe. Također, BBC je prva medijska kuća koja je prepoznala važnost implementacije vlastitih pravila za novinare u pisanju i izvještavanju o terorizmu, koja su sažeta u dokumentu pod nazivom Terorizam i nacionalna sigurnost (Geljman, 2004, citirano u Jurišić i Šapit, 2005, str.125) što će pokazati i sam način prezentacije vijesti o terorističkom napadu u Norveškoj za razliku od ostalih medija. Ukoliko gledamo iz perspektive političke orijentacije medija, profilacija britanskih medija je prije svega jasna i javna. Drugi istraživani medij je online izdanje dnevnika The Daily i Sunday Telegraph, medij koji javno podupire Konzervativnu stranku, sada vladajuću britansku političku struju. Vlasnici medija nisu strane medijske kuće već britanski građani iz poslovnog sektora, braća David Rowat i Frederick Hugh Barclay. S druge strane, internet portal Guardian.co.uk je medij koji se najčešće identificira s liberalnom političkom opcijom. U sklopu Guardian Media Grupe, u vlasništvu je Scott Trust Zaklade (odnosno The Scott Trust Limited) koja nastoji osigurati neovisnost uredništva kako ne bi postala ranjiva na preuzimanja od strane profitnih organizacija. Specifičnost ovog istraživanog medija je što su nakon objave financijskih gubitaka postojale spekulacije da će svoj fokus prebaciti isključivo na online izdanje što bi ga činilo prvim nacionalnim dnevnim izdanjem koje izlazi samo online.

Rezultati i diskusija

Zastupljenost članaka po količini, dužini i intenzitetu

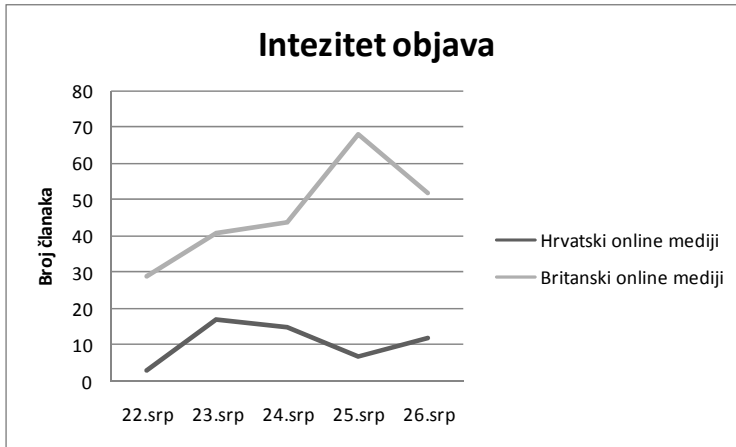
Istraživanjem je obuhvaćeno 288 tekstova objavljenih na analiziranim hrvatskim i britanskim online medijima. U istraživanom uzorku hrvatski online mediji sudjeluju sa 19%, među kojima najveći udio ima portal Dnevnik.hr sa 57%, slijedi Index.hr sa 24% te Vjesnik.hr sa

19% udjela. Dok britanski online mediji sudjeluju s ukupno 81%, među kojima je na prvom mjestu portal Telegraph.co.uk sa 57% udjela, zatim Guardian.co.uk sa 27% te Bbc.co.uk sa 16% udjela. Razlike u udjelu pojedinih online portala u uzorku ukazuju na različite redakcijske politike prezentiranja informativnih sadržaja, ali vrednuju i političku važnost određenog događaja za pojedinu zemlju. Naime, Velika Britanija je doživjela teroristički napad 2005. godine te su, samim time, i mediji u tom pogledu senzibilniji na izvještavanje o terorizmu, ali mu, kao i motivima napada posvećuju više pozornosti, posebice portal Telegraph.co.uk s najvećim brojem objava. Riječ je o mediju koji podupire političku opciju na vlasti koja je teroristički napad u Norveškoj, odnosno motive krajnje desnice vezane za anti-imigrantsku politiku iskoristila za propitivanje modela multikulturalizma u britanskom javnom diskursu.

S druge strane, izvještavanje je hrvatskih online medija, osim osude globalnog terorizma kao pojave, obilježeno rutinskom novinarskom praksom senzacionalističkog praćenja globalnih događaja pod utjecajem globalizacije medija i pod stalnim pritiskom profita na principu objave događaja: „If bleeds it leads“ (Ako ima krvi, dolazi na početak vijesti). Istraživanje je pokazalo da veći broj tekstova o terorističkom napadu u Norveškoj ukazuje ujedno i na duže forme te detaljnije prikaze samog događaja. Tekstovi s više od 2 novinske kartice čine 71% istraživanog uzorka britanskih te 63% hrvatskih online medija. Kratka forma (do jedne kartice teksta), kao jedna od karakteristika tabloidnog pristupa u novinarstvu koja ne daje prostora za kontekstualizaciju i analizu događaja (Kurtić, 2011, str.123) prevladava samo na portalu Dnevnik.hr s udjelom od 55%.

Iz ovih bi se podataka moglo lako zaključiti kako analizirani mediji koji njeguju duže forme u vidu imaju poseban profil čitatelja, definiranih kompleksnijim potrebama i očekivanjima, posebno kada je riječ o britanskim čitateljima online medija. No, u slučaju hrvatskih online medija mali broj članaka (u odnosu na britanske medije), ali i duže forme lako se mogu objasniti copy-paste pristupom odnosno preuzimanjem gotovih informacija iz stranih, najčešće neimenovanih izvora. Tomu u prilog idu i pokazatelji inteziteta objava u analiziranim medijima (Graf. 1) po kojima je vidljivo da nakon drugog dana izvještavanja interes hrvatskih medija znatno opada u izvještavanju o terorističkom napadu dok kod britanskih medija intezitet objava iz dana u dan raste. Specifičan je peti dan izvještavanja gdje hrvatski mediji bilježe rast, a britanski pad broja tekstova, što se može objasniti zakašnjelim informacijama koje se

objavljaju u hrvatskim medijima. S obzirom da britanski online mediji imaju dopisnike na licu mjesta, nove informacije se objavljuju istog trena kada se dogode, dok se detaljnije analize događaja, konteksta i motiva u hrvatskim online medijima pokazuju puno kasnije.



Graf 1. Intezitet objava u prvih pet dana praćenja terorističkog napada

Identitet autora teksta

Omjer izvornih i preuzetih vijesti kao i poznatost autora informacija trebao bi potvrditi pretpostavke o sveprisutnoj globalizaciji i dominaciji nekoliko globalnih medija koja uzrokuje uniformirani pristup izvještavanja, odnosno nametanje univerzalnog obrasca strukture vijesti.

Tablica 1. Identitet autora teksta

Hrvatski online mediji	Novinar autor	Agencijska vijest	Prerađena agencijska vijest ili vijest iz drugog stranog medija	Redakcijski tekst	Ostalo
www.dnevnik.hr	23	8	0	0	0
www.vjesnik.hr	6	3	1	0	0
www.index.hr	13	0	0	0	0
TOTAL	42	11	1	0	0
% udio	78%	20%	2%	0%	0%
Britanski online mediji	Novinar autor	Agencijska vijest	Prerađena agencijska vijest ili vijest iz drugog stranog medija	Redakcijski tekst	Ostalo
www.bbc.co.uk/news	16	1	5	16	
www.telegraph.co.uk	74	8	10	41	
www.guardian.co.uk	43	10	3	6	1
TOTAL	133	19	18	63	1
% udio	57%	8%	8%	27%	0%

Istraživanjem je utvrđeno da izvorni autorsko-novinarski tekstovi sudjeluju u ukupnom uzorku hrvatskih online medija sa čak 78% dok agencijske, i prerađene agencijske vijesti imaju udio od ukupno 22%. Dok je udio autorskih tekstova u britanskim online medijima 57% , a agencijskih i prerađenih agencijskih vijesti svega 16%. Omjer redakcijskih sadržaja (tekstovi čiji su autori novinari) i preuzetih agencijskih vijesti u direktnoj je ovisnosti od ekonomske moći medija, odnosno profesionalnosti redakcije i medija (Kurtić, 2011, str.127). Iako bi omjer u analiziranim medijima trebao biti ogledalo stvarnog stanja medijske profesionalnosti, ali i odslik vjerodostojnosti medija, situacija je znatno drugačija. Karakteristika je hrvatskih online medija da su većina autorsko-novinarskih tekstova direktno i doslovce prevedeni tekstovi iz stranih medija bez naznake da je riječ o preuzetim vijestima i informacijama, dok

britanski mediji većinom transparentno naznačuju je li riječ o autoru ili preuzetom tekstu. Sukladno tomu, kada bi se analizirali tekstovi, bez obzira da li su potpisani od strane autora ili ne, uvidjelo bi se da je riječ o „copy-paste“ pristupu od strane hrvatskih online medija. Potpisivanje novinara autora na tekst koji je preuzet od strane drugog medija samo po sebi govori o stupnju profesionalnosti novinara hrvatskih i britanskih online medija. Iako ne transparentno naznačeno, ali prevladavajući udio agencijskih i prerađenih agencijskih vijesti (iako potpisanih od strane novinara autora) u hrvatskim online medijima, za razliku od analiziranih britanskih, govori i o različitim ekonomskim potencijalima redakcija, različitim mogućnostima da angažiraju dovoljan broj vlastitih novinara izvještavača s lica mjesta i novinara specijaliziranih za izvještavanje o terorizmu, ali također i važnosti samog događaja (u ovom slučaju i motiva napada) za određenu socijalnu sredinu. I na koncu, kada je riječ o isključivo naznačenim agencijskim vijestima, sukladno očekivanjima, najveći je udio agencijskih vijesti u analiziranim medijima preuzet od domicilnih novinskih agencija, HINA-e i Reutersa.

Uokviravanje (framing) kroz fokus teksta

Kroz fokus priče u analiziranim člancima željelo se uvidjeti kako koji medij uokvirava priču. Stoga, kod fokusa na razvoj događaja riječ je površnom i trenutačnom praćenju, nisu u fokusu ciljevi već novinari pružaju samo trenutne informacije bez prikazivanja pozadine priče te prate temu kako se odvija samo s osnovnim informacijama. Fokus na analizu samog događaja ističe tehničke detalje poput lokacije, oružja, posebnih efekata, kako se sve odvijalo u detalje, posebice uz izjave svjedoka kojima se daje emotivna, dramatična nota tekstu. Pod fokusom na službena stajališta se smatraju stajališta države, policije vlasti, izvješća, uključivanje stručnjaka i službenih stajališta koji su analizirali događaj uspoređujući ih sa sličnim prijašnjim događajima i naglašavajući njegove implikacije za regiju, terorizam i sl. Lokaliziranje događaja znači fokusiranje na internu situaciju u zemlji, kroz intervjuiranje pripadnika preživjelih, pripadnika iste političke opcije i službenih predstavnika vladajuće političke opcije, odnosno riječ je o prikazu pozadine događaja kroz lokalni aspekt u sklopu kojega idu i pozamašne analize Breveikovih² pripremljenih tekstova. Kod tekstova u

² Počinitelj terorističkih napada u Norveškoj 22.7.2011.

kojima nije moguće utvrditi fokus, prevladavaju članci u kojima se spominje napad, ali u indirektnom smislu i ne postoji interpretacija događaja ni na jedan način.

Tablica 2. Fokus teksta u analiziranim člancima

Hrvatski online mediji	Fokus na razvoj događaja	Fokus na analizu samog događaja	Fokus na službena stajališta	Lokaliziranje događaja	Nije moguće utvrditi
www.dnevnik.hr	11	6	3	8	3
www.vjesnik.hr	2	3	3	2	0
www.index.hr	6	1	2	2	2
TOTAL	19	10	8	12	5
% udio	35%	19%	15%	22%	9%
Britanski online mediji	Fokus na razvoj događaja	Fokus na analizu samog događaja	Fokus na službena stajališta	Lokaliziranje događaja	Nije moguće utvrditi
www.bbc.co.uk/news	14	6	5	11	2
www.telegraph.co.uk	30	19	32	40	10
www.guardian.co.uk	10	21	8	14	10
TOTAL	54	46	45	65	22
% udio	23%	20%	19%	28%	9%

Istraživanje je pokazalo da su hrvatski online mediji u 54% slučajeva izvještavali s fokusom na sam razvoj događaja i njegovu analizu, a ne motive napada, utjecaje na političku situaciju kako u Norveškoj tako i u širem europskom kontekstu, a vezano za antiimigrantsku politiku i multikulturalizam kao novi europski politički koncept. Sukladno ocjenama stanja hrvatskog novinarstva danas i sve većim utjecajem vlasničkih lobija na uređivačku politiku za očekivati je da će se hrvatski online mediji prvenstveno orijentirati na senzacionalističko praćenje događaja s jasnim oslikama tabloidnog novinarstva po kojem je najvažnija senzacija i dramatika u vijesti. S druge strane, članci s fokusom na službena stajališta imaju značajnih 15% udjela u hrvatskim online medijima, ali tu je većinom riječ o prenesenim agencijskim vijestima i eventualno samo jedan članak donosi mišljenje hrvatskog stručnjaka za pitanja terorizma i vanjsku politiku. Kod britanskih medija slika je ipak drugačija, naravno zahvaljujući već spomenutim utjecajima ekonomske moći britanskih medija, profesionalnijem pristupu, a i relevantnosti političkih motiva napada na

britansku unutarnju politiku. Istraživani britanski mediji su najvećim udjelom izvještavali s fokusom na lokalni aspekt sa 28%, analizirajući pritome političku situaciju u zemlji i motive napada te njihov širi utjecaj na regiju. Kod 19% članaka s fokusom na službena stajališta uistinu su se navodili stručnjaci i analitičari koji su kreirali pozadinu slučaja, ali i oslikavali utjecaje slučaja na britansku unutarnju politiku. Članci s isključivom interpretacijom britanskog aspekta, nevezani direktno za sam napad, analizirani su u kategoriji „nije moguće utvrditi“, dok je ta kategorija u hrvatskim medijima bila rezervirana za članke koji nisu direktno povezani s napadom, a i ne referiraju se na hrvatsku političku situaciju. U kontekstu motiva napada ni jedan članak iz hrvatskih online medija ne povezuje pojam multikulturalizma u hrvatskom političkom okruženju, dok britanski mediji tome pridodaju veliki značaj što također ide u prilog sve prisutnom rastućem trendu preuzimanja globalnih informacija uz interpretativni okvir. Gledajući detaljnije, Vjesnik.hr kao portal u javnom vlasništvu u ovom kontekstu ne piše o terorističkim napadima kroz hrvatske stavove o vanjskoj politici. Ali, specifično je da među britanskim medijima portal Telegraph.co.uk te nešto slabije Guardian.co.uk najviše posvećuju pozornosti motivima napada i njegovoj pozadini, dok recimo Bbc.co.uk kao javni servis izvještava najviše kroz prizmu razvoja i analize samog događaja. Drugim riječima, i Bbc.co.uk većinom stereotipizirano izvještava o terorističkim napadima uz dominantnu orijentaciju i s naglaskom na razvoj događaja, dok je analitički pristup rezerviran samo za Telegraph.co.uk i Guardian.co.uk.

Upotreba citata, višestrukih izvora i kutova prikazivanja

Kod izvještavanja o kompleksnim događajima očekuje se korištenje više citata jer njihova interpretacija iziskuje različite kutove promatranja i tumačenja. Tek citiranje više osoba koje različito interpretiraju isti događaj može doprinjeti uravnoteženom novinarstvu.

Tablica 3. Upotreba citata u analiziranim medijima

Hrvatski online mediji	Nema citata	Citirana 1 osoba	Citirano je više osoba	Citirane su osobe koje se slažu	Citirane su osobe koje se ne slažu
www.dnevnik.hr	4	17	10	4	6
www.vjesnik.hr	1	1	8	6	2
www.index.hr	3	4	6	3	3
TOTAL	8	22	24	13	11
% udio	15%	41%	44%	54%	46%
Britanski online mediji	Nema citata	Citirana 1 osoba	Citirano je više osoba	Citirane su osobe koje se slažu	Citirane su osobe koje se ne slažu
www.bbc.co.uk/news	12	13	13	9	5
www.telegraph.co.uk	29	47	57	31	27
www.guardian.co.uk	23	9	31	21	10
TOTAL	64	69	101	61	42
% udio	27%	29%	43%	59%	41%

Istraživanjem smo utvrdili da ne postoje veće razlike u citiranju osoba u analiziranim hrvatskim i britanskim online medijima što ulazi u prilog tezi o prevladavajućim globalnim „mainstream“ medijskim sadržajima u hrvatskim online medijima. Značajan broj tekstova obuhvaćenih hrvatskim uzorkom istraživanja (85%) sadrži citate, jednako kao i britanski online mediji s udjelom od 73%. Iako s malom razlikom, prevladava citiranje istomišljenika u obje kategorije analiziranih medija. Kod citiranja osoba koje se ne slažu, novinari se većinom pozivaju na izjave samog počinitelja napada odaslane u medije putem njegovih PR dokumenata (kao što su Manifest, društvene mreže, dnevnik počinitelja i slično), ali i opravdavanje policije na optužbe o sporoj reakciji na početku napada. Na uzorku hrvatskih online medija značajan je i udio tekstova gdje je citirana samo jedna osoba (41%) što uz podatak da su tekstovi mahom preuzimani od strane drugih medija ili agencija ide u prilog tomu da je ipak korištenje citata svedeno samo na „kućni stil“ pojedinog medija, odnosno da citat ima samo funkciju olakšavanja pisanja, kao dio propisane, obavezne strukture proširene vijesti pridonoseći time unifikaciji vijesti (Kurtić, 2011, str. 141).

I kod korištenih izvora informacija u tekstovima, ali i kutova prikazivanja događaja nema značajnih odstupanja u praćenju među analiziranim medijima. Gledajući iz perspektive hrvatskog novinarstva, uz

sveprisutan trend manjeg praćenja vanjske politike (što pokazuju i podaci o količini objavljenih tekstova na istraživanu temu), ukidanje svjetskih dopisničkih centara, ali i slabije ekonomske moći hrvatskih medija u odnosu na britanske, nije iznenađenje da se rezultati istraživanja manifestiraju u hrvatskim online medijima kao prijenos globalnih medijskih sadržaja i jednostrano globalno podrijetlo novosti.

Tablica 4. Višestruki izvori informacija

Hrvatski online mediji	Navodi se 1 izvor	Navode se dva izvora	Navode se 3 i više izvora	Neimenovani izvor
www.dnevnik.hr	13	5	12	1
www.vjesnik.hr	0	1	8	0
www.index.hr	3	3	6	1
TOTAL	16	9	26	2
% udio	30%	17%	49%	4%
Britanski online mediji	Navodi se 1 izvor	Navode se dva izvora	Navode se 3 i više izvora	Neimenovani izvor
www.bbc.co.uk/news	13	4	15	5
www.telegraph.co.uk	50	30	45	8
www.guardian.co.uk	19	8	30	6
TOTAL	82	42	90	19
% udio	35%	18%	39%	8%

Tablica 5. Kutovi prikazivanja

Hrvatski online mediji	Jednostrani prikaz	Dvostrani prikaz	Višestrani prikaz	Nije moguće utvrditi
www.dnevnik.hr	22	7	1	1
www.vjesnik.hr	8	3		
www.index.hr	8	2	2	1
TOTAL	38	12	3	2
% udio	69%	22%	5%	4%
Britanski online mediji	Jednostrani prikaz	Dvostrani prikaz	Višestrani prikaz	Nije moguće utvrditi
www.bbc.co.uk/news	24	6	4	4
www.telegraph.co.uk	74	41	14	3
www.guardian.co.uk	43	12	6	2
TOTAL	141	59	24	9
% udio	61%	25%	10%	4%

Format informativnog teksta koji prevladava u britanskim online medijima je standardiziran na jednom ili dva izvora informacija (53%) koji nisu nužno i odslik prezentacije dvije ili više strana, odnosno kutova prikazivanja jer istraživani uzorak je pokazao da u 61% slučajeva prevladava jednostrani prikaz događaja. U formalnom smislu riječi, do dva izvora informacija, zadovoljavaju klasični zahtjev objektivnosti i podržavaju potrebu prosječne publike za simplificiranim slikama stvarnosti (Kurtić, 2011, str. 145). Hrvatski analizirani uzorak pokazuje iste tendencije no bitno je da hrvatski novinari nisu navodili prve izvore informacija, već izvore iz druge ruke. U većini slučajeva u tekstovima se navode službeni izvori kao što su policija, sudstvo, politički vrh i slično koji su govorili na press konferencijama i drugim okupljanjima na kojima hrvatski novinari nisu prisustvovali, ali su izjave i mišljenja prenijeli iz drugih medija ne navodeći ih. Time se stječe dojam da su i istraživani hrvatski online mediji, kao u ovom slučaju britanski, imali svoje dopisnike s lica mjesta. S obzirom da je počinitelj terorističkog napada imao zabranu bilo kakve medijske eksponiranosti, a samim time i objašnjavanjem svoje strane priče, većina dvostranih i višestranih prikaza događaja svodila se na samu interpretaciju njegovih dokumenta odaslanih u medije, što potvrđuje naše teze o medijskoj prirodi terorističkih akata iznesene u uvodu.

Iako ne značajan, udio višestranih prikaza u istraživanom britanskom uzorku (10%) i hrvatskom (5%) govori o tome da je uz interpretaciju Breveikovih dokumenata postojao i određeni broj analitičara i stručnjaka koji su pokušali prikazati pozadinu događaja. Specifičnost izvještavanja kod javnih medija u analiziranom uzorku je da u najvećem dijelu prenose jednostrane prikaze događaja, svedenih na puko prenošenje činjenica i podataka, ali bez interpretacije pozadine priče i utjecaja na unutarnju politiku domicilnih zemalja. Iz perspektive Vjesnik.hr-a kao medija koji bi trebao prenositi i ukazivati na nacionalne interese u takvom pogledu, u ovom slučaju je to potpuno izostavljeno. Britanska je politička situacija znatno drugačija i ukazuje da zbog velikog broja imigranata i kritiziranja političkih opcija na vlasti zbog tog pitanja, ali i europskog koncepta multikulturalizma za koje se mnoge države Europske Unije zalažu, Bbc.co.uk kao javni medij je vješto izbjegavao interpretaciju događaja kroz prizmu političkih motiva napada kako bi se, po našem mišljenju, izbjegao javni diskurs na tu škakljivu temu iako su većinu tekstova i informacija donosili mediji s lica mjesta.

Jezične konstrukcije subjekta događaja

Istraživani mediji nisu bili konzistentni u imenovanju subjekta terorističkog napada. Britanski online mediji su većinom subjekt oslovljavali imenom Breveik (38%) te „killer“ (ubojica) u 18% promatranog uzorka. Dok neutralni izrazi, poput osumnjičenik ili nedefinirani subjekt prevladavaju u 27% slučajeva.

Razlog tomu vjerojatno leži i u medijskim raspravama u kojima se od medija traži da subjekt oslovljavaju imenom jer bilo kojim drugim oslovljavanjem (ubojica, ekstremist, terorista) pridodaju medijsku pozornost njegovom činu, koja je bila njegov osnovni cilj. Specifičnost hrvatskih online medija je što u većini slučajeva (28%) oslovljavaju subjekt kao monstrum, a u 26% uzorka imenom Breveik. Iako razlike s britanskim medijima nisu značajne, većinom se subjekt, u hrvatskim medijima, oslovljava kao monstrum u naslovu, koji za cilj ima privući pozornost čitatelja, a i najčešće je produkt uređivačke politike. Dalje se dalje u tekstu (najčešće preuzetom) oslovljava imenom Breveik. Naslovom se posebno očitava senzacionalistički pristup hrvatskih online medija u kojima je dramatika jedna od osnovnih vrijednosti vijesti.

Pozivanje na drugi medij, linkovi s opširnijim informacijama i komentari na tekstove

Iako online platforme u današnje vrijeme postaju sve veći izvor informacija o dnevnim događajima kako za građane, tako i za klasične medije, rezultati istraživanja ukazuju na simbiotski odnos klasičnih i online medija. U 57% istraživanih hrvatskog i 43% britanskog uzorka, online mediji su se pozivali na druge medije. Najveći udio među tim medijima u hrvatskom uzorku čine televizijske postaje (39%) i tiskane dnevne novine (30%), a u britanskom tiskane dnevne novine sa 32% i televizijske postaje sa 29% udjela. U današnje vrijeme, u kojem medijskim okruženjem prevladava nekolicina dominantnih globalnih medija, za očekivati je da mediji pribjegavaju preuzimanju informacija od strane drugih medija, jer se vode konceptom „stara vijest nije vijest“.

Online mediji su također prepoznali značaj i utjecaj koji imaju na stvaranje javnog mnijenja kroz rastući trend korištenja online platformi preko kojih se građani informiraju. Sukladno tomu, u više od 90%

istraživanog uzorka obje kategorije online medija nude tri i više linkova s opširnijim informacijama koje omogućavaju građanima produbljeno istraživanje o toj temi.

Povećana upotreba interneta dovela je do razvoja interakcije čitateljstva s medijima kroz postavljanje soba za razgovor povezanih s internetskim stranicama (Theaker, 2009, p.341.), ali i mogućnosti komentiranja i online rasprave na određeni tekst ili online objavu. Promatrani javni servisi u hrvatskom i britanskom slučaju nisu imali komentare na tekstove što se može objasniti i načinom prezentacije vijesti koji nije ulazio u bit i interpretacije već se svodio samo na puko prenošenje razvoja događaja, a što može biti i zbog uvjerenja državne politike da se motivi napada ne diskutiraju u javnosti. U ukupnom hrvatskom uzorku prevladavaju tekstovi s komentarima (78%) dok u britanskom prevladavaju tekstovi bez komentara (79%).

Razlog tomu leži u nekoliko specifičnosti: 1) Kod komentara u hrvatskim online medijima većinom nema jasne distinkcije između podupiranja generalnog stava i odbijanja, većinom se debate vode na bazi nacionalističkih tenzija zemalja bivše Jugoslavije, a malo ih je posvećeno upravo samom tekstu i analizi lokalne situacije. Kod onih komentara koji se uistinu referiraju na sam tekst, osuđuje se čin napada. Kroz veliki udio komentara na tekstove (prosječno 119 komentara), ali i usredotočenost komentara na nacionalnu netrepeljivost u zemlji, ogleda se potreba interpretacije događaja u Norveškoj kroz aspekt hrvatske situacije. Tu su mediji zakazali u postavljanju te teme u javni diskurs, što zbog prevladavanja vrijednosti vijesti kao što je dramatika i senzacionalističkog pristupa izvještavanja, što zbog sveprisutne političke i vlasničke kontrole nad medijima koja pretendira izvještavati o zabavnim temama, a izbjegavati važna društvena pitanja; 2) Komentari u britanskim online medijima (kojih prosječno ima 332) se većinom odnose na tekstove (komentare i kritike novinara) koji analiziraju političke implikacije i motive napada s posebnim naglaskom na lokalnu britansku situaciju po pitanju imigrantske politike. U tom pogledu su britanski online mediji, izuzev Bbc.co.uk, kroz tekstove nastojali nametnuti teme imigracije i multikulturalizma u javni diskurs. Stoga, iako brojčano manji udio komentara pojedini su tekstovi imali i po nekoliko tisuća postova u kojima su sudjelovali razni stručnjaci, analitičari, novinari i građani i na taj način temu sagledavali s raznih stajališta te na jednostrano prikazane tekstove davali višestruki prikaz - svojevrsni polilog online.

Zaključak

Istraživanje hrvatskih i britanskih online medija u praćenju terorističkog napada na Norvešku potvrdilo je pretpostavku da globalni mediji, uz globalnu informaciju odašilju i orijentaciju vijesti. Hrvatski online mediji se pak zadovoljavaju pukim preuzimanjem obavještajnih podataka kao istinitih i neupitnih, odnosno ne prezentiraju činjenice događaja iz konteksta hrvatskog društvenog okruženja već preuzimaju vijesti kao gotove proizvode i plasiraju ih jednako kao što su plasirane u britanskim medijima. Uokviravanje vijesti pod utjecajem je, ne samo profesionalnih standarda i normi, već i više ili manje, jasnih interesa različitih ekonomskih i političkih struktura. Odstupanja u izvještavanju, kojih iako ima malo, ogledaju se u specifičnim determinantama hrvatskog novinarstva počevši od smanjenog praćenja vanjske politike, izostanka izvornog, nacionalnog stava prezentiranog kroz medije vezanog za pitanje terorizma, ali i političkih motiva napada, kao i rutinskom novinarskom praksom senzacionalističkog praćenja globalnih događaja pod stalnim pritiskom profita.

S druge strane, razlike u izvještavanju uočljive su i u profesionalnijem pristupu britanskih online medija, poticanja tema relevantnim za javnost u medijski diskurs o imigrantskoj politici i konceptu multikulturalizma, ali i većoj ekonomskoj moći britanskih medija koja se ogleda u broju dopisničkih centara i izvjestitelja na listu mjesta kao i njihovoj specijalizaciji za izvještavanje o terorizmu. No, ni britanski mediji, kao ni hrvatski, nisu imuni na sverastući utjecaj političkih i vlasničkih struktura na produkciju i uokviravanje vijesti što je posebno vidljivo u analiziranom uzorku javnih medija.

Literatura

Bekhit, E., 2010. *Arab Media Coverage of Terrorism: The Case of Mumbai Attacks*[online]. Iz Baybars Hawks, B. and Baruh,L., ed.2010.*Societies under Siege, Media, Government, Politics and Citizens Freedoms in an Age of Terrorism*. Istanbul: Kadir Has University. Dostupno na <http://www.scribd.com/doc/52793870/Societies-Under-Siege-e-Proceeding> [Pristupljeno 16. rujna 2011].

Brautović, M., 2006. *Content analysis of Croatian mainstream online media: Comercial model of communication* [online]. Iz S. Malović, ed. 2006. *Utjecaj globalizacije na novinarstvo*. Zagreb: Sveučilišna knjižara. Dostupno na <http://www.scribd.com/doc/44099970/Utjecaj-Globalizacije-Na-Novinarstvo> [Pristupljeno 22. listopada 2011].

Fejzić, F., 2004, *Medijska globalizacija svijeta*, Sarajevo: Promocult

GfK Centar za istraživanja, 2011, *Orange Newsletter GfK*. [online] GfK Centar za istraživanja Dostupno na http://www.gfk.hr/public_relations/press/press_articles/007232/index.hr.html [Pristupljeno 13. listopada 2011].

Index Trivia, 2004, *O Nama* [online]] Dostupno na <http://www.index.hr/index/default.aspx?id=1> [Pristupljeno 10. listopada 2011].

Jurišić, J., Šapit, M., 2005, *Utjecaj terorizma na ulogu i djelovanje medija*, *Politička misao*, XLII (4), str.118

Kurtić, N., 2006, *Kod novinarstva*, Sarajevo: Media plan Institut

Kurtić, N., 2011, *Komunikološki ogledi*, Tuzla: Bosanska riječ

Narin, B., 2010. *A Framing Analysis: How Did Three Turkish Newspapers Frame News about Global Terrorism* [online]. Iz Baybars Hawks, B. and Baruh, L., ed. 2010. *Societies under Siege, Media, Government, Politics and Citizens Freedoms in an Age of Terrorism*. Istanbul: Kadir Has University. Dostupno na <http://www.scribd.com/doc/52793870/Societies-Under-Siege-e-Proceeding> [Pristupljeno 16. rujna 2011].

Oriella PR Network, *The state of journalism in 2011*, *Oriella PR Network Digital Journalism Study*. [online] Oriella PR Network. Dostupno na <http://www.orielladigitaljournalism.com/view-report.html> [Pristupljeno 13. listopada 2011].

Perišin, A., 2007, *Mass Media and Terrorism*, *Medijska istraživanja*, 13(1), str.6

Theaker, A., 2009. *Priručnik za odnose s javnošću*. Zagreb: Biblioteka PRint