



ISTRAŽIVANJE ZAGAĐENJA INFORMACIJA O JAVNOM ZDRAVLJU U SRBIJI



Izdavač:

Media i reform centar Niš

Generala Milojka Lešjanina 36, 18 000 Niš

Tel: +381 18 526 972

www.mirc.rs

www.mediareform.rs

Za izdavača:

Nikola Stojanović, direktor

Autorka:

Marta Mitrović

Saradnici/e:

Dana Mitrovska

Aleksandar Đokić

Milena Krstić

Koordinatorica istraživanja:

Milica Stanković

ISBN:

978-86-910483-9-6

Objavljivanje ove publikacije pomogla je Ambasada SAD u Beogradu. Stavovi, mišljenja i zaključci izneseni u njoj nužno ne izražavaju stavove Ambasade SAD već isključivo autora.

Sadržaj

UVOD	1
METODOLOGIJA RADA	4
CILJEVI ISTRAŽIVANJA.....	4
ISTRAŽIVAČKE METODE	5
UZORAK I PERIOD ANALIZE	5
POSMATRANE KATEGORIJE.....	7
ZNAČAJ I DOPRINOS ISTRAŽIVANJA.....	8
REZULTATI ISTRAŽIVANJA	9
KOLIKO JE PROSTORA POSVEĆENO TEMAMA O JAVNOM ZDRAVLJU?	10
<i>Lokacija</i>	12
NAJČEŠĆE TEME U OBLASTI ZDRAVLJA O KOJIMA SE IZVEŠTAVA	13
<i>Zdravstvena politika</i>	23
<i>Prevenције bolesti</i>	25
NAČIN PLASIRANJA INFORMACIJA O JAVNOM ZDRAVLJU	27
<i>Najčešće forme medijskog izražavanja: informativni, analitički ili fičerizovani pristup</i>	27
<i>Žanrovska analiza</i>	31
<i>Oblasti unutar kojih se izveštava o zdravlju</i>	34
<i>Povod izveštavanja</i>	36
<i>Način plasiranja informacija: od iznošenja zvaničnih informacija do politizacije</i>	39
<i>Ko su izvori informacija u temama iz oblasti javnog zdravlja?</i>	44
<i>Odnos novinara/medija prema temama iz oblasti javnog zdravlja</i>	52
<i>Okviri unutar kojih se izveštava o javnom zdravlju: medicinski, svakodnevni ili politički</i>	57
ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	59
NAJZNAČAJNIJI NALAZI SUMIRANO:	65
PREPORUKE NOVINARIMA I UREDNICIMA ZA IZVEŠTAVANJE O JAVNOM ZDRAVLJU	67
LITERATURA I IZVORI	69
POPIS TABELA I GRAFIKONA	70
POPIS SLIKA	71
POPIS ANALIZIRANOG VIDEO-MATERIJALA	72

Vreme je da mediji priznaju svoju ulogu u javnom zdravstvenom sistemu, snagu svog uticaja i svoj potencijal za osiguravanje javnog zdravlja.

(Institute of Medicine of the National Academies, 2002).

Uvod

Udruženje zdravstvenih novinara (engl. *The Association of Health Care Journalists – AHCJ*) osnovano je 1998. godine i, kako je navedeno na njihovom zvaničnom sajtu¹, to je: „Nezavisna, neprofitna organizacija posvećena unapređenju javnog razumevanja zdravstvenih pitanja. Njegova je misija da poboljša kvalitet, tačnost i vidljivost izveštavanja, pisanja i uređivanja tema iz oblasti zdravstvene zaštite“. Potreba za osnivanjem jednog ovakvog udruženja, krajem 20. veka, govori u prilog tome koliki je značaj medijskog izveštavanja o javnom zdravlju. Ciljevi pomenutog udruženja, kao što su „podupiranje najviših standarda izveštavanja [...] u zdravstvenom novinarstvu“, „razvijanje snažne zajednice novinara koji se bave svim oblicima zdravstvenog novinarstva“, „zalaganje za slobodan protok informacija“, „poboljšanje mogućnosti profesionalnog razvoja novinara koji prate bilo koji aspekt zdravstva“ itd, danas su možda aktuelniji nego ikada ranije.

Pandemija korona virusa ukazala je na značaj medija i svakodnevnog izveštavanja o temama iz oblasti javnog zdravlja. Novinari, od kojih se većina nikada ranije nije profesionalno bavila izveštavanjem o zdravlju, našli su se pred velikim izazovom – izvestiti javnost o jednoj potpuno nepoznatoj stvari na jednostavan i razumljiv način, umerenim stilom, bez širenja panike. Dok su se novinari gotovo istovremeno sa stručnom i građanskom javnosti upoznavali sa novom terminologijom, morali su da idu i korak dalje – nije bilo dovoljno samo izvestiti o najnovijim informacijama, postalo je neophodno primeniti istraživačke i analitičke metode u obradi tema, razgovarati sa stručnjacima iz oblasti, upoznati pravni okvir iz oblasti javnog zdravlja, ali i građanskog prava i slično. Međutim, izveštavanje o javnom zdravlju moralo je biti i ranije na dnevnoj agendi. Krizna (zdravstvena) situacija, kakva je pandemija, aktuelizovala je pitanje izveštavanja o javnom zdravlju, ali izveštavanje o zdravlju izvan okvira korona virusa ostaje, čini se, van interesovanja stručne javnosti i akademaca.

¹ AHCJ: <https://healthjournalism.org/> pristupljeno 16. 02. 2022. godine.

Opšte funkcije medija, da informišu i edukuju javnost, dobijaju na značaju kada u obzir uzmemo teme koje nužno zahtevaju sinergiju ove dve funkcije – teme iz oblasti javnog zdravlja: „Mediji su moćno sredstvo za podsticanje zdravstvenog vaspitanja [...] služe kao portal za komunikaciju između vlada, zdravstvenih ustanova i ljudi” (Šušnjara, Vejić, 2021: 2804). Međutim, o medijima se retko govori u kontekstu uloge koju imaju ili mogu imati kada je reč o zdravlju: „Zajednica javnog zdravlja i kreatori politike često ne cene značaj i moć medija u oblikovanju zdravlja javnosti. Što je još važnije, mediji ili organizacije ne vide sebe kao deo javnog zdravstvenog sistema ili kao nekog ko mu doprinosi” (Boufford et. al, 2002: 307). Mediji bi morali biti svesniji svoje uloge u ovom kontekstu.

Doba interneta i slobodne diseminacije neproverenih informacija iz svih oblasti daje na značaju tradicionalnim medijima, poput televizije, naročito u kriznim periodima, kada je tačna i proverena informacija nužnost. Danas, kada korisnici interneta imaju mogućnost da sami generišu sadržaj i dele ga sa velikim brojem ljudi, bez nužne odgovornosti i etike, dolazi do reaktuelizacije pitanja o verodostojnosti informacija i u svakodnevni diskurs unose se koncepti poput „dezinformacija”, „lažnih vesti” i slično. Potreba javnosti da ih tradicionalni mediji o pitanjima javnog zdravlja informišu pravovremeno, jednostavno i tačno, postaje prioritet, naročito s obzirom na brzinu i upitnu odgovornost koji su fokus internet platformama.

Međutim, o tako značajnim pitanjima, kakvo je i javno zdravlje, nije dovoljno samo saopštavanje informacija. Poznavanje materije, analitički pristup, kritički odnos prema temama, interpretativan okvir, preduslovi su za ozbiljan novinarski rad u ovoj oblasti. Fokus ovog istraživanja nije pandemija korona virusa, iako će se nametnuti kao dominantna tema što je vidljivo kroz rezultate analize, već opšti okvir izveštavanja o javnom zdravlju. Prostor koji je posvećen ovoj temi, način izveštavanja, odnos novinara, samo su neki od kriterijuma koji su analizirani. Televizija, kao i dalje dominantan medij, odnosno televizijske emisije, bile su pogodne za analizu, jer, sa jedne strane, imaju najveći uticaj na najveći broj ljudi, a sa druge strane, im je uređivačka politika nužno oblikovana društveno-političkim okolnostima što daje prostor za interpretaciju rezultata u širem kontekstu.

Kontekst u kom se sprovodi istraživanje ima značajan uticaj na istraživačke pretpostavke i u krajnjem se reflektuje i na dobijene rezultate. Aktuelne društveno-političke okolnosti na osnovu

kjih je Fridom haus (engl. *Freedom House*) Srbiju okarakterisao kao „delimično slobodnu zemlju“² sa hibridnim režimom približavaju kontekst u kom se istraživanje sprovodi. Reč je o sistemu u kom su osnovne slobode, uključujući i slobodu medija, često upitne, pa bi svaki istraživač koji analizira medijski sistem trebalo da ima na umu ove okolnosti.

U tom kontekstu, Ajreks (IREX) je u svojoj godišnjoj studiji³ informacioni sistem Srbije ocenio kao „najslabiji u regionu“: „U javnosti generalno dominiraju dezinformacije, zlonamerne informacije i jezik mržnje. Mediji oblikuju sadržaj obično u skladu sa političkim stavovima koje promovišu, a manje vode računa o javnom interesu. U Srbiji dominiraju štampani i elektronski mediji koji ne oklevaju da objave očiglednu neistinu. Predstavnici vlasti ekstenzivno šire lažne vesti da bi sebe predstavili u boljem svetlu. Lažne vesti su im najvažniji alat za pridobijanje glasača“ (NUNS, 2021). Ovo je deo izveštaja o informacionom sistemu Srbije koji je objavio Ajreks.

Zbog navedenog, pretpostavke sa kojim se krenulo u istraživanje bile su dominantno negativne, naročito s obzirom na aktuelnu pandemiju korona virusa i dokazani politički potencijal ove teme (pogledati rezultate *Analize izveštavanja medija o epidemiji korona virusa u Srbiji, 2020, OEBS*). Međutim, iako očekivani, politizacija, neadekvatni sagovornici, promovisanje političkih aktera i slično, nisu bili dominantni aspekti rezultata sprovedenog istraživanja. Medijski prostor koji su dobile teme o javnom zdravlju nije bio „zagađen“ političkim uticajem, ali su marginalizacija tema o javnom zdravlju izvan kovida i dominacija tema o korona virusu nauštrb svih ostalih, najjači utisak o rezultatima.

² Izveštaj Fridom hausa za Srbiju, 2021. dostupan je na: <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2021> pristupljeno 17. 02. 2022. godine.

³ Detaljnije o izveštaju videta na: <https://nuns.rs/irex-srbija-ima-najslabiji-informacioni-sistem-u-regionu/> pristupljeno 17. 02. 2022. godine.

Metodologija rada

Ciljevi istraživanja

Postavljena su dva opšta cilja istraživanja, koja su operacionalizovana kroz specifične/posebne ciljeve istraživanja.

i. Opšti ciljevi

Opšti ciljevi istraživanja su:

- Utvrditi koliko je prostora na televizijama koje su predmet analize (RTS 1, TV Pink, TV *Happy*, TV Prva, TV N1 i TV Nova S) posvećeno temama o javnom zdravlju.
- Utvrditi na koji način o temama iz oblasti javnog zdravlja mediji (analizirane televizijske emisije) informišu javnost u Srbiji.

ii. Specifični ciljevi

Specifični ciljevi istraživanja su:

- Utvrditi koje su teme iz oblasti javnog zdravlja najzastupljenije u analiziranim televizijskim programima.
- Utvrditi koji je način plasiranja informacija u analiziranim medijima najzastupljeniji kada je reč o javnom zdravlju.
- Utvrditi ko su najčešći sagovornici na teme iz oblasti javnog zdravlja.
- Utvrditi na koji način se mediji/novinari odnose prema temama iz oblasti javnog zdravlja.
- Utvrditi unutar kojih okvira se obrađuju teme iz oblasti javnog zdravlja (na primer, politički, medicinski, svakodnevni).
- Utvrditi najčešće forme medijskog izražavanja prilikom izveštavanja o temama o javnom zdravlju (informativni, analitički, fičerizovan).

Istraživačke metode

Prilikom analize korišćen je *kvantitativno-kvalitativni metod analize sadržaja*, kao i *komparativni metod*, kojim su rezultati analize različitih medija, odnosno emisija, poređeni. Jedinica analize bila je televizijski prilog.

Uzorak i period analize

Za potrebe ovog istraživanja praćene su emisije televizija: RTS 1, TV Pink, TV *Happy*, TV Prva, TV N1 i TV Nova S. Ovi mediji odabrani su za monitoring zbog njihovog udela u gledanosti. Prve četiri navedene televizije su sa nacionalnom pokrivenošću, dok su televizije N1 i Nova S kablovske televizije. Ovakvim odabirom pokriven je širok spektar televizijskog sadržaja, uzimajući u obzir različite uređivačke koncepcije, ali i publike kojima se navedene televizije obraćaju.

Televizijski programi, koji su analizirani, jesu jutarnji programi i centralne informativne emisije svake od navedenih televizija:

RTS 1: *Jutarnji program* i *Dnevnik 2*,

TV Pink: *Novo jutro* i *Nacionalni dnevnik*,

TV Happy: *Dobro jutro Srbijo* i *Telemaster*,

TV Prva: *Jutro* i *Vesti*,

TV N1: *Novi dan* i *Dnevnik u 19*,

TV Nova S: *Probudi se*⁴

Period analize obuhvatio je poslednja četiri meseca u 2021. godini, od 1. septembra do 31. decembra 2021. godine. Primenjen je **rotacioni uzorak**. Ovakav tip uzorkovanja podrazumeva da se obuhvate različiti dani u nedelji u periodu analize. Ponedeljak u prvoj nedelji, utorak u drugoj, sreda u trećoj, četvrtak u petoj nedelji itd. (6. septembar – ponedeljak; 14. septembar – utorak; 22.

⁴ Popodnevna centralna informativna emisija na televiziji Nova S je zapravo prenos *Dnevnika u 19*, televizije N1. Iz tog razloga u obzir je uzeta samo prepodnevna emisija Nove S, jer predstavlja sopstvenu produkciju analizirane televizije. Uključivanjem emisije *Dnevnik u 19* u analizu i u okviru televizije Nova S isti prilozi bi bili duplirani tokom analize i duplo prezentovani u rezultatima.

septembar – sreda; 30. septembar – četvrtak; 8. oktobar – petak; 16. oktobar – subota; 24. oktobar – nedelja; itd).

Na ovaj način obuhvaćeno je ukupno 17 dana u okviru kojih su analizirane po dve emisije u pet medija, dok je u jednom mediju analizirana samo jedna emisija (centralna informativna emisija u 19 sati, koja se emituje na televiziji Nova S, je zapravo prenos centralne informativne emisije televizije N1). Praćeno je, dakle, 11 emisija po danu analize, što ukupno iznosi 187 analiziranih emisija u trajanju od skoro 527 sati (1.897.347 sekundi). Ukupno analiziranih priloga je 1463 (sa temom o javnom zdravlju), a njihovo ukupno trajanje iznosilo je 46 sati (165.805) sekundi (Grafikon 1).



Grafikon 1 Grafički prikaz perioda analize i uzorka

Posmatrane kategorije

Pri monitoringu priloga korišćen je kodni list, posebno izrađen za potrebe ovog istraživanja.

Prilikom istraživanja posmatrane su sledeće kategorije:

- *Dužina emitovanog priloga u sekundama.* Ova kategorija bila je značajna, jer je na osnovu nje utvrđen udeo priloga o javnom zdravlju u poređenju sa ukupnim trajanjem analiziranih emisija.
- *Lokacija* – beleženo je o kom mestu (Srbija, region, svet) je bilo reči u prilogu. Ova kategorija bila je značajna, jer govori o širem kontekstu priloga – na primer, veliki udeo priloga sa lokacijom „svet“ posredno ukazuje i na dominantnost tema koje se tiču pandemije.
- *Medijska forma izražavanja (informativna, analitička ili fičerizovana).* Ova kategorija govori o značaju koji se dodeljuje temama iz oblasti zdravlja; na primer, prilog obrađen analitički i prilog uobličen kroz informativnu formu, ne može imati isti značaj.
- *Žanr.* Kategorija kojom se detaljnije razrađuje prethodna kategorija – prilog u formi vesti, televizijskog paketa ili gosta u studiju ne mogu biti vrednovani na isti način.
- *Tema.* Jedna od značajnijih kategorija bila je upravo tema priloga. Ova kategorija omogućila je jasan uvid u to koji su tipovi bolesti ili medicinskih stanja bili zastupljeni, pa je neposredno ukazano i na predominaciju tema koje se tiču korona virusa naušrtb svih ostalih tema iz oblasti javnog zdravlja.
- *Okvir unutar kog je obrađena tema.* Praćenjem ove kategorije utvrđeno je da li je tema obrađena unutar medicinskog, svakodnevnog ili političkog okvira.
- *Tip izvora informacija.* Analiza sprovedena u odnosu na ovu kategoriju daje uvid u jednu od veoma značajnih aspekata novinarskog posla – odabir izvora informacija, od kojih umnogome zavisi i ton i kvalitet priloga.
- *Povod izveštavanja.* U okviru ove kategorije analizirano je da li je povod za medijsko izveštavanje bio aktuelni događaj, pseudo događaj ili medijska inicijativa.
- *Odnos medija/novinara prema temi.* Neutralan, afirmativan ili kritički nastrojen stav novinara pruža uvid u sveukupan odnos prema temi izveštavanja, ali i posredan uvid u uređivačku politiku medija.

- *Način plasiranja informacija.* U okviru ove kategorije analizirano je da li u prilogu dominira iznošenje zvaničnih podataka, ličnih stavova, izazivanje straha i panike ili neka druga vrsta interpretacije.

Značaj i doprinos istraživanja

Istraživanja koja za temu imaju medijsko izveštavanje o javnom zdravlju nisu tako česta. Pandemija korona virusa je popularizovala ovakav vid istraživanja, ali sa fokusom na pokrivenost tema koje se odnose na Covid19. Fokus ovog rada bio je širi, stoga smatramo i veoma značajan, jer se ne bazira na izveštavanju o samo jednom aspektu, već nudi uvid u sve teme koje ulaze u oblast javnog zdravlja.

Značaj ovog istraživanja je višestruk i ukazuje na neophodnost sinergije medija, sa jedne, i institucija i pojedinaca iz oblasti javnog zdravlja, sa druge strane. Istraživanja kojima se ovaj odnos analizira pružaju uvid u uspešnost te saradnje. Doprinos istraživanja može se posmatrati iz najmanje tri ugla:

- 1) Publikovanjem rezultata monitoringa medija *zainteresovana javnost* se informiše o trenutnoj medijskoj pokrivenosti tema iz oblasti javnog zdravlja koje ih se u velikoj meri tiču.
- 2) Sa druge strane, *institucije i pojedinci iz oblasti javnog zdravlja* mogu se putem ove publikacije upoznati sa eventualnim propustima kada je reč o njihovoj otvorenosti prema medijima, te informisanju javnosti.
- 3) I na kraju, *mediji* mogu da preispitaju svoj rad kada je reč o izveštavanju o ovoj temi, te da u narednom periodu daju više prostora temama iz oblasti javnog zdravlja i unaprede svoje izveštavanje u ovoj oblasti.

Rezultati istraživanja

Dva opšta cilja ovog istraživanja: (1) *Utvrđiti koliko je prostora na televizijama koje su predmet analize (RTS 1, TV Pink, TV Happy, TV Prva, TV N1 i TV Nova S) posvećeno temama o javnom zdravlju i (2) Utvrđiti na koji način o temama iz oblasti javnog zdravlja mediji (analizirane televizije) informišu javnost u Srbiji*, operacionalizovana su kroz specifične ciljeve.

Najpre je kvantitativnom metodom utvrđeno koliki su prostor analizirane televizije posvetile temama o javnom zdravlju, što je veoma važan indikator kada je reč o značaju koji se pridaje određenoj temi u datom trenutku, kontekstu, pa i u jednom društvu u celini. Potom su identifikovane i klasifikovane najčešće teme iz oblasti javnog zdravlja o kojima se izveštavalo u periodu analize.

Kako bi se odgovorilo na drugi opšti cilj, kvalitativnim metodama analize sadržaja identifikovani su specifični načini obrade tema o javnom zdravlju. To je postignuto analizom raznovrsnosti tema iz oblasti javnog zdravlja koje su bile predmet izveštavanja, analizom formi medijskog izražavanja i žanrovskom analizom priloga, definisanjem i klasifikacijom oblasti unutar kojih se izveštava o temama o javnom zdravlju, analizom i klasifikacijom izvora informacija u priložima o zdravlju, analizom okvira unutar kojih se obrađuju teme iz oblasti zdravlja, kao i odnosom medija/novinara prema temi o kojoj se izveštava.

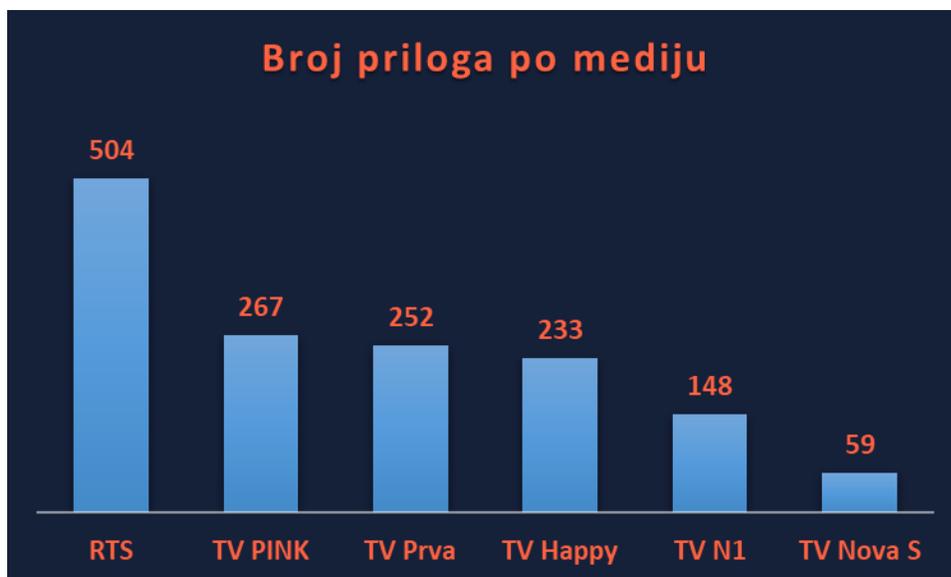
Koliko je prostora posvećeno temama o javnom zdravlju?

Kako bi se odgovorilo na prvi opšti cilj istraživanja - *Utvrđiti koliko je prostora na televizijama koje su predmet analize (RTS 1, TV Pink, TV Happy, TV Prva, TV N1 i TV*

Ukupan udeo tema o zdravlju manji od 10%

Nova S) posvećeno temama o javnom zdravlju, upoređen je odnos ukupnog trajanja analiziranih emisija u sekundama/satima i udeo koji u ukupnoj minutaži imaju priloga sa temama o javnom zdravlju. Od 527 sati, koliki je bio zbir svih analiziranih emisija u periodu istraživanja, priloga koji su za temu imali javno zdravlje trajali su ukupno 46 sati, što je oko 9 %. Ovoliki udeo tema o javnom zdravlju nije naročito značajan, naročito ukoliko se uzme u obzir to da se većina priloga o zdravlju bazirala na temama o pandemiji korona virusa (odnos tema u oblasti izveštavanja o javnom zdravlju videti u delu: „Najčešće teme u oblasti zdravlja o kojima se izveštava“), te da je procenat tema koje se ne tiču Covida19 statistički gotovo zanemarljiv.

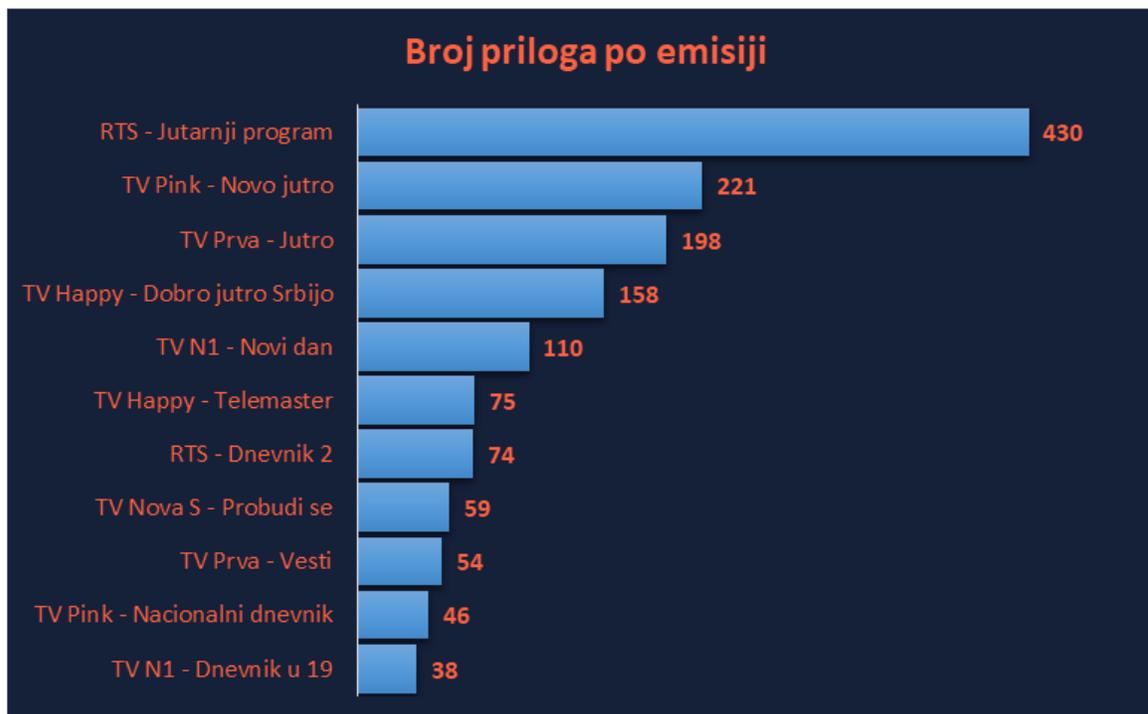
Kada je reč o zastupljenosti tema o javnom zdravlju u analiziranim medijima, javni servis je u analiziranom periodu imao najviše priloga posvećenih ovoj temi (504), zatim televizija Pink (267), potom televizija Prva (252), televizija *Happy* imala je 233 priloga o javnom zdravlju, televizija N1 148, a najmanje, 59, televizija Nova S (Grafikon 2). Međutim, trebalo bi uzeti u obzir da je, za razliku od ostalih televizija, analizirana samo jedna informativna emisija televizije Nove S, s obzirom na to da kao centralnu informativnu emisiju. od 19:00 sati. Nova S emituje *Dnevnik u 19*, emisiju televizije N1.



Grafikon 2 Komparativni prikaz broja priloga o zdravlju po medijima

Javni servis, odnosno emisija *Jutarnji program* koja se emituje na RTS-u, takođe je na vrhu kada je reč o broju emitovanih priloga o javnom zdravlju (430). Očekivano je da jutarnji programi svih analiziranih televizija budu dominantni u ovom kontekstu (Grafikon 3), s obzirom na trajanje jutarnjih emisija u poređenju sa centralnim informativnim emisijama. U okviru jutarnjeg programa televizije Pink, u analiziranom periodu, emitovan je 221 prilog o zdravlju, *Jutro* televizije Prva je sa 198 priloga o javnom zdravlju na trećem mestu, potom sledi televizija *Happy* sa svojim jutarnjim programom – *Dobro jutro Srbijo* (158), zatim *Novi dan* (N1) sa 110 priloga, Telemaster (TV *Happy*) sa 75 priloga, jedan manje emitovan je u okviru *Dnevnika 2* na javnom servisu (74). U ostalim

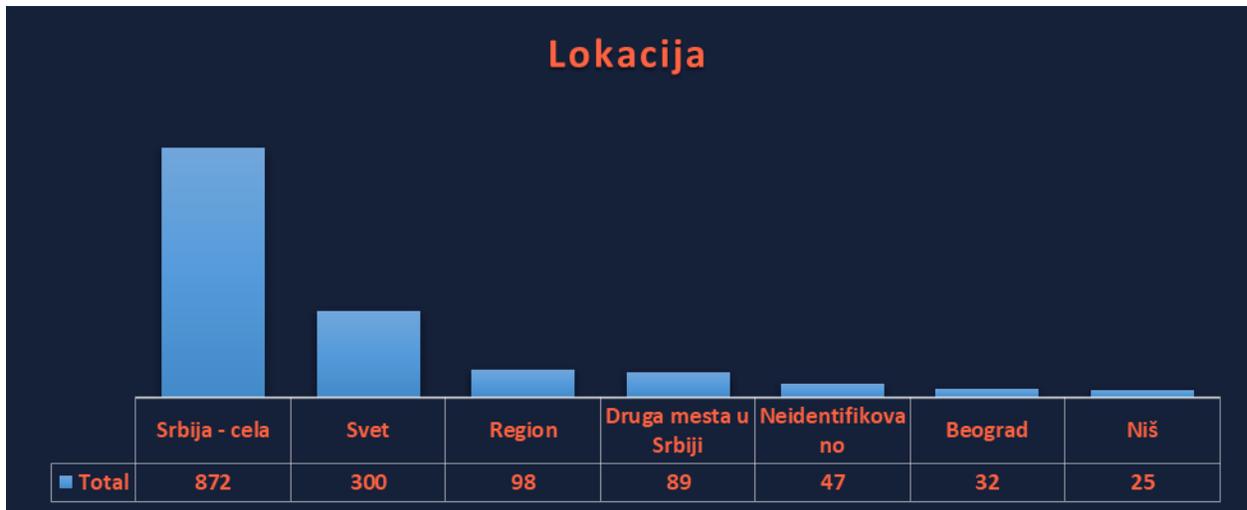
emisijama bilo je manje od 60 priloga. Dnevnik u 19 (N1) je na začelju sa samo 38 priloga o javnom zdravlju u periodu analize.



Grafikon 3 Komparativni prikaz broja priloga o zdravlju po emisiji

Lokacija

Lokacija, odnosno mesto na koje se odnosi prilog ili o kom se u prilogu govori, bila je, takođe, jedan od indikatora. Bilo je očekivano da će se najveći broj priloga odnositi na Srbiju (lokacija koja je za potrebe analize podeljena na potkategorije: *Srbija – cela, Beograd, Niš i Druga mesta u Srbiji*) (videti Grafikon 4). Najveći broj priloga (872) odnosio se na celu Srbiju. U 300 priloga bile su teme o zdravlju na globalnom nivou ili izveštaji iz pojedinih zemalja sveta, što je bilo i očekivano s obzirom da je u periodu analize najaktuelnija i najzastupljenija tema bila pandemija. Teme o zdravlju iz regiona bile su zastupljene u 98 priloga, dok je 89 priloga za temu imalo izveštavanje o zdravlju iz pojedinih mesta u Srbiji. U 47 priloga nije bilo moguće identifikovati konkretnu lokaciju/mesto na koje se prilog odnosi. Beograd i Niš su izdvojeni kao posebne kategorije – Beograd, jer je kao glavni grad centar svih zbivanja u zemlji (32 priloga), a Niš (25 priloga) zbog konteksta u kom je sprovedeno istraživanje (lokacija centra koji sprovodi istraživanje). Iako očekivano da će Beograd biti znatno zastupljeniji od Niša ili zbira ostalih gradova u Srbiji, analizom je to opovrgnuto.



Grafikon 4 Komparativni prikaz lokacija o kojima je izveštavano

Najčešće teme u oblasti zdravlja o kojima se izveštava

Prema *Strategiji javnog zdravlja u Republici Srbiji 2018 – 2026. godine*⁵ oblasti pokrivena zakonom jesu:

- 1) fizičko, mentalno i socijalno zdravlje stanovništva;
- 2) promocija zdravlja i prevencija bolesti i povreda;
- 3) životna sredina i zdravlje stanovništva;
- 4) radna okolina i zdravlje stanovništva;
- 5) organizacija i funkcionisanje zdravstvenog sistema;
- 6) postupanje u kriznim i vanrednim situacijama.

Prateći specifični cilj - *utvrditi koje su teme iz oblasti javnog zdravlja najzastupljenije u analiziranim televizijskim programima*, u svakom pojedinačnom prilogu analizirane su teme koje su bile fokus priloga. Teme su klasifikovane u sledeće kategorije, a u skladu sa oblastima koje su definisane Strategijom o javnom zdravlju:

- *zdravstvena politika* (životna sredina i zdravlje stanovništva, radna okolina i zdravlje stanovništva, organizacija i funkcionisanje zdravstvenog sistema, postupanje u kriznim i vanrednim situacijama);

⁵ Tekst Strategije dostupan na: <http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2018/61/1/reg> pristupljeno 10. 02. 2022. godine.

- *prevencije bolesti* (izvan kovida) (promocija zdravlja i prevencija bolesti i povreda);
- *bolesti i stanja izuzev kovida* (u ovu kategoriju spadaju sve vrste bolesti i stanja – maligne, kardiovaskularne, bolesti nervnog sistema, bolesti urinarnog trakta itd, kao i duševni poremećaji i poremećaji ponašanja i trudnoća, rađanje; u skladu sa oblasti iz Strategije: fizičko, mentalno i socijalno zdravlje stanovništva) i
- *korona virus* (sve teme u vezi sa virusom Covid19, od prevencije, dnevnih izveštaja do vakcinacije) – kategorija dodata zbog specifičnog trenutka u kom se sprovodi istraživanje – pandemija korona virusa.

Teme koje se tiču *zdravstvene politike* i teme u vezi sa *prevencijama bolesti* od izuzetnog su značaja za javnost – za pojedince, ali i društvo u celini. Teme o zdravstvenoj politici nužno zahtevaju analitički pristup novinara i njegovu maksimalnu angažovanost. U okviru ovih tema novinar je u ulozi kontrolora nosioca javnih funkcija, analizira stanje zdravstvenog sistema, pokreće pitanja o izazovima sa kojima se zdravstvo u jednom sistemu suočava, razgovara sa nadležnim licima i poziva na odgovornost, te informiše javnost o promenama u tom kontekstu – pozitivnim i negativnim. Kada je reč o prevenciji kao značajnom preduslovu za sprečavanje širenja određenih bolesti, te sprečavanje razvoja pojedinih bolesti kod stanovništva, novinar je u ulozi edukatora, koji u razgovoru sa stručnjacima informiše i edukuje javnost o složenim temama koje zahtevaju temeljan, a ipak jednostavan pristup.

Jasno je da veće prisustvo ove dve kategorije tema o javnom zdravlju mogu biti indikator kvaliteta rada medija/novinaru u ovoj oblasti. Zbog svega navedenog zdravstvena politika i prevencije bolesti (izuzev korona virusa) posmatrane su posebno kao kategorije od izuzetnog značaja.

S obzirom na period analize, u kom je pandemija korona virusa i dalje bila centralna tema u svim informativnim emisijama, bilo je očekivano da će teme u vezi sa korona virusom biti najzastupljenije, zbog toga je kategorija *korona virus* izdvojena kao posebna u odnosu na druga stanja i bolesti. Takođe, bilo je značajno uporediti prostor koji je posvećen drugim stanjima i bolestima sa prostorom koji je posvećen temama u vezi sa korona virusom. Ne negirajući značaj izveštavanja o korona virusu, važno je istaći da je česta kritika upućena od javnosti bila upravo

minimiziranje značaja ostalih bolesti u poređenju sa Covid19, što se ogleda i u medijskom prostoru posvećenom ovim temama.

U pojedinim priložima bilo je obuhvaćeno više tema iz navedenih kategorija (Grafikon 5). Na primer, u okviru istog priloga bilo je reči o korona virusu i trudnoći, ili o zdravstvenoj politici i malignim bolestima.



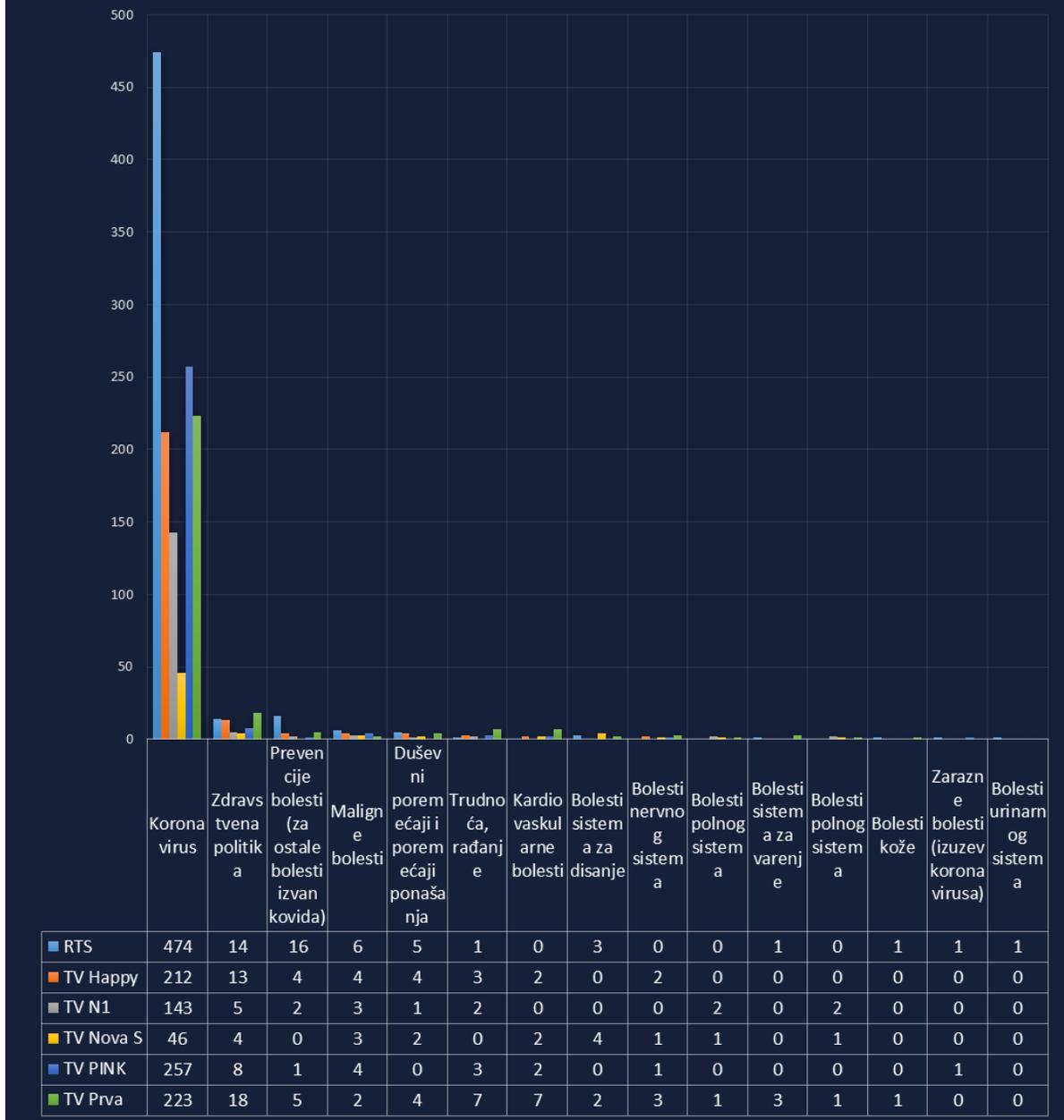
Grafikon 5 Prikaz broja priloga u kojima je bilo više od jedne teme

Na primer, u prilogu televizije Prva emitovanom u okviru jutarnje emisije *Jutro* (13. decembra) obrađene su tri teme u vezi sa zdravljem: korona virus, maligne bolesti i trudnoća, rađanje. Iako na prvi pogled ne deluje povezano, o značaju razmatranja ove tri teme zajedno govori gošća, direktorka RFZO, u studiju, a poveznica je novi antivirusni lek i njegove kontraindikacije. Naime, sagovornica objašnjava da novi lek neće biti primenjen kod trudnica i dojilja, ali da će biti primenjen kod kategorija obolelih koji imaju visok faktor rizika, između ostalih i kod osoba koje

boluju od malignih bolesti. Dakle, ovim prilogom obuhvaćeno je više tema i kategorija iz oblasti javnog zdravlja.

Međutim, kako bismo dobili jasniji uvid u to koliko su pojedinačne teme zastupljene u emisijama analiziranih medija, svaka potkategorija izdvojena je i posmatrana i pojedinačno (Grafikon 6). Najveći broj priloga za temu je imao korona virus, čak 1355. Sledeća kategorija, mada sa 20 puta manje priloga od prvoplasirane, jeste zdravstvena politika (62), potom prilozi o prevencijama bolesti (22). Broj priloga o malignim bolestima bio je 22, dok su ostale bolesti i stanja bili zastupljeni u manje od 20 priloga.

Komparativni prikaz: Bolesti o kojima se izveštavalo



Grafikon 6 Teme koje su bile predmet izveštavanja u analiziranom periodu u svim medjima

Koliko je značajno posvetiti medijski prostor temama iz oblasti javnog zdravlja koje se ne tiču samo korona virusa govori i podatak da je u Srbiji od bolesti srca i krvnih sudova tokom 2020. godine umrlo preko 55.000 osoba, te da su „bolesti srca i krvnih sudova sa učešćem od 47,3 odsto, u svim uzrocima smrti, vodeći uzrok umiranja u Srbiji“ (Batut)⁶.

⁶ Detaljnije na: <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/batut-od-bolesti-srca-i-krvnih-sudova-u-srbiji-prosle-godine-umrlo-55-305-osoba/> pristupljeno 15. 02. 2022. godine.

Tokom perioda analize bilo je svega 13 priloga koji su za temu imali kardiovaskularne bolesti (Grafikon 6). Jedan od takvih priloga emitovan je na televiziji Nova S u jutarnjoj emisiji *Probudi se* (6. septembra). Novinarka je u studiju razgovarala sa kardiohirurgom o fenomenu „iznenadne srčane smrti”. Analitičkim pristupom temi novinarka je od sagovornika dobila odgovore na pitanja koja se tiču ovog fenomena – rizika, prevencije i ostale informacije koje mogu biti od velikog značaja široj javnosti ukoliko se suoče sa ovakvim izazovom.

U nešto kraćoj formi – informativnom prilogu, televizija Prva je u okviru emisije *Vesti* (14. septembra) emitovala izjavu doktorke kardiologa, koja je savetovala kardiovaskularne bolesnike o tome kako da se nose sa naglim promenama vremena. Iako ova forma medijskog izraza ne iziskuje poseban napor novinara, za ciljnu grupu kojoj se obraća – osobe sa kardiovaskularnim bolestima, od izuzetnog je značaja.

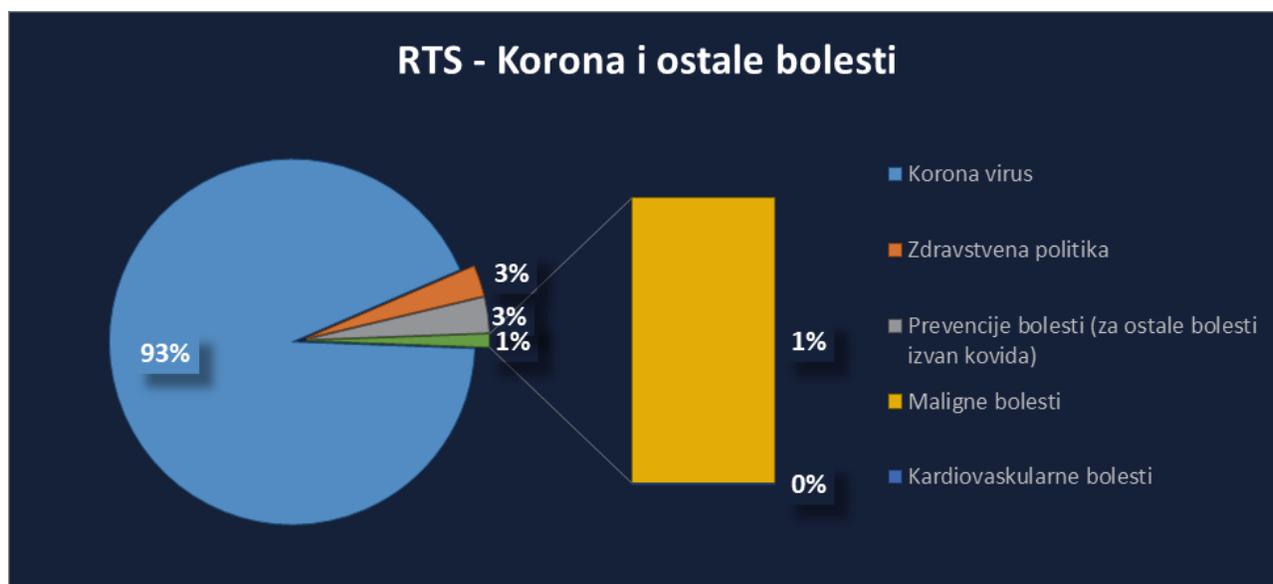
Od malignih tumora u Srbiji godišnje oboli oko 40.000 ljudi, a umre oko 21.000⁷. Ova statistika govori u prilog značaju izveštavanja o temama u vezi sa malignim bolestima, naročito u domenu prevencije. Međutim, u toku perioda analize svega 22 priloga su za temu imala neki tip malignih oboljenja. Ono što je primetno je i to da i od tog broja najveći deo se tiče apela za pomoć deci i odraslima obolelim od malignih bolesti. Primer takvog priloga pronalazimo i u *Nacionalnom dnevniku* televizije Pink (8. oktobra) u kom je objavljen prilog o tinejdžeru koji je oboleo od tumora. Reporterka razgovara sa mladićem, fičerizovanom obradom informacija unosi emotivnu notu u prilog, sa ciljem pozivanja javnosti da obolelom dečaku pomognu da prikupi potrebna sredstva za dalje lečenje.

Prilozi – apeli za pomoć, svakako su nešto što bi moralo da se nađe u medijima, jer je to najbolji način da informacija dospe do ljudi koji mogu da pomognu. Međutim, ono što u ovom domenu izveštavanja fali jeste obrada ovih tema analitički, razgovor sa stručnjacima o uzrocima malignih oboljenja, koja su sve učestalija u Srbiji, o uslovima lečanja koji su dostupni u Srbiji, o razlozima zbog kojih pojedine tretmane ne pokriva zdravstveno osiguranje – dakle, podizanje ovih tema na nivo zdravstvene politike i insistiranje na boljoj zdravstvenoj zaštiti i lečenju, kako bi priloga sa pojedinačnim primerima bilo što manje.

⁷ Detaljnije na: https://www.rtv.rs/sr_lat/zivot/zdravlje/svetski-dan-borbe-protiv-raka-od-malignih-tumora-u-srbiji-godisnje-oboli-oko-40.000-ljudi_1090553.html pristupljeno 15. 02. 2022. godine.

Iako veoma značajne, sve ove teme bile su u senci izveštavanja o korona virusu. Neizbežan kao svakodnevna tema, makar u domenu saopštavanja zvaničnih informacija o broju obolelih i preminulih, kovid je bacio u medijsku senku sve ostale bolesti i zdravstvena stanja.

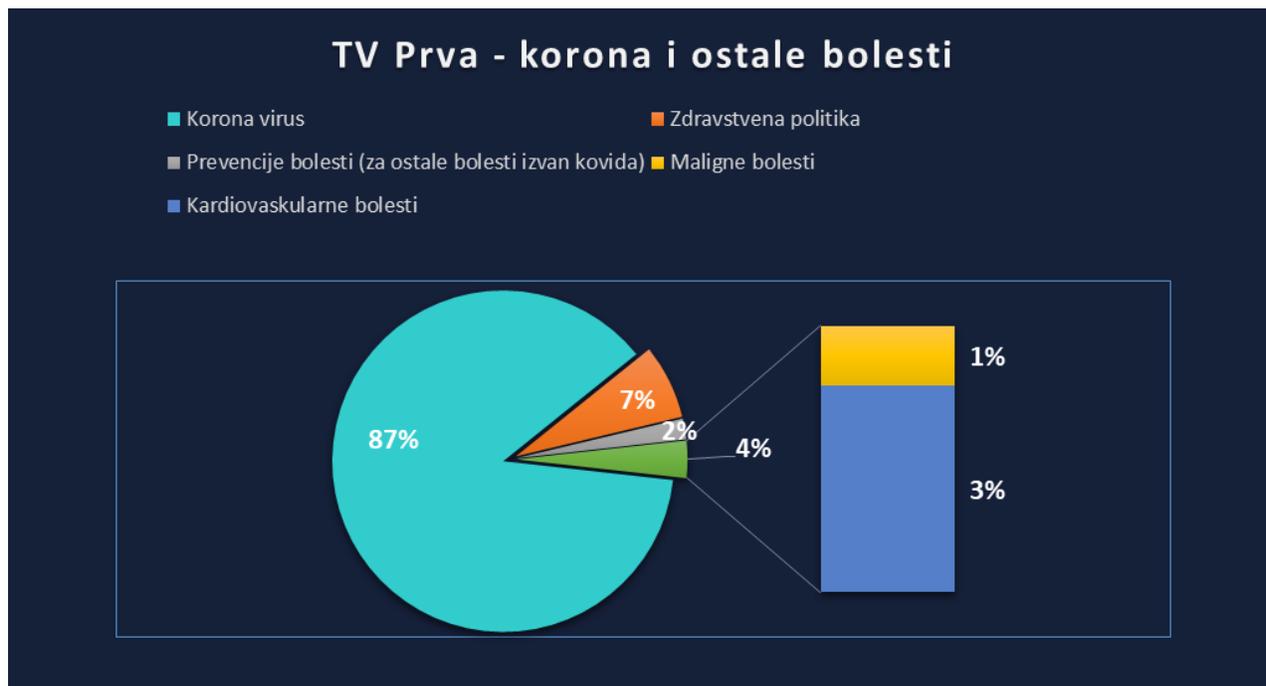
Najbolja ilustracija dominantnosti tema koje su u vezi sa korona virusom, nasuprot temama koje se tiču drugih stanja i bolesti, ili zdravstvene politike i prevencije, jeste procentualni prikaz udela svih tema u okviru pojedinačnih analiziranih medija. Na primer, na javnom servisu je u analiziranim emisijama čak 91% priloga o javnom zdravlju bio u vezi sa korona virusom (Grafikon 7), dok su teme o zdravstvenoj politici i prevenciji bolesti imale udeo od po 3%. Sve ostale teme bile su u rasponu od 0 – 1%, statistički beznačajne.



Grafikon 7 RTS: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama

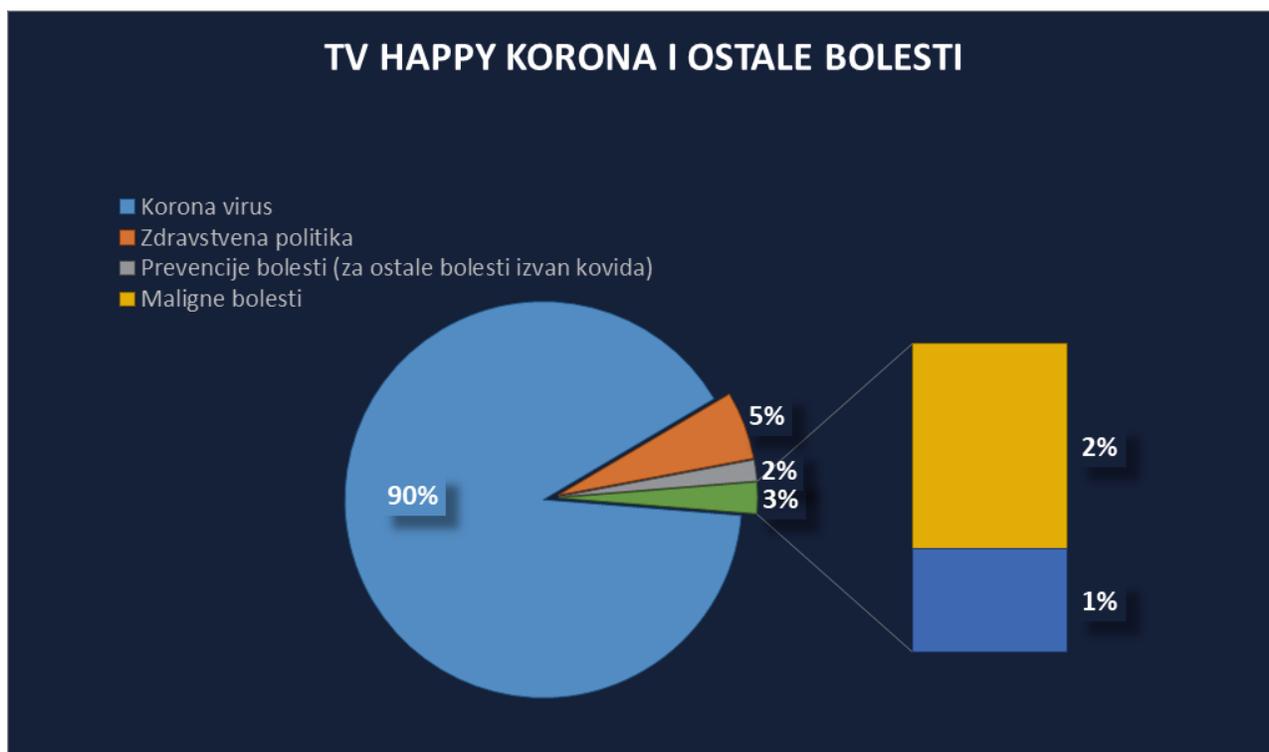
Kada je reč o televiziji Prva (Grafikon 8), situacija je neznatno bolja, s obzirom na to da je manji udeo tema u vezi sa korona virusom, 81%, pa su shodno tome i ostale teme zastupljenije nego što je to slučaj sa javnim servisom.

Zdravstvena politika bila je tema u 6% priloga, a trudnoća i kardivaskularne bolesti u po 3%. Tema prevencije bolesti ima udeo od 2%, a sve ostale bolesti i stanja su u rasponu od 0 – 1%.



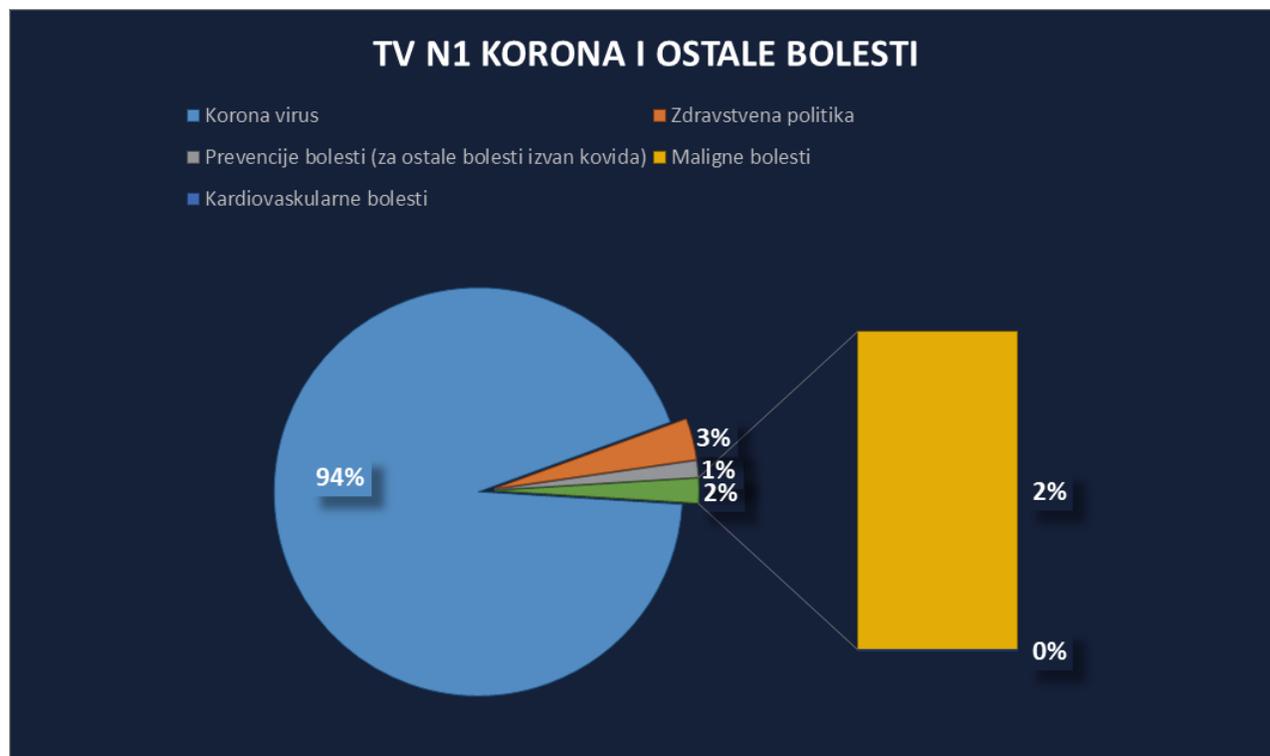
Grafikon 8 TV Prva: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama

Procenti su slični i za televiziju *Happy* (Grafikon 9), 87% teme o korona virusu, 5% o zdravstvenoj politici, a sve ostale teme imale su udeo u rasponu 0 – 1%.



Grafikon 9 Happy: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama

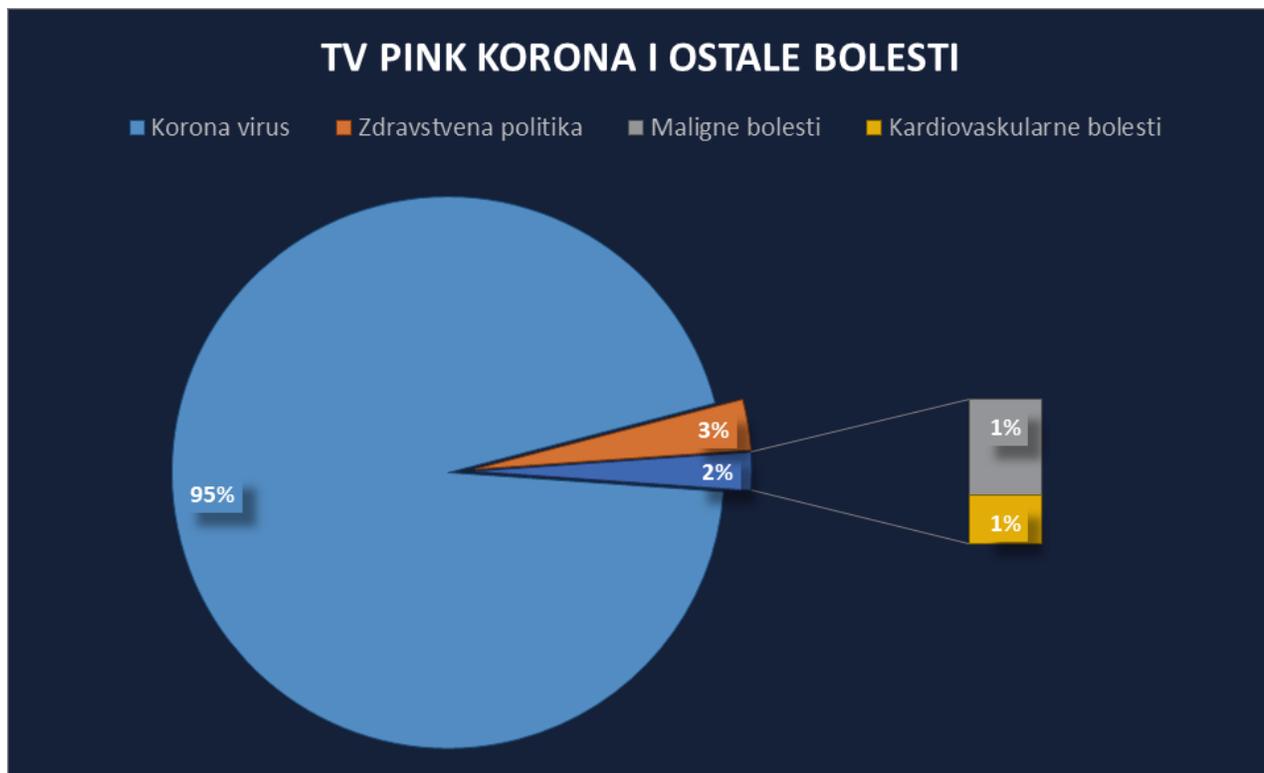
Televizija N1 je u periodu analize od ukupnog broja priloga o javnom zdravlju, emitovala čak 90% priloga koji su za temu imali korona virus (Grafikon 10). Zdravstvena politika bila je tema u 3% priloga o javnom zdravlju, maligne bolesti u 2%, a sve ostale teme imale su udeo od 0 – 1%.



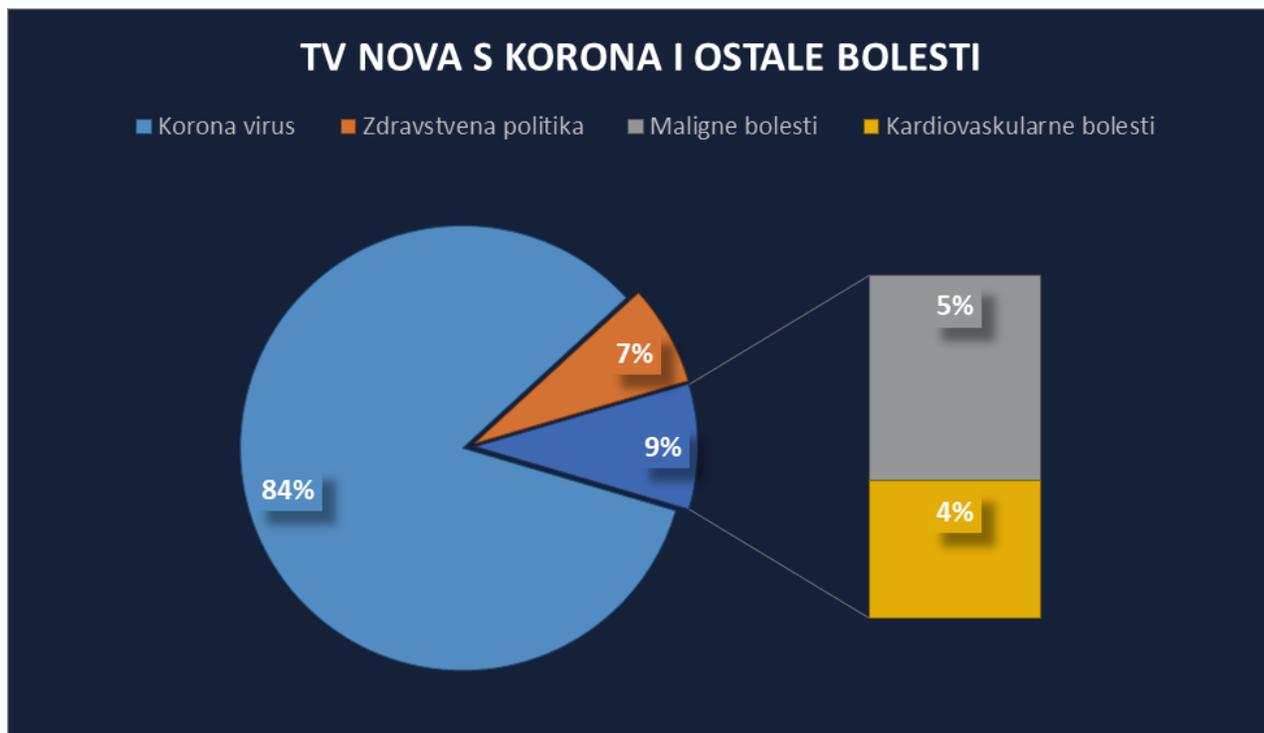
Grafikon 10 N1: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama

Najveći procenat priloga o korona virusu bio je emitovan na televiziji Pink, čak 93% od ukupnog broja priloga koji su za temu imali javno zdravlje (Grafikon 11).

U poređenju sa ostalim analiziranim medijima, procentualno najmanji broj priloga o virusu korona emitovan je na televiziji Nova S – 72% (Grafikon 12). Shodno tome, i raznovrsnost tema bila je veća: zdravstvena politika – 6%, bolesti sistema za disanje – 6%, maligne bolesti – 5%, ostale bolesti u rasponu od 0 – 3%.



Grafikon 9 Pink: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama



Grafikon 12 Nova S: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama

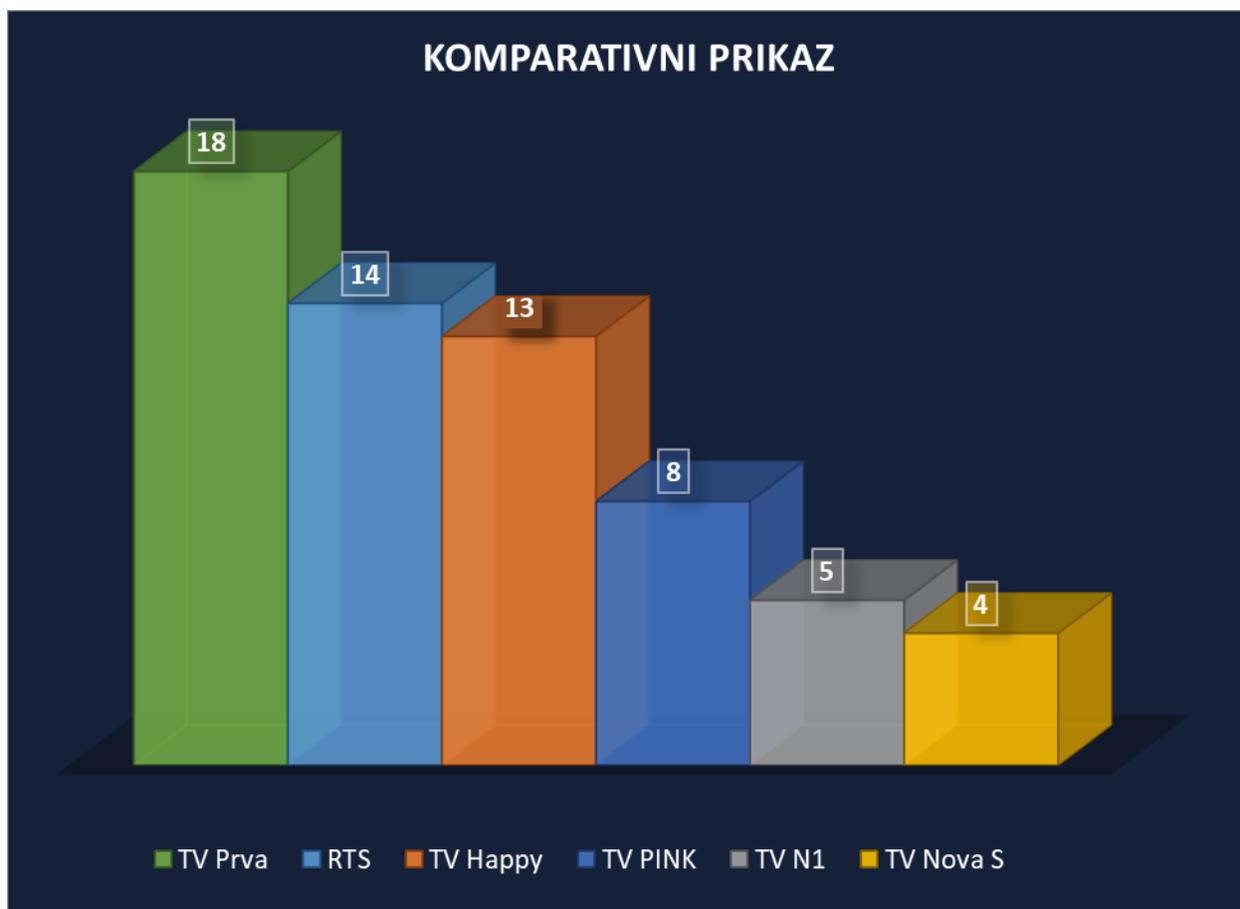
Zdravstvena politika

S obzirom na već istaknut značaj tema iz oblasti zdravstvene politike, bilo je očekivano da će broj priloga o ovoj temi biti veći, naročito s obzirom na aktuelnu situaciju u vezi sa pandemijom. U trenutku kada se zdravstveni sistem Srbije, kao i zdravstveni sistemi na globalnom nivou, suočava sa najvećim izazovima u poslednjih nekoliko decenija, teme o sistemskom pristupu rešavanju izazova, trebalo bi da budu jedne od značajnijih, a samim tim i vidljivijih tema u javnom prostoru.

Pritisak na ceo zdravstveni sistem, jedan je od problema koji je često istican od početka pandemije. Sa tim u vezi, medijski fokus koji podrazumeva organizaciju kovid režima, samo je deo problema. Prigovori javnosti na odranije prisutnu tromost ostalih sistema zdravstvene zaštite, koja se samo intenzivirala sa prelaskom u kovid režim, bili su podjednako značajna tema kao i teme u vezi sa kovidom, pa ipak, utisak je da ta tema nije bila tako česta u medijima.

Teme iz ove oblasti zahtevaju opštiji pristup novinara, koji izlazi iz okvira pojedinačnih primera i uzroke traži u domenu zdravstvene politike, koja je u specifičnim uslovima morala biti menjana u vrlo kratkim rokovima, a da se pritom ne udalji od osnovnih principa javnozdravstvene politike, pod kojom se podrazumeva: „odgovornost države, odnosno učešće svih sektora društva u obezbeđenju uslova koji omogućavaju i podržavaju dostizanje najvišeg nivoa zdravlja za svakog pojedinca“ (Strategija 2018 – 2026). Pitanja organizacije rada lekara, prelaska velikog broja medicinskog osoblja u kovid sistem, nedostatak osoblja u nekovid režimu, liste čekanja za preglede i medicinske inetrvencije mimo kovida i na kraju temeljne analize posledica koje je sve navedeno uzrokovalo i insistiranje na odgovoru na pitanje kako će zdravstveni sistem te izazove rešavati ubuduće, samo su neka od pitanja koja su morala da se nađu na „dnevnom redu“ u medijima.

Prema sprovedenoj analizi u šest medija, odnosno 11 analiziranih emisija, teme o zdravstvenoj politici bile su zastupljene u 62 priloga ukupno, odnosno 20 puta manje zastupljene od tema u vezi sa korona virusom. Najviše priloga o ovoj temi imala je televizija Prva – 18, potom RTS – 14, televizija *Happy* – 13, televizija *Pink* – 8, N1 – 5 i Nova S – 4 (Grafikon 13).



Grafikon 10 Broj priloga o zdravstvenoj politici – komparativni prikaz

Na primer, na televiziji N1, u emisiji *Novi dan* (22. septembra), novinarka je analitički pristupila obradi teme iz oblasti zdravstvene politike („organizacija i funkcionisanje zdravstvenog sistema“ i „postupanje u kriznim i vanrednim situacijama“) – *da li je uvođenje kovid sertifikata po zakonu ili nije i da li bi to uticalo na stabilizaciju epidemiološke situacije*. Gosti u studiju bili su epidemiolog i pravnik, kompetentni sagovornici u odnosu na temu priloga. Obavezna vakcinacija, rad Kriznog štaba, funkcionisanje zdravstvenog sistema itd, teme su koje su obrađene u okviru ovog televizijskog priloga. Sve pomenute teme aktuelni su izazovi sa kojima se suočava zdravstveni sistem Srbije, direktno se tiču zdravstvene politike i od izuzetnog su interesa za širu javnost.

U emisiji *Novo jutro*, televizije Pink (14. septembra), reporterka je u uključenju uživo, ispred Instituta za transfuziju krvi, razgovarala sa predstavnicom Instituta o poteškoćama sa kojima se ovaj Institut suočava kada je reč o deficitu rezervi krvi. Kroz izjavu gledaoci su mogli da čuju o uzrocima deficita, o načinima na koje će se Institut suočiti sa ovim izazovom u budućnosti, kao i o planiranim

akcijama Instituta. Iako je ovaj prilog informativan po sadržaju i nije zahtevao analitički pristup ili istraživački rad novinara, tema se tiče zdravstvene politike u delu „organizacija i funkcionisanje zdravstvenog sistema“, kako je definisano Strategijom o javnom zdravlju.

Primer teme iz oblasti zdravstvene politike, u delu „organizacija i funkcionisanje zdravstvenog sistema“ i „postupanje u kriznim i vanrednim situacijama“, uočen je i u emisiji *Telemaster*, televizije *Happy* (14. septembra). U formi televizijskog paketa, obrađena je informacija o nabavci specijalnih vozila za dopremanje vakcina i medicinskog osoblja, odnosno donaciji Evropske unije. U skladu sa aktuelnim trenutkom – kriznom situacijom, pandemijom korona virusa, informacije o organizaciji i funkcionisanju zdravstvenog sistema dobijaju na značaju. Premda se ovom prilogu može zameriti to što se skoro polovina priloga sastojala od izjava predsednika Srbije, obrađena tema, posmatrana izvan vrednosnih interpretacija, svakako je od interesa javnosti i tiče se zdravstvene politike.

Prevenције bolesti

Prevenција je u važećoj Strategiji javnog zdravlja definisana kao: „Smanjivanje rizika pojave patološkog procesa, bolesti, povrede, nesposobnosti ili nekog drugog neželjenog stanja ili fenomena, putem aktivnosti i mera povezanih sa unapređenjem i očuvanjem zdravlja“. Teme koje se tiču prevencije bolesti od izuzetnog su značaja za javno zdravlje, te stanovništvo u celini. S obzirom na to da su za potrebe analize teme koje se tiču korona virusa izdvojene kao posebna kategorija, u okviru kategorije „prevencije bolesti“ uzeti su u obzir samo prilozi u kojima je bilo reči o prevenciji bolesti izuzev kovida. Prilozi sa temom prevencije u vezi sa korona virusom podvedene su pod široko postavljenu kategoriju „korona virus“, koja nije bila analitički podeljena na potkategorije, kako fokus istraživanja ne bi posledično postalo izveštavanje o korona virusu.

S obzirom na značaj teme, rezultati analize su poražavajući. U svega 28 priloga tema je bila prevenција bolesti (izuzev kovida) (Grafikon 14), od toga je polovina bila emitovana na javnom servisu (16), pet priloga na televiziji Prva, četiri na televiziji *Happy*, dva na televiziji N1, jedan prilog na Pinku, dok Nova S nije imala nijedan prilog sa temom prevencije bolesti.



Grafikon 11 Prikaz broja priloga o prevencijama bolesti (izvan kovida) – komparativni prikaz

Jedan od primera ovakvih priloga emitovan je u okviru *Jutarnjeg programa* na javnom servisu (30. septembra). Tema priloga bila je prevencija malignih bolesti. Naime, reporter je uživo izveštavao o manifestaciji „Daj pedalu raku” koja se organizuje u Šapcu. Sagovornica, ispred Zavoda za javno zdravlje Šabac, govorila je o zvaničnim podacima kada je reč o raku dojke, ali je opširno izvestila javnost o načinima i značaju prevencije kada je reč o ovoj bolesti.

Još jedan primer koji ilustruje ovaj tip priloga, uočen je na televiziji *Happy*. Naime, novinarka je u okviru emisije *Dobro jutro Srbijo* (22. septembra) ugostila doktorku sa kojom je razgovarala o prevenciji sezonskih virusa i alergija.

Prilozi koji za temu imaju prevencije bolesti su, iz ranije navedenih razoga, od izuzetnog značaja za javnost. Mali udeo priloga sa temom prevencije bolesti (izuzev Covid19) govori o ne tako ozbiljnom pristupu temama iz oblasti javnog zdravlja.

Način plasiranja informacija o javnom zdravlju

U ovom delu biće prezentovani rezultati analize dobijeni u odnosu na drugi opšti cilj istraživanja - *Utvrđiti koji je način plasiranja informacija u analiziranim medijima najzastupljeniji kada je reč o javnom zdravlju*, a koji je operacionalizovan kroz specifične ciljeve koji slede u nastavku.

Najčešće forme medijskog izražavanja: informativni, analitički ili fičerizovani pristup

Forme izražavanja u medijima mogu se klasifikovati na različite načine. Za potrebe ovog istraživanja, a u skladu sa postavljenim posebnim ciljem - *utvrditi najčešće forme medijskog izražavanja prilikom izveštavanja o temama o javnom zdravlju*, forme medijskog izražavanja podeljene su u tri velike kategorije:

- *informativna* obrada teme,
- *analitički* pristup temi i
- *fičerizovano* oblikovanje priče.

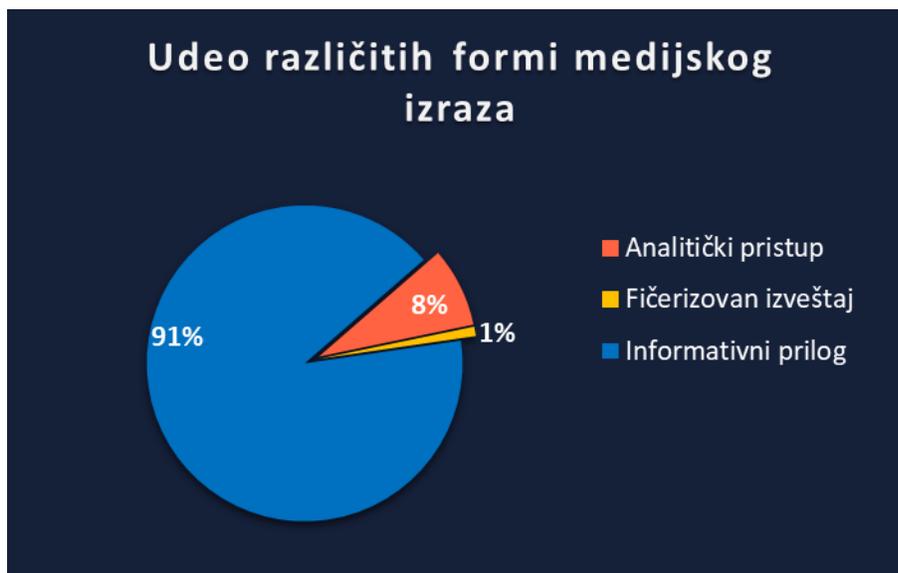
Svaki od navedenih pristupa ima svojih prednosti, takođe, ne odgovara svaki pristup za obradu svake novinarske teme.

- ❖ *Informativne forme* su najčešće u elektronskim medijima, naročito u centralnim informativnim emisijama. Ove forme medijskog izražavanja pogodne su za izveštavanje javnosti o svakodnevnim novostima i informacijama. Informativne forme ne pretpostavljaju veliki angažman novinara, koji u okviru informativnih žanrova saopštava informaciju na jednostavan način, odgovarajući na osnovna novinarska pitanja (*Ko? Šta? Gde? Kada? Zašto?*). Takođe, uzimanje izjava i vođenje klasičnog intervjua – pitanje-odgovor, jedne su od čestih informativnih formi medijskog izraza u elektronskim medijima.
- ❖ *Analitički pristup* u novinarskom izražavanju svakako je najzahtevniji i ne tako čest, kao što je to slučaj sa informativnim žanrovima. Dubinska analiza i interpretacija društveno-političkih događaja je češća u ozbiljnim štampanim medijima, naročito u nedeljnicima. Međutim, iako „brzi“ mediji, koji se često doživljavaju kao *mediji koji saopštavaju*, za

razliku od štampanih medija koji *analiziraju* pojave i zbivanja, elektronski mediji imaju svoj prostor i forme u kojima su teme dubinski interpretirane i analizirane. I intervju može biti analitički, ukoliko je novinar u ulozi interpretatora, koji svoja pitanja i potpitanja usmerava tako da rasvetli datu situaciju i od sagovornika dobije odgovore koji su značajni za javnost. Takođe, u mnogobrojnim specijalizovanim emisijama na televiziji neguje se analitički pristup obradi teme.

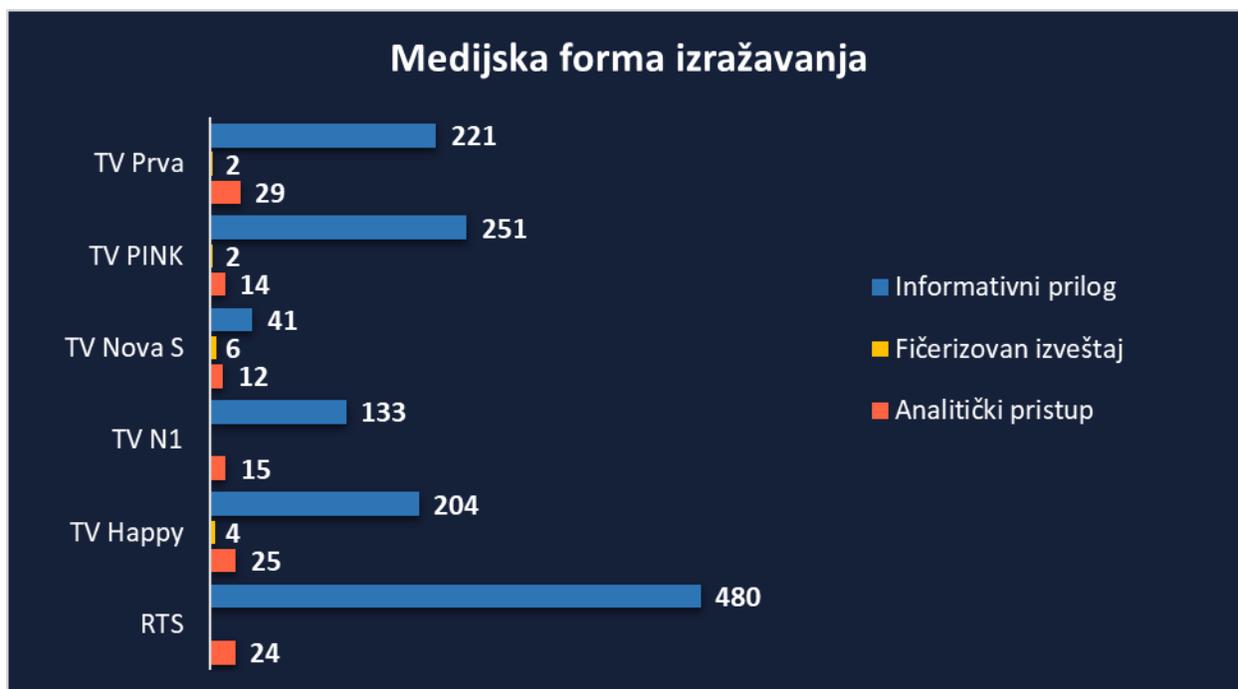
- ❖ *Fičerizovana forma* medijskog izražavanja je specifična i ne pogoduje svim temama. Šira od beletrističkih formi (reportaže, putopisa itd) predstavlja hibridni pristup u kom se kombinuju različite forme novinarskog izraza. Dubinskim istraživanjem teme i analitičkim pristupom, događaji i stanja u društvu prezentuju se na način blizak beletrističkim žanrovima. Ovaj pristup podjednako je kritikovan, koliko i hvaljen. Sa jedne strane, postoji rizik da se fičerizovanim pristupom ozbiljnim temama oduzima na značaju, dok se toplom ljudskom pričom podilazi niskim ukusima publike. Sa druge strane, gde kritičari vide problem, proponentni vide prednost fičera – približiti ljudima systemske društvene probleme, kroz forme koje su im bliske i koje pobuđuju emocije.

Rezultati analize šest medija, odnosno 11 televizijskih emisija, sa aspekta upotrebe različitih formi medijskog izražavanja su u velikoj meri bili očekivani (Grafikon 15). Najčešća forma u svim analiziranim medijima jesu informativni prilozi poput vesti i izveštaja (91%), zatim analitičke forme (8%), dok je u svega 1% priloga tema bila obrađena korišćenjem fičerizovanog pristupa, kroz formu toplih ljudskih priča i beletrističkih formi.



Grafikon 15 Odnos informativnih, analitičkih i fičerizovanih priloga

Kada je reč o analizi pojedinačnih medija, rezultati su slični za sve medije (Grafikon 16). Najveći je broj informativnih priloga u svim analiziranim medijima, analitičke forme bile su prisutne u svim medijima: Prva – 29, *Happy* – 25, RTS – 24, N1 – 15, Pink – 14 i Nova S – 12.

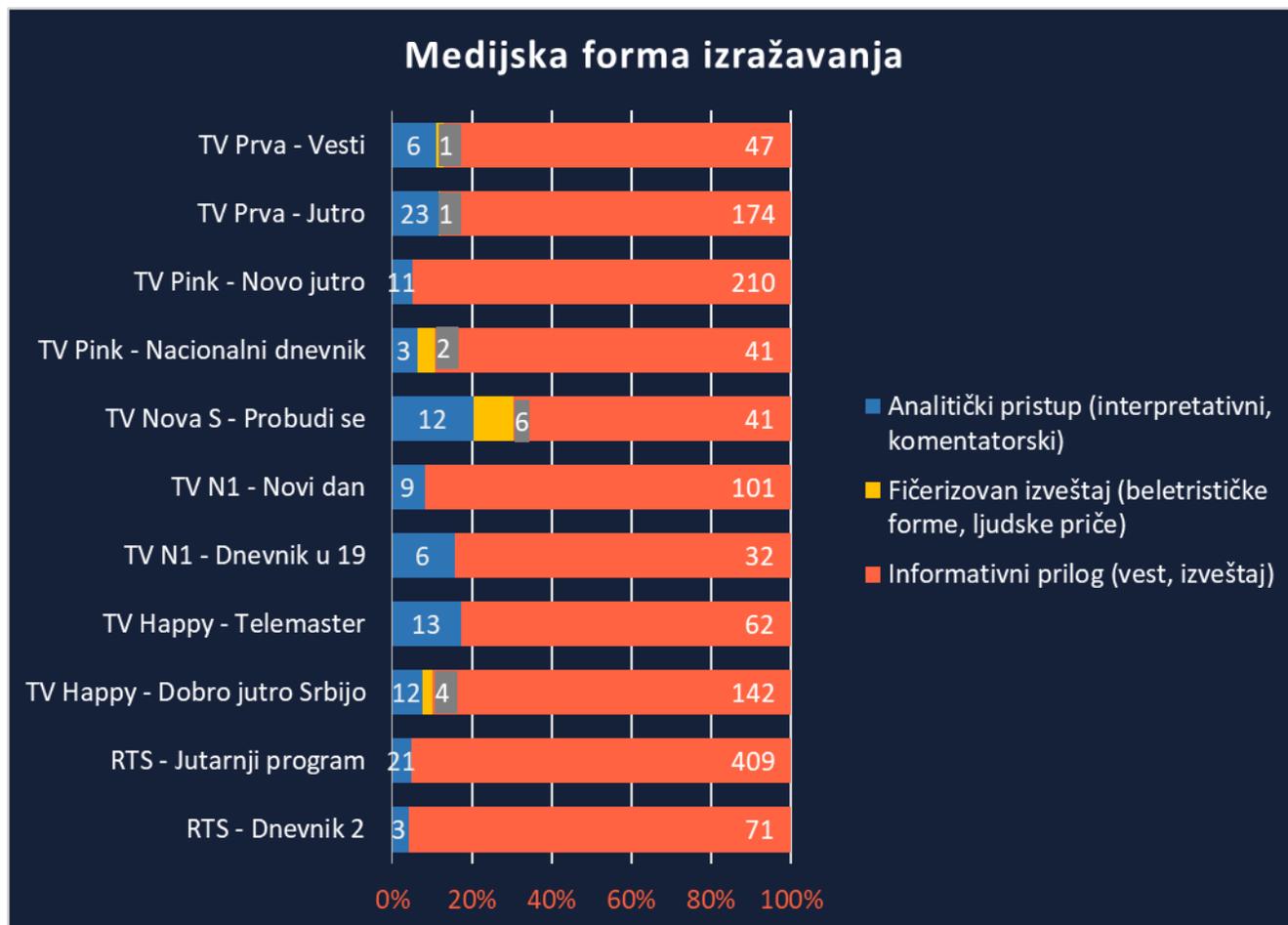


Grafikon 12 Komparativni prikaz medijskih formi izražavanja

Fičerizovano izveštavanje bilo je najmanje zastupljeno, gotovo zanemarljivo u svim medijima – Nova S – 6 priloga, *Happy* – 4 priloga, Pink i Prva po dva priloga sa fičerizovanom obradom teme, dok RTS i N1 nisu imale nijedno fičerizovano izveštavanje u periodu analize.

Jedan od primera fičerizovano obrađene teme emitovan je na televiziji Nova S u okviru jutarnje emisije – *Probudi se* (10. novembra). Reč je o apelu za pomoć u prikupljanju finasijskih sredstava za devojčicu koja boluje od retke bolesti. Ovakav tip informacija uglavnom se po pravilu oblikuje na način da privuče pažnju gledalaca i izazove emotivnu reakciju, kako bi pokrenuo javnost na akciju – učešće u prikupljanju sredstava. Emitovani prilog sadržao je uživo uključjenje reporterke iz doma porodice devojčice kojoj je potrebna pomoć i razgovor sa njenom majkom. Prilogom dominira životna priča devojčice, apel roditelja da se javnost uključi u akciju, a pokrivalice se sastoje i od privatnih video-snimaka devojčice i porodičnih fotografija. Jasno je da je za ovaj tip informacija najpogodniji način izveštavanja upravo fičerizovan.

Sličan primer objavljen je i na televiziji Prva u emisiji *Jutro* (21. decembra). Reč je, takođe, bila o akciji prikupljanja sredstava za obolelog glumca, a fokus priloga odnosio se na kolege glumce koji organizuju akcije kako bi pomogli svom kolegi i prijatelju. Glumac Milan Marić uključio se uživo u jutarnji program televizije Prva i upoznao javnost sa ovom temom, te istakao sve načine na koje javnost može da se pridruži akcijama koje organizuju glumci.



Grafikon 17 Forma izražavanja – komparativni prikaz po emisijama

Bilo je očekivano da će analitičke i fičerizovane forme biti zastupljenije u jutarnjim programima nasuprot centralnim informativnim emisijama, što je u većini analiziranih emisija bio slučaj (Grafikon 17). Najveće iznenađenje jeste potpuno odsustvo fičerizovanih formi na javnom servisu, odnosno u obe analizirane emisije, *Jutarnji program* i *Dnevnik 2*. Javni servis bi trebalo da bude stub celokupnog nacionalnog medijskog sistema, te da iz te pozicije informiše najširi krug građana. Sa svim svojim prednostima i (zakonskim) obavezama trebalo bi i da ponudi raznovrsnost u pogledu formi medijskog izražavanja. U periodu analize to nije bio slučaj. Osim potpunog odsustva

fičerizovanih izveštaja o zdravlju, i zastupljenost analitičkih formi nije bila zadovoljavajuća (ukupno 24), naročito u *Dnevniku 2* (svega tri priloga o zdravlju u analitičkoj formi). Od autora i novinara *Dnevnika 2* (RTS), kao centralne informativne emisija sa velikim rejtingom, očekuje se analitički pristup obradi tema, naročito kada su one od izuzetnog značaja, kakve su nesumnjivo teme iz oblasti javnog zdravlja.

Jedan od primera priloga u kom je primenjen analitički pristup pri obradi teme emitovan je na televiziji Prva u okviru emisije *Jutro* (16. oktobra). Tema priloga bila je u vezi sa korona virusom i vakcinacijom – *Zašto srednjoškolci ne žele da se vakcinišu?*. Izbor raznovrsnih sagovornika već govori u prilog analitičkom pristupu temi – učenik srednje škole, direktor Doma za srednjoškolce i pedijatar. Dakle, sve zainteresovane strane bile su zastupljene u ulozi sagovornika. Iznošenje argumenata i/ili stavova svih sagovornika, usmeravanje razgovora od strane novinara kroz pitanja i potpitanja, te oslanjanje i na zvanične podatke, prilogu daje na kvalitetu i rasvetljava temu iz različitih uglova.

Analitički pristup pri obradi tema o javnom zdravlju morao bi biti mnogo zastupljeniji, jer ova oblast, kompleksna po prirodi i sadržaju, često zahteva interpretativni pristup, jer informativnim formama, kojima se informacije samo prenose i saopštavaju, nije moguće približiti javnosti značaj tema o zdravlju.

Žanrovska analiza

Žanrovska analiza televizijskih priloga neophodna je za ovaj vid istraživanja, jer nam ukazuje na značaj koji se određenoj temi posredno dodeljuje. Na primer, ne pridaje se isti značaj temi koja je prezentovana u formi kratke pročitane vesti, televizijskog paketa ili kada za određenu temu novinar pozove gosta/goste u studio, uglavnom stručnjake iz određene oblasti, i sa njim/a detaljno analizira temu.

Teme iz oblasti javnog zdravlja su u analiziranim medijima najčešće bile prezentovane kroz žanr vest sa pokrivalicom (846), potom u formi pročitane vesti (159) (Grafikon 18). S obzirom na to da je oko 70% ukupnog broja priloga bilo u formi vesti – najjednostavnijeg informativnog žanra, ukazuje na to da se čak i onim temama o zdravlju, koje su bile zastupljene u periodu analize, nije

pristupalo kroz složene forme. Dalje, bilo je 81 priloga u formi izjave, koja takođe predstavlja jedan od jednostavnih novinarskih žanrova.



Grafikon 13 Zastupljenost žanrova

Od složenijih formi, koje zahtevaju veći angažman novinara, bili su zastupljeni televizijski paket (128) i gost u studiju (101).



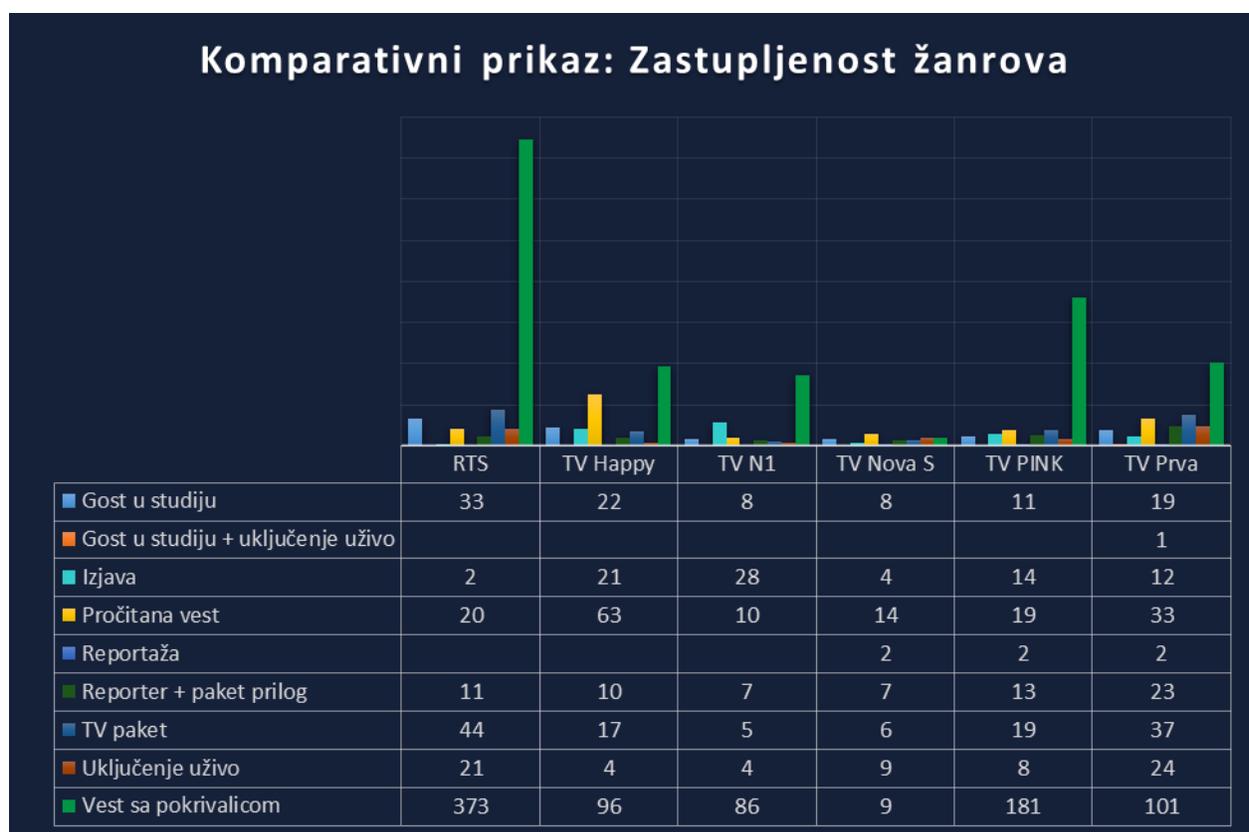
Slika 1 Printsčin. Happy Telemaster (2. novembar) – Gost u studiju

Dalje, među manje zastupljenim žanrovima bili su reporter + paket prilog (71), uključenje uživo (70), reportaža (6) i gost u studiju + uključenje uživo (1).



Slika 2 Pritskrin. Uživu uključnje: levo: Pink – Novo jutro (10. novembar) – desno: RTS – Jutarnji program (10. novembar)

Kada je reč o komparaciji zastupljenosti žanrova po medijima koji su bili predmet analize, u svim medijima je vest bila najzastupljeniji žanr, a ni odnos ostalih žanrova se nije značajno razlikovao (Grafikon 19).

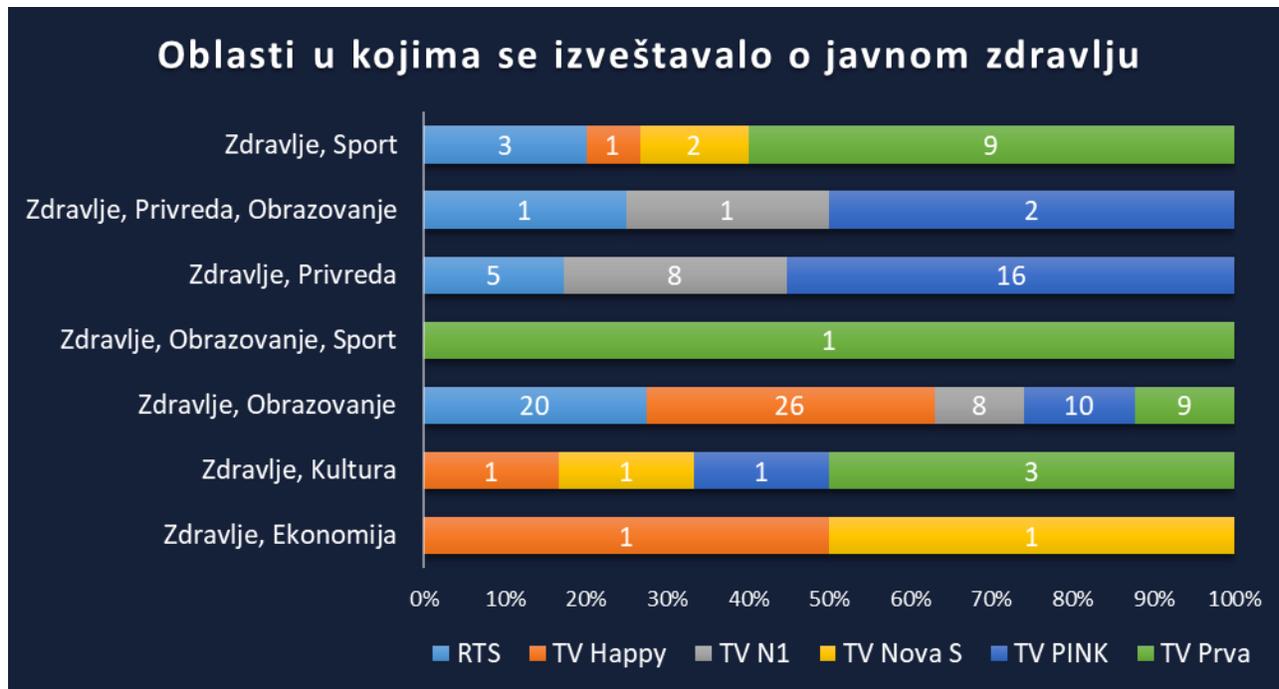


Grafikon 14 Zastupljenost žanrova u analiziranim medijima

Oblasti unutar kojih se izveštava o zdravlju

Javno zdravlje je tema koja može da ima uticaj na gotovo svaki društveni segment, odnosno oblast društvenog delanja, što je naročito potvrđeno u periodu pandemije. Na primer, uticaj korona virusa bio je vidljiv i u domenu ekonomije, privrede, obrazovanja, kulture, pa i sporta. I mimo pandemije, pitanje javnog zdravlja može uticati na različite oblasti, pa shodno tome o temama o javnom zdravlju može biti reči i u okviru, naizgled, nepovezanih rubrika/oblasti. Na primer, teme u vezi sa uticajem uslova rada u nekoj fabrici na zdravlje radnika (zdravlje – privreda); pitanje koje je posebno aktuelno poslednjih godina jeste uticaj zagađenja na zdravlje stanovništva (ekologija – privreda – ekonomija – zdravlje) i tako dalje.

Uticaj tema iz oblasti javnog zdravlja na druge oblasti naročito je postao vidljiv u doba pandemije korona virusa. Pandemija je uticala na sve oblasti društvenog delovanja, od privrede i ekonomije, do sporta i obrazovanja. S tim u vezi, rezultati istraživanja koji pokazuju da je tema zdravlja u pojedinim televizijskim priložima u sprezi sa drugim oblastima, nije neočekivana (Grafikon 20).

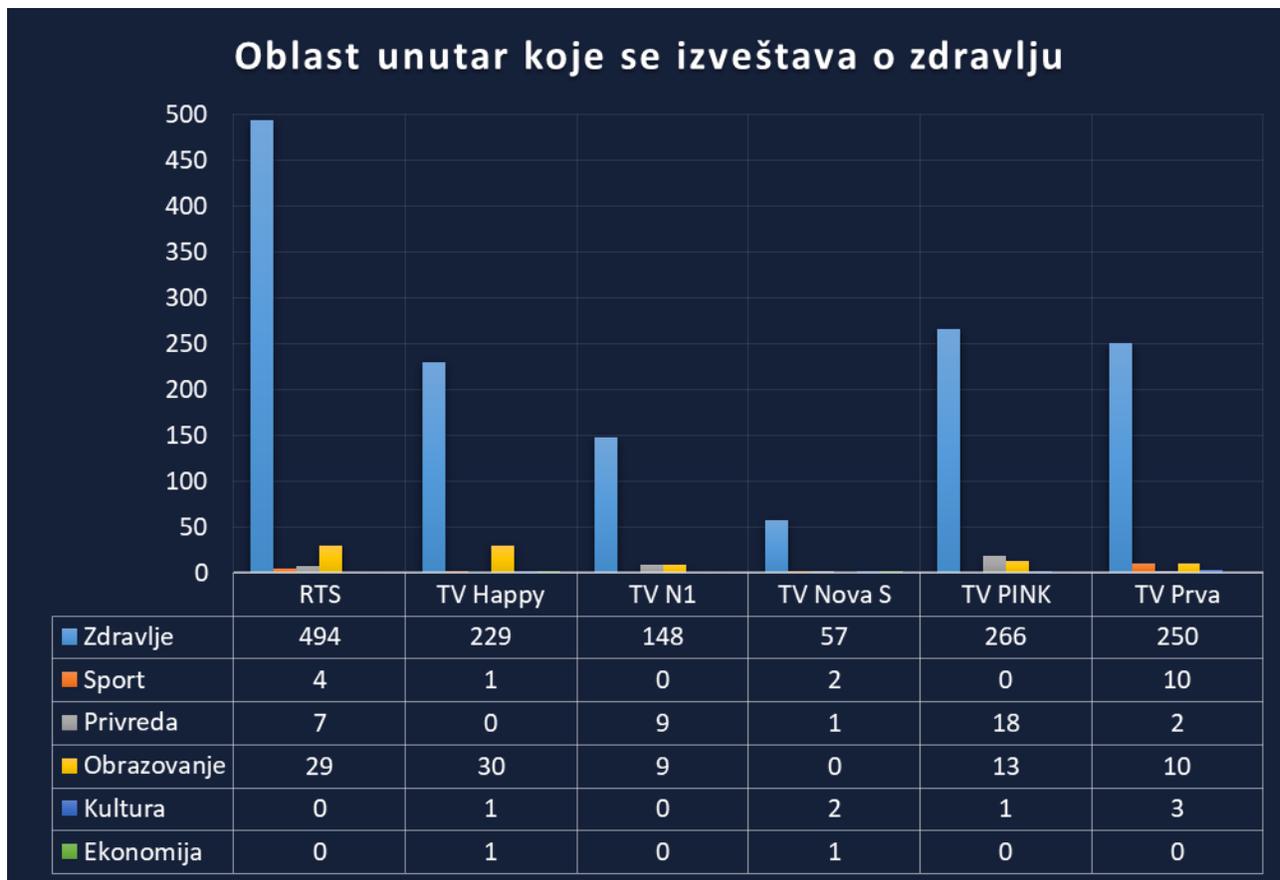


Grafikon 15 Udružene oblasti unutar kojih se izveštava o javnom zdravlju

Mnoštvo je primera u kojima su teme iz oblasti zdravlja obrađene u okviru više oblasti, neki od primera izdvojeni su u nastavku:

- RTS – *Jutarnji program* (14. septembar): Tema o kovid propusnicama i posledicama koje njihovo uvođenje može da ima na pojedine grane privrede ili oblasti (sportske manifestacije, kulturno-umetničke programe i slično) obrađena je u okviru oblasti zdravlje/privreda.
- Televizija *Happy – Dobro jutro Srbijo* (14. septembar): Uz dnevni izveštaj o broju novozaraženih od korona virusa novinarka izveštava i o posledicama koje skok broja obolelih ima na rad škola – prelazak na onlajn nastavu u pojedinim školama u Srbiji. Ova tema je, dakle, spojila dve oblasti zdravlje i obrazovanje.
- Televizija Nova S – *Probudi se* (8. oktobar): Reporter se uključuje uživo iz kafića u kom je vlasnik smislio zanimljiv način da privuče goste – uz potvrdu o vakcinaciji gosti kafića dobijaju besplatnu kafu. Ovaj prilog objedinio je, takođe, više oblasti – zdravlje sa privredom/ekonomijom.

Da bismo dobili precizniji pregled pojedinačnih oblasti unutar kojih je bilo izveštavano o temama o javnom zdravlju, kao i mogućnost njihove komparacije, oblasti su izdvojene pojedinačno (Grafikon 21). Mimo zdravlja (1444), oblast unutar koje je najčešće bilo izveštavano o temama o zdravlju jeste obrazovanje (91).



Grafikon 16 Pojedinačne oblasti – komparativni prikaz

U 37 priloga teme o javnom zdravlju su prezentovane u okviru oblasti – privreda, u 17 priloga bilo je reči o zdravlju u okviru oblasti “sport”, u oblasti kulture bilo je 7 priloga o zdravlju, i dva u oblasti ekonomije.

Povod izveštavanja

Mediji, odnosno novinari, izveštavaju o različitim događajima za koje procene da su od javnog interesa. Međutim, povod za medijsko izveštavanje može biti različit, a uglavnom se prepoznaju tri osnovne kategorije:

- 1) *Aktuelni ili budući događaj*. Imperativ u novinarstvu jeste aktuelnost. Odnosno, izvestiti o događaju koji se trenutno dešava, o aktuelnim zbivanjima i stanjima u društvu. Stoga, mediji najčešće izveštavaju o dnevno-aktuelnim događajima, mada bi trebalo imati u vidu da pojedini događaji mogu biti aktuelni i nekoliko dana, nedelja, pa i godina (na primer, pandemija korona virusa). Takođe, najave budućih događaja od značaja za javnost su nezaobilazna tema u medijima, odnosno povod za medijsko izveštavanje.
- 2) *Pseudo događaj*. Pored događaja koji su se desili ili će se desiti (najava događaja), postoje i događaji koji su iscenirani, odnosno unapred isplanirani sa ciljem da privuku medijsku pažnju i dobiju na publicitetu. Tipičan primer takvog pseudo događaja jesu konferencije za novinare, koje sazivaju lica kojima je u interesu da njihove izjave, ideje, planovi ili analize, budu medijski eksponirani i tako dospeju do šire javnosti. Svakako da teme konferencija mogu biti aktuelne, i uglavnom jesu, a većina njihovih tema jeste u interesu javnosti. Sintagma *pseudo događaj* odnosi se na isplaniranu aktivnost sa ciljem privlačenja pažnje javnosti. Međutim, pored konferencija, u pseudo događaje, događaje koji se sami nameću kao tema, mogu se uvrstiti i pojedine izjave bez posebnog povoda u kojima se iznose informacije koje nisu aktuelne ili od velikog značaja za javnost, te generalno prenošenje informacija (često iz drugih medija) kako bi se upotpunio medijski prostor.
- 3) *Medijska inicijativa*. Teme koje nameću mediji, odnosno podstiču njihovu aktuelizaciju prepoznajemo kao medijsku inicijativu. Motivi medija, odnosno novinara, da podstaknu izveštavanje o određenoj temi mogu biti različiti, na primer, mogu biti u službi promocije određenih aktera ili tema, ali mogu da budu i u službi javnosti, onda kada novinari pokreću teme koje su u interesu javnosti, ali akteri pokušavaju da ih sakriju.

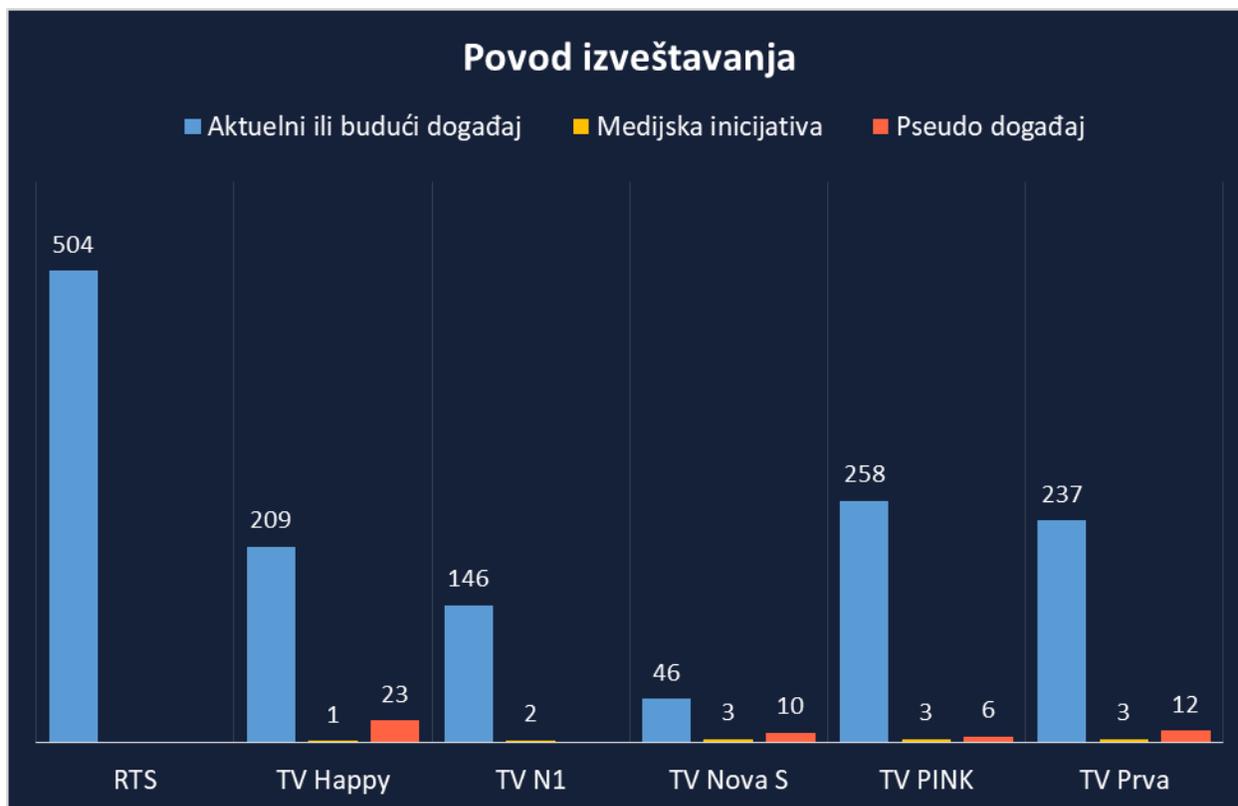
U periodu analize, povod za najveći broj priloga bili su aktuelni događaji ili najave budućih događaja (Grafikon 22).



Grafikon 17 Povod izveštavanja

Čak 1400 priloga bilo je emitovano povodom aktuelnih događaja ili najava budućih događaja. Sa druge strane, 51 prilog odnosio se na neki tip pseudo događaja, dok je svega 12 priloga za povod imalo medijsku inicijativu. S obzirom na tip emisija koje su bile analizirane, ovakvi rezultati bili su uglavnom očekivani.

Kada je reč o rezultatima analize pojedinačnih medija (Grafikon 23), samo emisije emitovane na RTS-u nisu imale priloge čiji je povod bila medijska inicijativa ili pseudo događaj; televizija *Happy* je emitovala najviše priloga čiji je povod bio pseudo događaj, ukupno 23, dok je medijska inicijativa kao povod bila zastupljena u po tri priloga na televiziji Prva, Pink i Nova S, u dva na televiziji N1 i u jednom prilogu na televiziji *Happy*.



Grafikon 18 Povod izveštavanja – komparativni prikaz

Način plasiranja informacija: od iznošenja zvaničnih informacija do politizacije

Određenje i klasifikacija načina plasiranja informacija o javnom zdravlju u analiziranim televizijskim priložima značajna je, jer nam pruža uvid u, između ostalog, kvalitet priloga i ozbiljnost novinarskog pristupa obradi određene teme. Za potrebe ovog istraživanja definisane su kategorije načina plasiranja informacija, odnosno, određeno je da li **u prilogu dominira**:

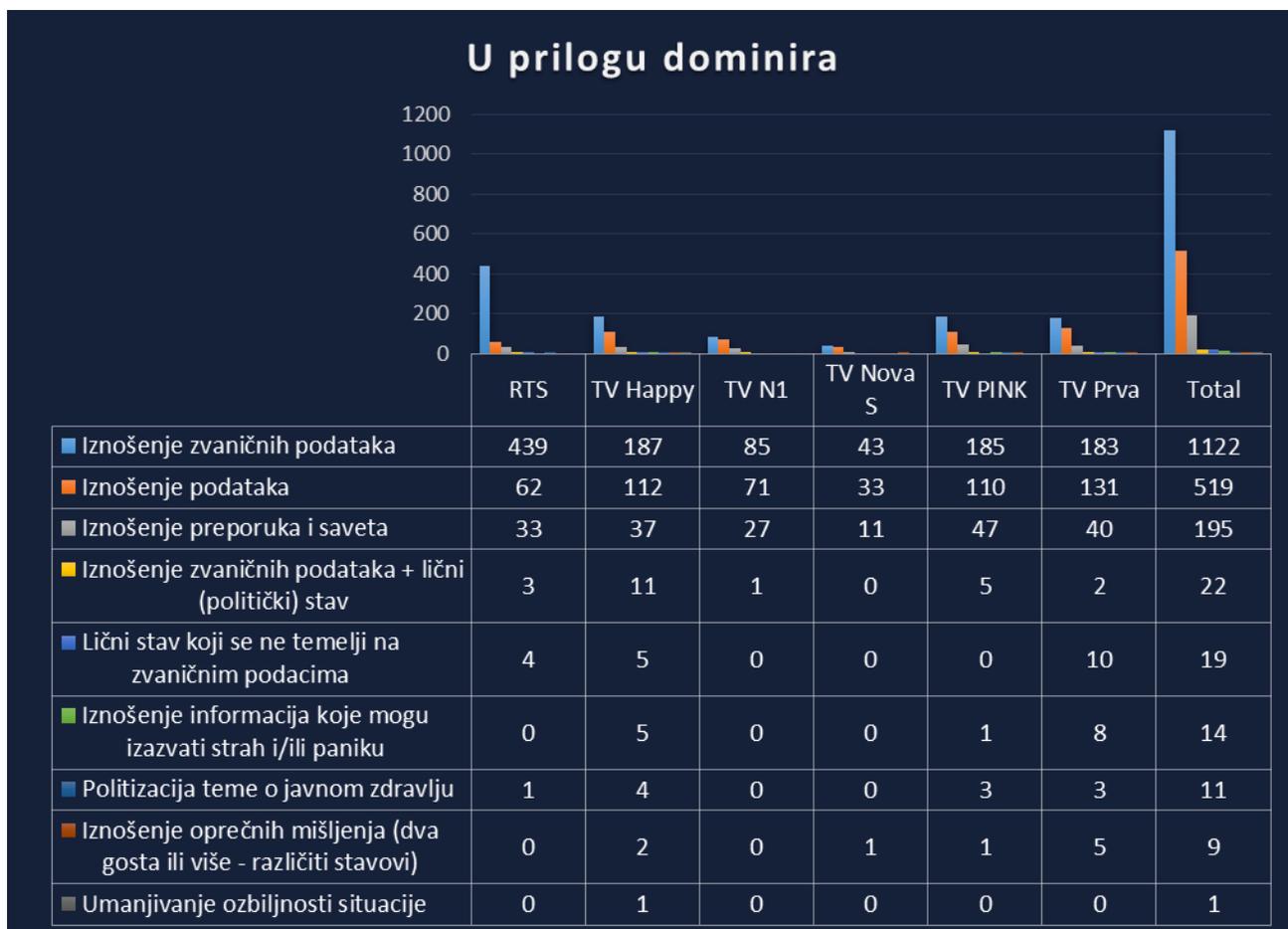
- *iznošenje zvaničnih podataka* – kada gost i/ili novinar saopštavaju zvanične podatke o javnom zdravlju, čiji su izvor zvanične institucije.
- *iznošenje podataka* – kada gost i/ili iznose podatke o javnom zdravlju, ali nije eksplicitno naglašen zvanični izvor informacija.
- *iznošenje preporuka i saveta* – kada gost govori o preporukama i/ili savetuje gledaoce kako da se odnose prema određenim bolestima ili medicinskim stanjima.
- *iznošenje zvaničnih podataka + lični (politički) stav* – kada pored zvaničnih podataka gost iznosi i svoj lični i/ili politički stav, ili kada koristi zvanične podatke samo kao uvod u ličnu interpretaciju teme o javnom zdravlju.

- *lični stav koji se ne temelji na zvaničnim podacima* – kada gost iznosi lični stav o temama iz oblasti javnog zdravlja, ali ih ne temelji na zvaničnim podacima.
- *iznošenje informacija koje mogu izazvati strah i/ili paniku* – kada gost i/ili novinar saopštavaju informacije o javnom zdravlju koje mogu izazvati strah i/ili paniku.
- *politizacija teme o javnom zdravlju* – kada gost i/ili novinar koriste temu o javnom zdravlju u političke svrhe.
- *umanjivanje ozbiljnosti situacije* – kada gost i/ili novinar govore o temi iz oblasti javnog zdravlja na način kojim se umanjuje značaj ili ozbiljnost situacije.
- *iznošenje oprečnih mišljenja (dva gosta ili više – različiti stavovi)* – kada više sagovornika u okviru jednog priloga iznose različita mišljenja o temi iz oblasti javnog zdravlja.

Identifikovanjem načina interpretacije informacija koji u prilogu dominira, možemo posredno da zaključimo i kakav je opšti odnos prema temama iz oblasti javnog zdravlja. Na primer, dominantnost informacija koje se baziraju samo na iznošenju (zvaničnih) podataka, bez dodatnih interpretacija, govori u prilog tome da se o ovim temama izveštava kroz informativne žanrove, iznošenjem fakata bez šireg konteksta, analize i/ili kritike. Svakako da teme koje se tiču zdravlja ponekad iziskuju svakodnevno puko prenošenje informacija, kakav je, na primer, slučaj sa dnevnim izveštavanjem o broju obolelih i preminulih od posledica zaražavanja korona virusom. Međutim, često je neophodno da se o kompleksnim temama, kakve nesumnjivo jesu teme iz oblasti javnog zdravlja, pristupi analitički, pa da se shodno tome konsultuju izvori koji će informaciji dati kontekst, dublju analizu, traganje za uzrocima, predviđanje posledica ili razrešenja date situacije i slično.

Prema rezultatima naše analize (Grafikon 24), u najvećem broju priloga dominiralo je iznošenje zvaničnih podataka (1122), a zatim iznošenje podataka (519), što je oko 85% od ukupnog broja.

Iznošenje preporuka i saveta bilo je dominantno u 195 priloga, iznošenje zvaničnih podataka + ličnog (političkog) stava u 22 priloga, u 19 priloga dominiralo je iznošenje ličnog stava koji se ne temelji na zvaničnim podacima, a u 14 priloga iznošenje informacija koje mogu izazvati strah i/ili paniku. Politizacija informacija o javnom zdravlju bila je prisutna u 11 priloga, dok su u samo 9 priloga gledaoci mogli da čuju oprečna mišljenja, a u jednom prilogu je bilo dominantno umanjivanje ozbiljnosti situacije.



Grafikon 19 Način plasiranja informacija – od iznošenja zvaničnih informacija do politizacije

Usled okolnosti u kojima je analiza realizovana – pandemija korona virusa – izveštaji o bilansu obolelih i preminulih od posledica virusa svakodnevnica su od marta 2020. godine. Shodno tome, bilo je očekivano da će rezultati pokazati da su najzastupljeniji prilozi oni u kojima je iznošenje (zvaničnih) podataka dominantno.

Najčešći primeri takve vrste izveštavanja, odnosno iznošenje zvaničnih podataka, vidljivi su u dnevnim izveštajima o bilansu u vezi sa korona virusom:



Slika 3 Pprintskrin. Levo: N1, desno: Pink. Dnevno izveštavanje o korona virusu

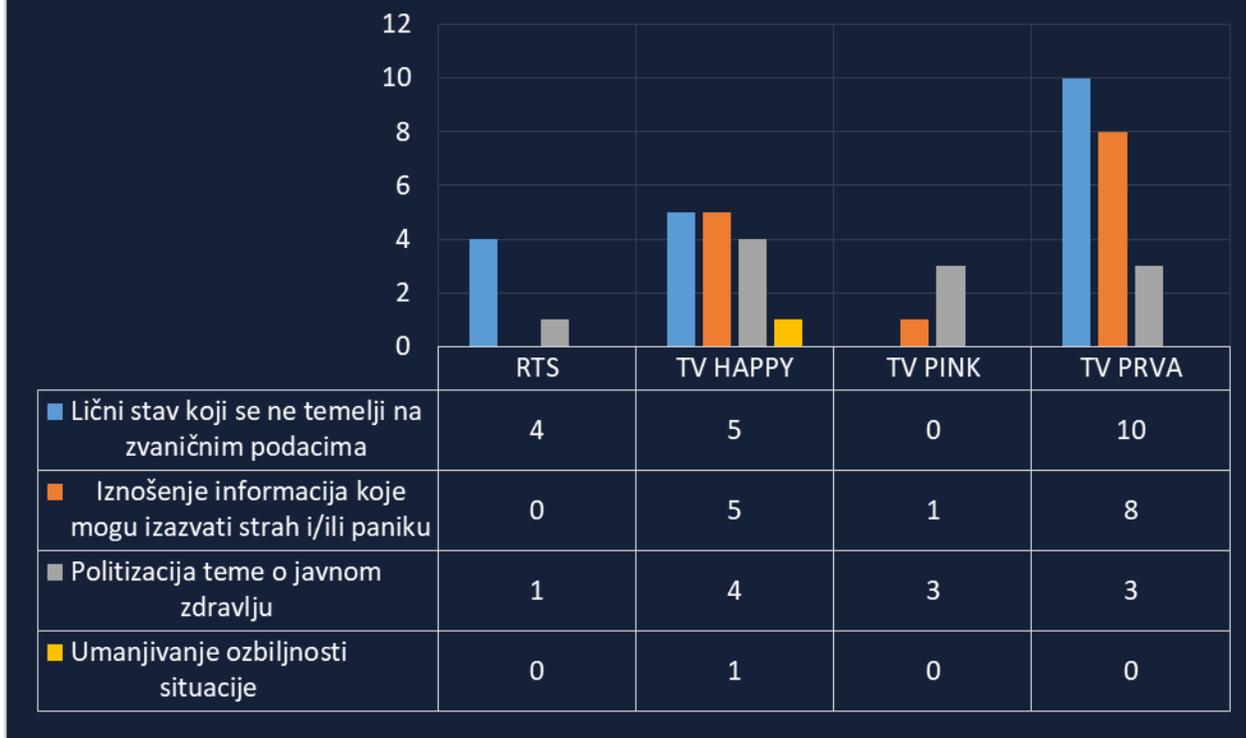
Izveštavanje o kriznim situacijama, kakva je i pandemija, često dovodi do interpretacija informacija koje možemo nazvati negativnim iz više aspekata. Na primer, iznošenje ličnog stava koji se ne bazira na zvaničnim podacima ili informacijama u osetljivom trenutku, kakav je trenutni, može imati nesagledive posledice po javno zdravlje. Setimo se globalno poznatog primera kada je, sada već bivši, predsednik Amerike, Donald Tramp, izjavio da bi ubrizgavanje sredstva za dezinfekciju moglo da ubije korona virus⁸.

Takođe, informacije kojima se podstiču strah ili panika među stanovništvom, te informacije kojima se teme iz oblasti javnog zdravlja politizuju, negativni su primeri načina prezentacija informacija o temi koja je bila predmet analize. Međutim, trebalo bi istaći da su takvi negativni trendovi bili manje prisutni nego što je to bilo očekivano. U svega 45 priloga, u svim analiziranim medijima, bilo je priloga u kojima su dominirale interpretacije informacija, koje prepoznamo kao negativnu interpretaciju (Grafikon 25).

Najviše takvih priloga bilo je emitovano u analiziranim emisijama na televiziji Prva – ukupno 21, zatim na televiziji *Happy* – ukupno 15; iznenađujuće je da je i na javnom servisu bilo negativnih primera prezentacije informacija (5), dok su na televiziji Pink bila četiri takva priloga. U analiziranim emisijama na televizijama N1 i Nova S, nije bilo primera priloga u kojima dominiraju negativni aspekti plasiranja informacija.

⁸Detaljnije o ovom slučaju: <https://www.danas.rs/svet/medicinari-sokirani-trampovim-predlogom-za-lecenje-sredstvima-za-dezinfekciju/> pristupljeno: 14. 02. 2022. godine.

U prilogu dominira: negativni aspekti



Grafikon 20 Načini plasiranja informacija – negativni aspekti

Kao primer priloga u kom se iznose lični stavovi koji se ne temelje na zvaničnim podacima, možemo da analiziramo prilog emitovan na televiziji *Happy* u okviru emisije *Dobro jutro Srbijo* (14. septembra). Naime, u prilogu su tri sagovornika: novinar *Objektiva*, predstavnik centra za globalizaciju i predsednik Matice Albanaca u Srbiji, a između ostalog, sagovornici govore o korona virusu. Jasno je da nijedan od sagovornika nije stručnjak ni iz jedne grane javnog zdravlja, ali iznose stavove o virusu i vakcini. Na konstataciju novinarke da su svi u studiju vakcinisani, pa ne moraju da nose maske, predsednik Matice Albanaca govori: „Sada je već očigledno da vakcine pomažu. Vidimo i kod Marića [jedan od voditelja, koji je u tom trenutku u izolaciji zbog infekcije korona virusom] jeste dobio, ali lakše“. Novinar *Objektiva* se poziva na tekst objavljen u njihovim novinama i konstatuje: „Ali ni to nije rešenje. Mi danas u *Objektivu* imamo priču da imamo slučajeve u Beogradu ljudi koji su primili treću dozu vakcine, pa su se ipak zarazili“. Novinar nastavlja da iznosi različite informacije o korona virusu, većinu njih ne potkrepljuje zvaničnim podacima, već daje sebi za pravo da komentariše efikasnost vakcine i predviđa tok pandemije. Ovakvi primeri mogu u

kriznim periodima, kakav je i pandemija, naročito s obzirom na jaku podelu među stanovništvom koja počiva na stavu o vakcinaciji, da izazovu negativne posledice.

Televizija Prva je u emisiji *Jutro* (10. oktobra) izvestila javnost da je muškarac preminuo na putu do kovid ambulante. Bez dodatne intepretacije događaja, samo uz saopštenu informaciju u formi pročitane vesti sa pokrivalicom, ovakav način izveštavanja može da izazove strah kod gledalaca koji se možda u tom trenutku suočavaju sa ovim oboljenjem, ili pak kod ljudi koji generalno strahuju od zaraze. Bolji način izveštavanja o ovakvim događajima jeste pružanje šireg konteksta – koji su uzroci smrti, da li je pacijent bolovao od neke pridružene bolesti, da li se kasno javio lekaru i slično.

Pandemija korona virusa, kao jedan vid krizne situacije, pogodan je i za politizaciju. Jedan takav primer pronalazimo u prilogu objavljenom u *Dnevniku 2* javnog servisa (30. septembra). Reč je o temi iz regiona, iz Republike Srpske, i „aferi kiseonik“, kako je novinarka u televizijskom prilogu naziva. Ukratko prilog izgleda kao medijski rat između dvojice političara predsednika Vlade Republike Srpske i gradonačelnika Banjaluke. Gradonačelnik je izneo optužbe da je kiseonik koji se koristi u kovid bolnicama industrijski, te da nije zadovoljavajućeg kvaliteta, dok predsednik Vlade RS to negira i preti tužbom. Ovakav vid politizacije teme iz oblasti javnog zdravlja može imati dalekosežne posledice po zdravlje ljudi i poverenje u zdravstveni sistem.

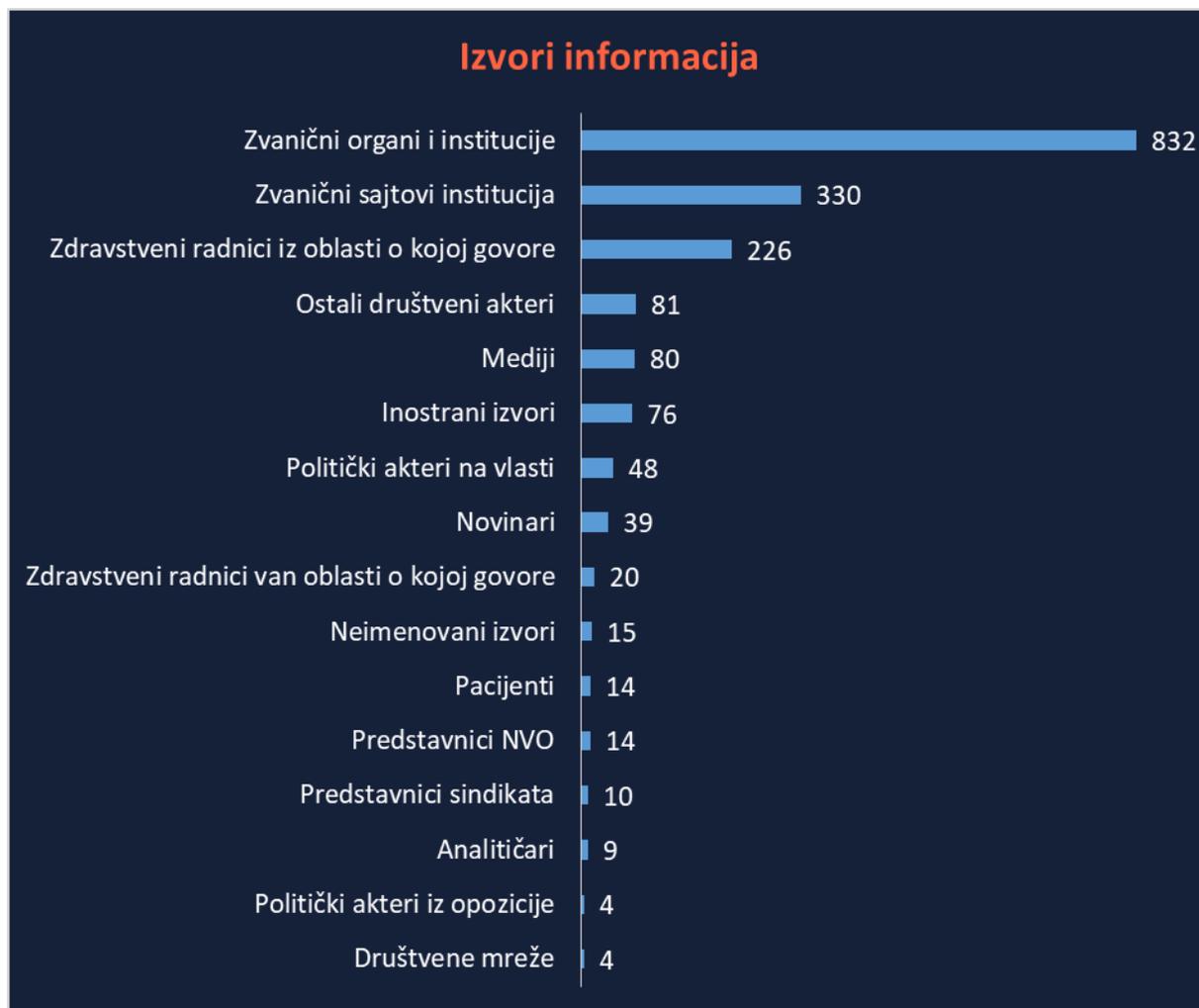
Ko su izvori informacija u temama iz oblasti javnog zdravlja?

Jedan od najznačajnijih elemenata u novinarskim priložima jesu izvori informacija. Izvori informacija se najopštije mogu podeliti na žive izvore i materijalizovane izvore informacija. U žive izvore ubrajaju se ljudi kao izvori informacija. Na primer, to mogu biti obični ljudi u ulozi aktera nekog događaja, ili stručnjaci iz neke oblasti, ili nosioci javnih funkcija ili poznate ličnosti. Tip živih izvora koji će biti korišćen u određenom prilogu zavisi primarno od teme priloga. Pod materijalizovanim izvorima u ovoj analizi podrazumevamo podatke koji dolaze iz različitih tipova institucija, dokumenata, zakona, ili, na primer, sa zvaničnih sajtova insitucija i slično.

U skladu sa temom istraživanja i jednim od postavljenih specifičnih ciljeva – *utvrditi ko su najčešći sagovornici na teme iz oblasti javnog zdravlja*, izvori informacija koji su korišćeni u priložima analiziranih televizijskih priloga klasifikovani su na sledeći način:

- zvanični organi i institucije,
- zvanični sajtova institucija (npr. covid19.rs),
- zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore,
- ostali društveni akteri,
- mediji,
- inostrani izvori,
- politički akteri na vlasti,
- novinari,
- zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore,
- neimenovani izvori,
- pacijenti,
- predstavnici nevladinih organizacija,
- predstavnici sindikata,
- analitičari,
- politički akteri iz opozicije,
- društvene mreže.

I u ovom delu analize, dobijeni rezultati su najvećim delom posledica dominantnog broja priloga u vezi sa korona virusom. Shodno tome, zvanični organi i institucije bili su najčešće korišćen izvor informacija, čak 832 puta (Grafikon 26). Takođe, zvanični sajtovi institucija (npr. Covid19.rs), drugi su na listi najčešće korišćenih izvora – 330 puta. Zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore, bili su izvor informacija 226 puta, ostali društveni akteri – 81, mediji za jedan manje (80), a inostrani izvori 76 puta. Politički akteri na vlasti, kao specifična kategorija izvora u oblasti javnog zdravlja, bili su izvori informacija čak 48 puta, za razliku od političkih aktera iz opozicije, koji su o ovoj temi govorili svega četiri puta. Ostali izvori informacija bili su: novinari (39), zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore (20), neimenovani izvori (15), pacijenti i predstavnici nevladinih organizacija po 14 puta, zatim predstavnici sindikata (10), analitičari (9) i društvene mreže (4).

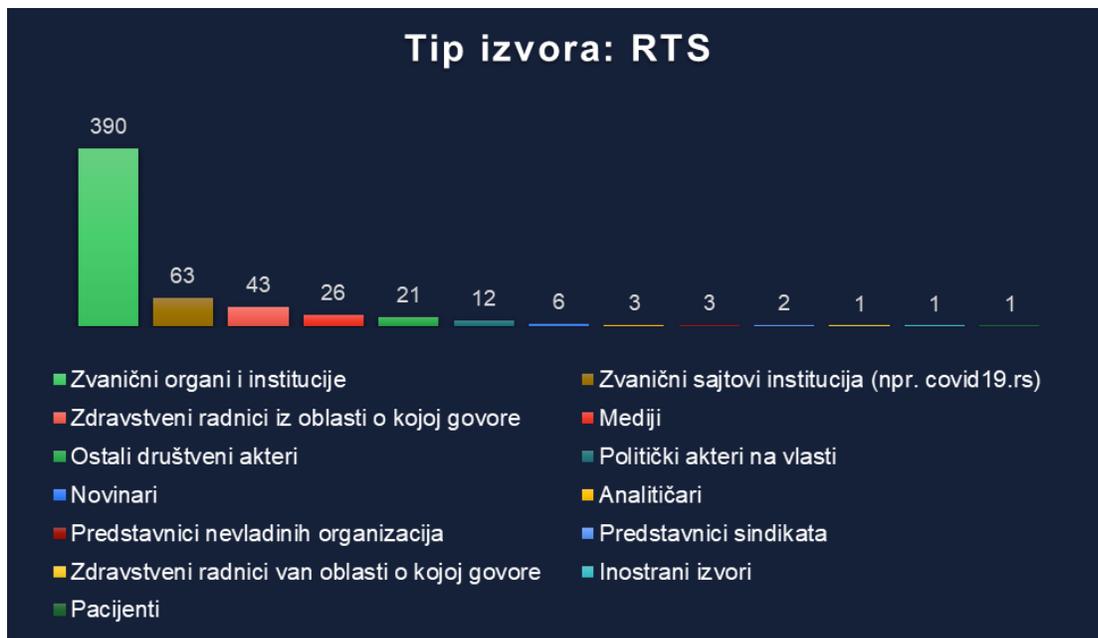


Grafikon 21 Izvori informacija – ukupno

Predstavnici sindikata zdravstvenih radnika značajan su i ne tako često korišćen izvor informacija. Onda kada se predstavnici sindikata nađu u medijima jasno je da je reč o kritici rada sistema kom pripadaju, pa je pružanje mogućnosti da se javno oglase gotovo uvek od velikog značaja, ne samo za pripadnike njihove profesije već i za celo stanovništvo. Takav je slučaj u prilogu emitovanom na televiziji N1 u okviru emisije *Novi dan* (8. oktobra). Naime, predstavnici udruženja Ujedinjeni protiv kovida pozvali su članove Kriznog štaba da podnesu ostavke u tom telu, iskazujući nezadovoljstvo njihovim radom koji je, kako navode, doveo do povećanja broja umrlih, što je direktna posledica političkih odluka koje su nadglasale medicinske. Ovakvi prilozi, kojima se prostor u medijima daje profesionalnim udruženjima i/ili sindikatima veoma je značajno, posebno u vremenu zdravstvene krize.

Društvene mreže su poslednjih godina postale legitimni izvor informacija. Jedan od primera korišćenja društvenih mreža kao izvor, ali i priloga koji se dominantno odnosi na društvene mreže i pitanja o zdravlju emitovan je na televiziji Prva u emisiji *Jutro* (30. septembra). U formi vesti sa pokrivalicom, spiker je pročitao vest o tome da je Jutjub zvanično objavio da će blokirati sve antivakcerske objave, kao i kanale influensera koji promovišu antivakcerske stavove, ne samo u vezi sa vakcinom protiv korona virusa, već i u vezi sa vakcinama namenjenim za druge bolesti, poput boginja. Ovaj prilog može biti višestruko interpretiran. Pored već istaknutog sve većeg značaja društvenih mreža kao izvora informacija u medijima, društvene mreže možemo da posmatramo i kao samostalne aktere za diseminaciju informacija.

S obzirom da je komparativna analiza jedna od korišćenih metoda u ovom istraživanju, značajno je istaći i razlike u korišćenju različitihih tipova izvora informacija po analiziranom mediju (Grafikoni 27, 28, 29, 30, 31 i 32). U analiziranim emisijama javnog servisa, najveći broj izvora informacija činili su zvanični organi i institucije (390), zvanični sajtovi insitucija (63), zatim zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore (43) i tako redom (Grafikon 27). Zanimljivo je da su o temama iz oblasti javnog zdravlja na RTS-u politički akteri sa vlasti govorili 12 puta, dok izvora iz opozicije u periodu analize nije bilo. Takođe, zanimljivo je i to da su pacijenti (kao predstavnici običnih ljudi) bili izvor samo jednom, što potvrđuje i ostale rezultate koji govore u prilog više informativnom, moglo bi se reći administrativnom pristupu u obradi tema iz oblasti javnog zdravlja. Takođe, predstavnici sindikata su samo dva puta dobili prostor na javnom servisu, što je u saglasnosti i sa rezultatim istraživanja koja pokazuju da teme iz oblasti zdravstvene politike, iako danas značajnije nego ikada ranije, ne dobijaju dovoljno medijskog prostora, čak ni na javnom servisu.



Grafikon 27 RTS: Tip izvora informacija

Kada je reč o televiziji *Happy* (Grafikon 28), takođe je najviše izvora bilo zvaničnog tipa – institucije (109) i sajtovi insitucija (76). Zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore treći su na listi (43). Bilo je i političkih aktera sa vlasti u ulozi izvora informacija (8 puta), ali i jednom su se političari iz opozicije našli u ulozi izvora, dok pacijenti nisu nijednom bili izvor informacija, kao ni predstavnici sindikata.



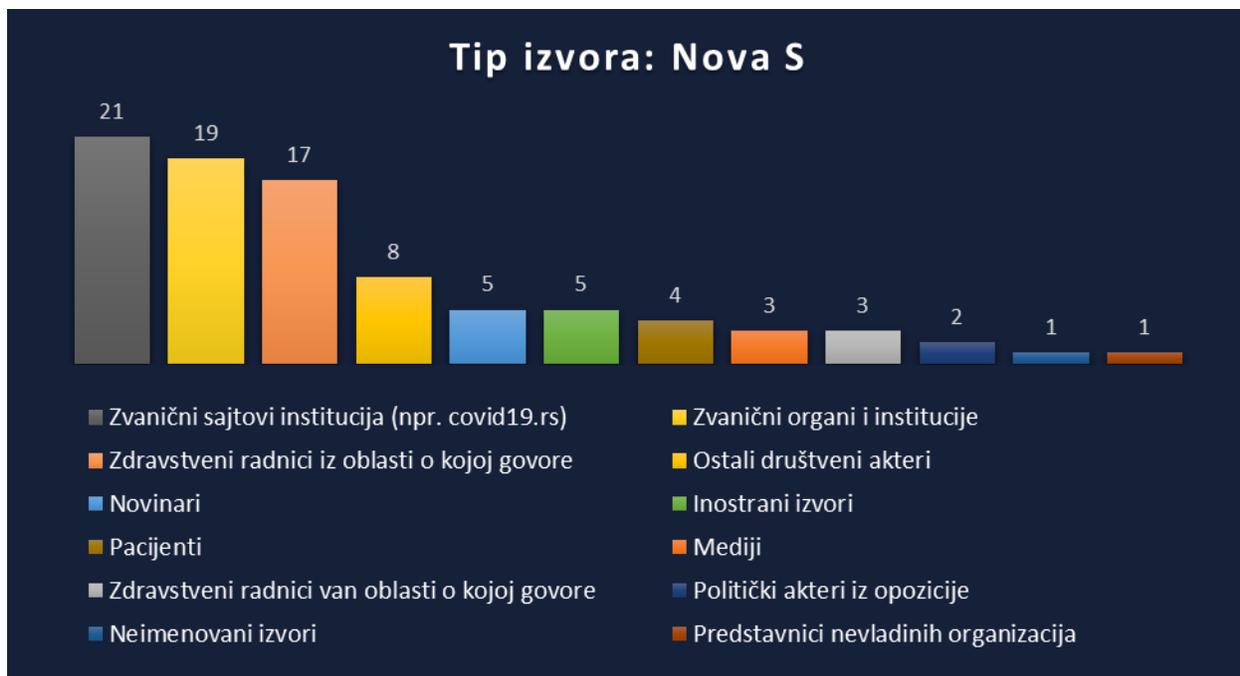
Grafikon 28 TV Happy: Tip izvora informacija

U analiziranim emisijama televizije N1, takođe je najviše izvora bilo iz zvaničnih organa i institucija (55) i sa zvaničnih sajtova institucija (43) (Grafikon 29). U ulozi izvora informacija nisu se ni na televiziji N1 našli pacijenti, ni političari iz opozicije, dok su političari sa vlasti bili izvori devet puta, ali su se i predstavnici sindikata osam puta našli u ulozi izvora informacija, što je ujedno i najveći broj u poređenju sa drugim televizijama (osim dva puta na RTS-u i osam na televiziji N1, predstavnici sindikata ni na jednoj drugoj televiziji nisu dobili prostor).



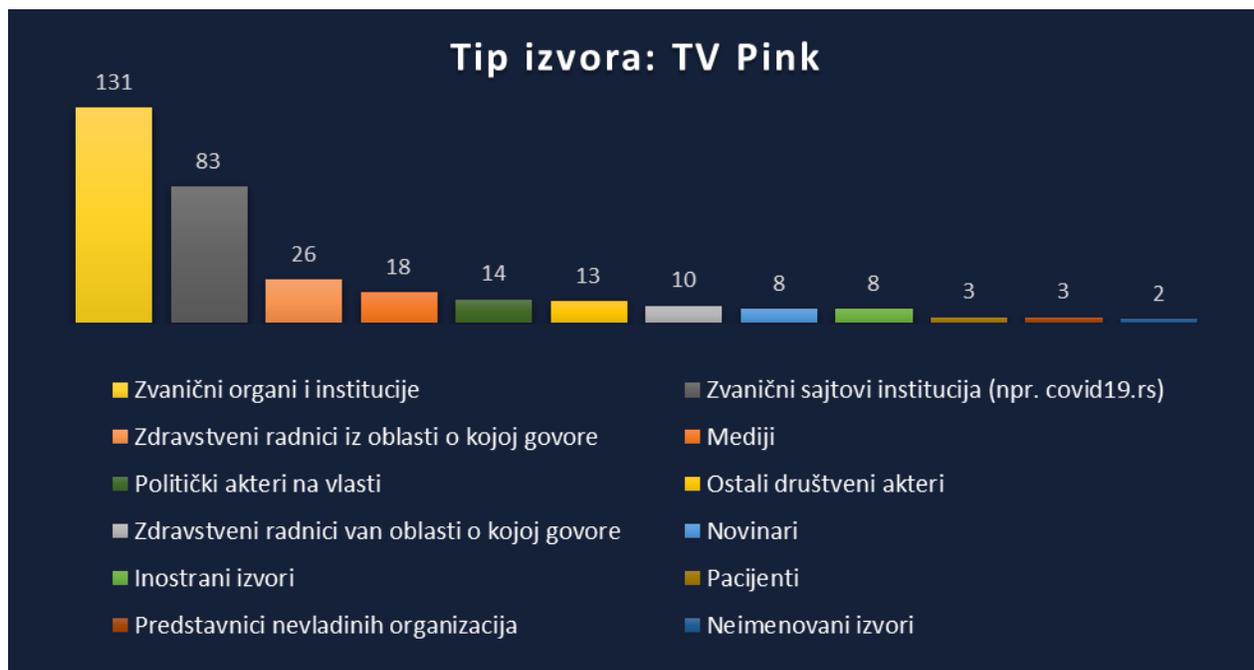
Grafikon 29 N1: Tip izvora informacija

Na televiziji Nova S (Grafikon 30), za razliku od ostalih analiziranih televizija, najveći broj izvora bio je iz redova zvaničnih sajtova institucija (21), potom iz zvaničnih organa i institucija (19). Pacijenti su bili izvor četiri puta, dok političari na vlasti nisu nijednom bili izvor informacija. Političari iz opozicije našli su se u ulozi izvora informacija dva puta, dok predstavnika sindikata nije bilo.



Grafikon 30 Nova S: Tip izvora informacija

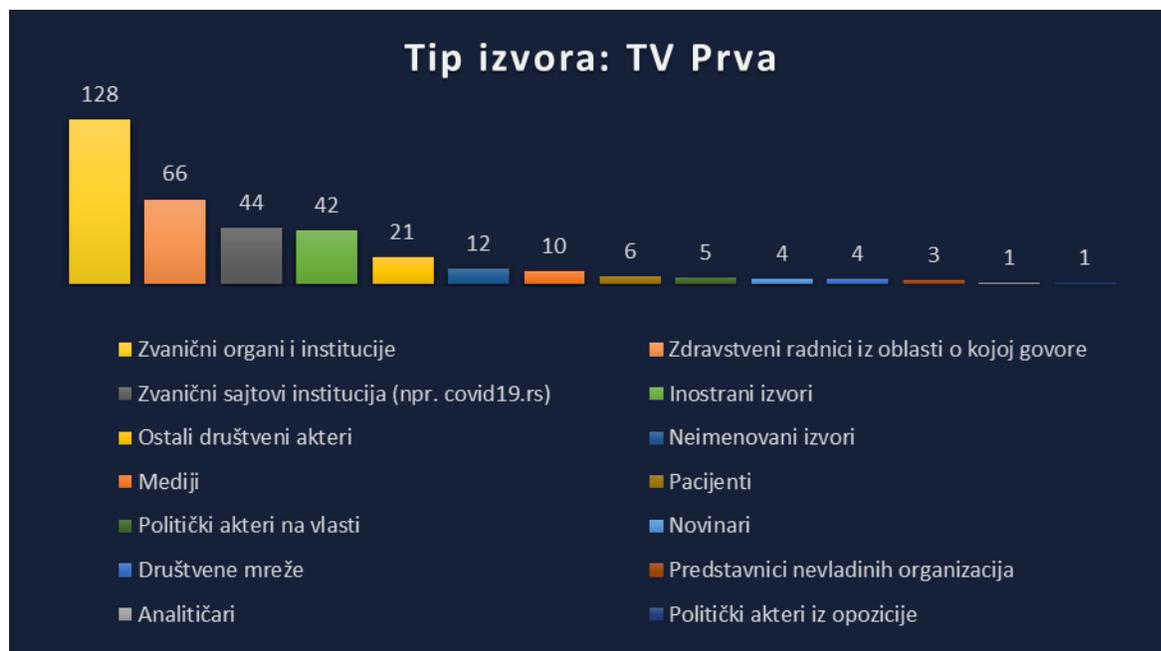
U analiziranim emisijama televizije Pink, osim zvaničnih izvora, koji su bili daleko dominantniji od svih ostalih (Grafikon 31), politički akteri na vlasti bili su u ulozi izvora 14 puta, dok izvora informacija iz opozicije nije bilo. Nije bilo ni predstavnika sindikata, dok su pacijenti bili izvor informacija tri puta.



Grafikon 31 Pink: Tip izvora informacija

Za razliku od ostalih analiziranih televizija, pored zvaničnih organa i institucija, koji su bili dominantan izvor informacija na televiziji Prva (128 puta), drugi tip izvora jesu zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore, 66 puta, dok su na trećem mestu sajtovi zvaničnih insitucija (44).

Ni na televiziji Prva predstavnici sindikata nisu dobili medijski prostor, dok su političari sa vlasti bili u ulozi izvora pet puta, a političari iz opozicije jednom. Ujedno, televizija Prva je jedina od svih analiziranih televizija koristila društvene mreže kao izvor informacija i to četiri puta (Grafikon 32).



Grafikon 32 Prva: Tip izvora informacija

Politički akteri izdvojili su se kao posebno zanimljivi u ulozi izvora informacija o temama iz oblasti javnog zdravlja. Iako nisu bili značajno prisutni u periodu analize, (ukupno 52 puta) komparacija po medijima pokazuje da su izuzev Nove S, u svim ostalim analiziranim medijima dominantni bili politički akteri sa vlasti (Grafikon 33).



Grafikon 22 Politički akteri kao izvori informacija

Na javnom servisu su politički akteri na vlasti bili prisutni 12 puta kao izvor informacija, dok aktera iz opozicije nije bilo. S obzirom na značaj i ulogu javnog servisa bila je očekivana jednaka ili bar približna zastupljenost oba tipa aktera. Potpuno odsustvo aktera iz opozicije moglo bi da govori u prilog tome da se njihovim izuzećem vešto izbegava kritika upućena na račun zdravstvene politike u zemlji, naročito s obzirom na kompleksnost situacije u kojoj se trenutno nalazi zdravstveni sistem Srbije.

Na televiziji Pink je ta razlika bila još veća. Bilo je samo aktera na vlasti i to 14 puta, čak i na televiziji N1, koja važi za neregulirani medij, nije bilo aktera iz opozicije koji su govorili o temama iz oblasti javnog zdravlja, dok su politički akteri na vlasti bili u toj ulozi devet puta. Slične su situacije i na televizijama *Happy* (osam puta akteri na vlasti i jednom akteri iz opozicije) i *Prva* (akteri na vlasti – 5, opozicija – 1). Od svih analiziranih televizija, jedino su za Novu S rezultati istraživanja pokazali drugačiji odnos izvora informacija aktera na vlasti i iz opozicije, nijedan naspram dva.

Odnos novinara/medija prema temama iz oblasti javnog zdravlja

Idealistički pristup medijima pretpostavlja da bi svaki medij trebalo da radi u javnom interesu, da ne podleže političkim, komercijalnim ni bilo kojim drugim pritiscima i da shodno tome novinari izveštavaju objektivno i istinito; da kritikuju negativne društveno-političke okolnosti, istražuju korupciju i malverzacije i o svemu tome izveste javnost. Međutim, istina je da svaki medij ima svoju uređivačku politiku u skladu sa kojom se i medijski profesionalci zaposleni u njemu odnose prema temama o kojima izveštavaju. Uređivačke politike pojedinih medija mogu nekada

biti čak i u suprotnosti sa odbranom javnog interesa, što urednike iz „čuvara kapija“ pretvara u „čuvare interesa“, a medijske profesionalce pretvara iz novinara u propagandiste.

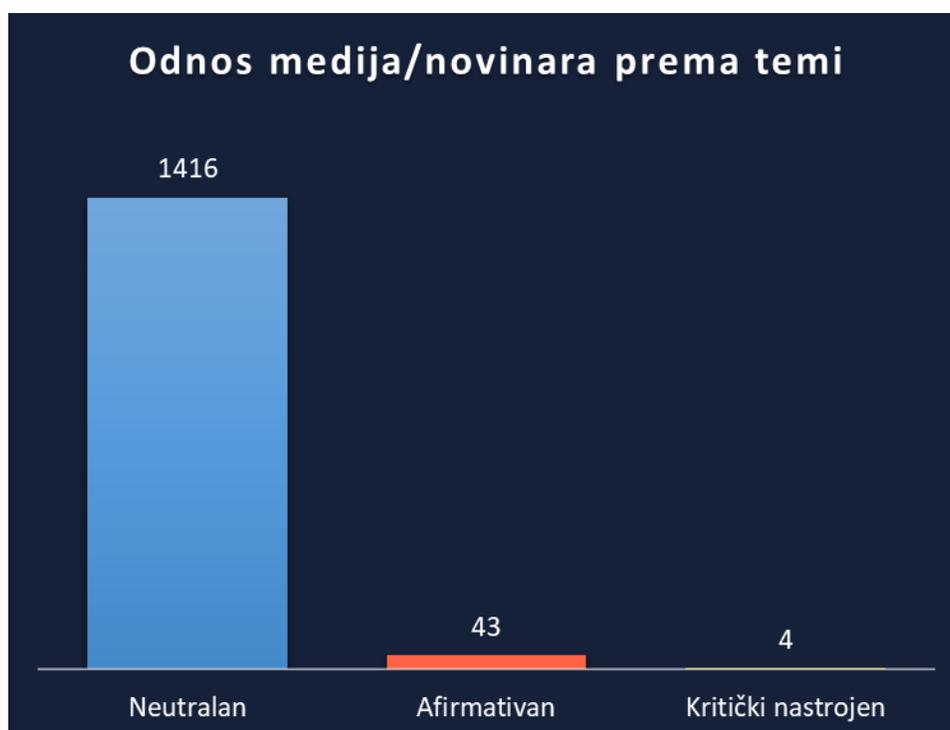
Teme koje se tiču javnog zdravlja najčešće nisu poprište borbe navedenih interesa, jer se uglavnom baziraju na prenošenju informacija i, kao što smo mogli da vidimo iz prethodno interpretiranih rezultata, najčešće ostaju u polju jednostavno obrađenih informacija saopštenih posredstvom informativnih formi medijskog izražavanja. Međutim, i u ovoj oblasti moguća je politizacija tema, što je takođe bilo vidljivo u prethodnim rezultatima analize. Štaviše, neke teme iz oblasti zdravlja, kakva je na primer epidemija ili pandemija, iziskuje analitički pristup, istraživački novinarski rad i kritički nastrojene novinare.

Za potrebe analize, a kako bi se odgovorilo na pitanje postavljeno u jednom od specifičnih ciljeva – *utvrditi na koji način se mediji/novinari odnose prema temama iz oblasti javnog zdravlja*, odnos medija/novinara prema temi koja je predmet televizijskih priloga klasifikovan je na tri tipa:

- *neutralan* – ovaj tip odnosa podrazumeva novinara koji, ili samo saopštava informacije bez iznošenja vrednosnih sudova ili, ukoliko je u ulozi voditelja programa, zauzima poziciju medijatora, koji vodi računa o regularnosti toka razgovora, bez naglašenih stavova i insistiranja da dobije odgovore na značajna pitanja. Stil kojim se koristi je jednostavan, bez dodatne interpretacije i analize.
- *afirmativan* – ovaj tip odnosa podrazumeva da tema prolazi kroz vrednosnu interpretaciju novinara, koji u ovom slučaju zauzima afirmativan, odnosno pozitivan stav o temi o kojoj izveštava, odnosno o događajima koji su u vezi sa temom izveštavanja. Novinar je jasno vrednosno opredeljen, na primer, opravdava postupke, hvali realizaciju određenih planova, predviđa uspešan završetak nekih događaja, ili pak direktno iskazuje divljenje prema događaju koji je tema i/ili sagovorniku sa kojim o temi razgovara.
- *kritički* – odnos novinara prema temi, koji podrazumeva kritiku nekog događaja ili najave budućeg događaja, lako je uočljiv, jer novinar već svojim stilom i stavom iskazuje nameru – kritikovanje pojave, događaja, postupaka itd. Istinska kritika podrazumeva novinara koji je informisan o temi, koji iznosi zapažanja potkrepljena činjenicama i argumentima, postavlja direktna pitanja i ne odustaje dok ne dobije odgovor bez obzira ko je u ulozi sagovornika. Takođe, novinar svoj kritički stav može izneti i u priložima koji ne podrazumevaju samo

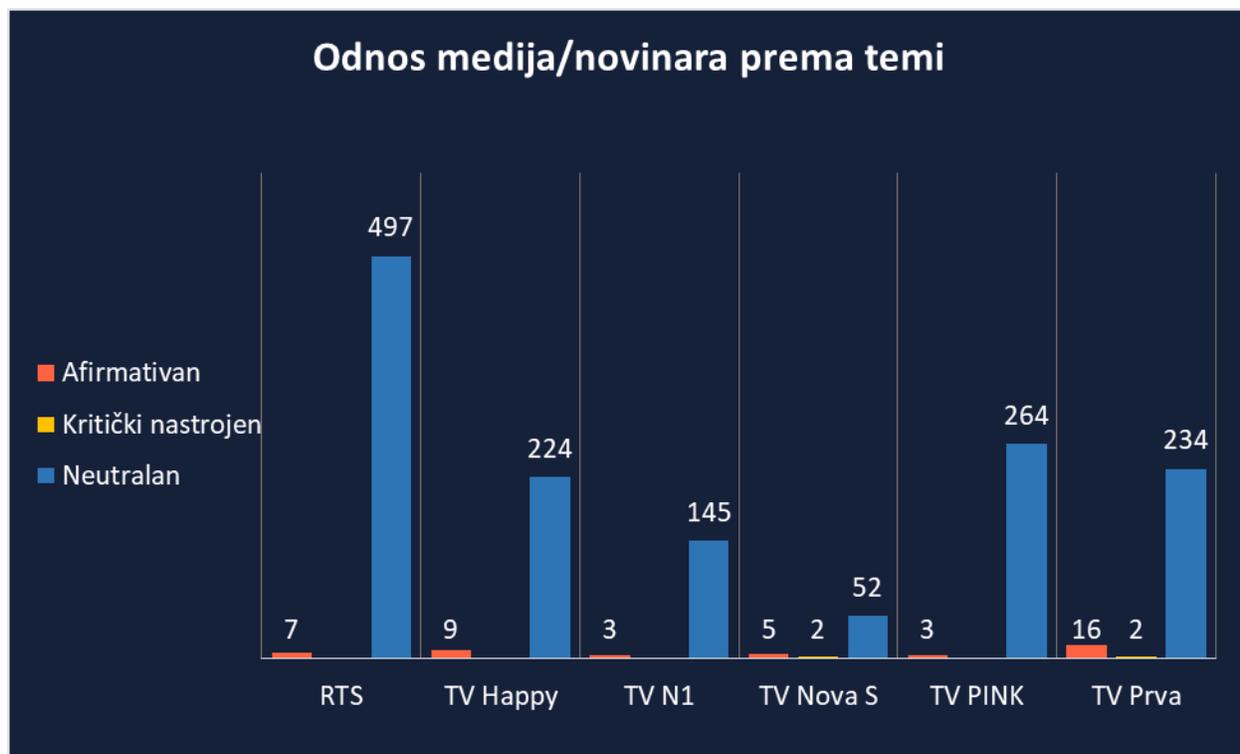
intervju sa odgovornom osobom, već to može da učini i kroz istraživački rad, baziran na detaljnoj analizi i drugim istraživačkim metodama. Često se koristi i pojam negativan odnos, međutim, kritika ne podrazumeva negativan odnos prema temi i/ili osobi, već kritiku baziranu na činjenicama, stoga bi trebalo izbegavati odrednicu „negativan“.

Prema rezultatima istraživanja, u najvećem broju priloga je, očekivano, odnos medija/novinara prema temi bio neutralan (1416) (Grafikon 34). Afirmativan odnos je identifikovan u 43 priloga, dok je kritički odnos bio zastupljen u svega 4 priloga.



Grafikon 34 Odnos medija/novinara prema temi

Kritički odnos bio je zastupljen u samo dva od šest analiziranih medija, po dva priloga na televiziji Nova S i Prva (Grafikon 35). Afirmativan stav bio je zastupljen u svim analiziranim medijima, i to, najviše na televiziji Prva – u 16 priloga, zatim na televiziji *Happy* – 9 priloga, potom u sedam priloga na javnom servisu, u pet priloga na televiziji Nova S i po tri priloga Pinku i televiziji N1.



Grafikon 23 Odnos medija/novinara prema temi – prikaz po mediju

Jedina analizirana emisija u kojoj je bilo samo priloga sa neutralnim odnosom novinara, jeste emisija Dnevnik u 19, televizije N1 (Grafikon 36). U svim ostalim emisijama bilo je priloga sa neutralnim i afirmativnim odnosom. Najviše priloga sa afirmativnim odnosom novinara emitovano je u okviru emisije Jutro televizije Prva (13), potom, sa po šest priloga sa afirmativnim odnosom slede emisije RTS-a Jutarnji program i Dobro jutro Srbijo na televiziji *Happy*. U emisiji Probudi se (Nova S) emitovano je pet priloga sa afirmativnim odnosom, dok su u okviru emisija Telemaster (*Happy*), Novi dan (N1) i Vesti (Prva) emitovana po tri takva priloga. Televizija Pink je u okviru emisije Nacionalni dnevnik imala dva takva priloga, a po jedan emisije Novo jutro (Pink) i Dnevnik 2 (RTS).

Primer afirmativnog odnosa novinara prema temi uočen je u prilogu televizije *Happy* u emisiji *Dobro jutro Srbijo* (2. novembra). Reč je o uživo uključenju reportera sa punkta za dobrovoljno davanje krvi. Novinar reaguje otvoreno afirmativno, podržava akciju i poziva građane da se priključe. Shodno prirodi teme priloga, afirmativan odnos nije neočekivan.

Odnos medija/novinara prema temi



Grafikon 24 Odnos medija/novinara prema temi – prikaz po emisiji

Kada je reč o kritički nastrojenim priložima, dva su bila emitovana u okviru emisije *Probudi se* na televiziji Nova S i po jedan u *Jutru* (Prva) i emisiji *Vesti* (Prva).

Primer priloga u kom je novinar kritički nastrojen prema temi emitovan je na programu Nove S u okviru emisije *Probudi se* (24. oktobra). Tema priloga bilo je uvođenje kovid propusnica za ugostiteljske objekte. U razgovoru sa jednim od predstavnika Kriznog štaba, novinar ukazuje na probleme u vezi sa uvođenjem propusnica, insistira na odgovorima u vezi sa zakasnelom reakcijom medicinskog dela Kriznog štaba, dovodi u pitanje efikasnost primene ove mere u borbi protiv korona virusa, te zahteva obrazloženja od sagovornika. Kritički pristup, kakav je bio u navedenom prilogu, neophodan je i poželjan naročito onda kada je reč o kontroverznim pitanjima u vezi sa zdravljem, onda kada se tiču zdravlja stanovništva u celini, kao što je to bio slučaj sa temom obrađenom u okviru priloga televizije Nova S.

Okviri unutar kojih se izveštava o javnom zdravlju: medicinski, svakodnevni ili politički

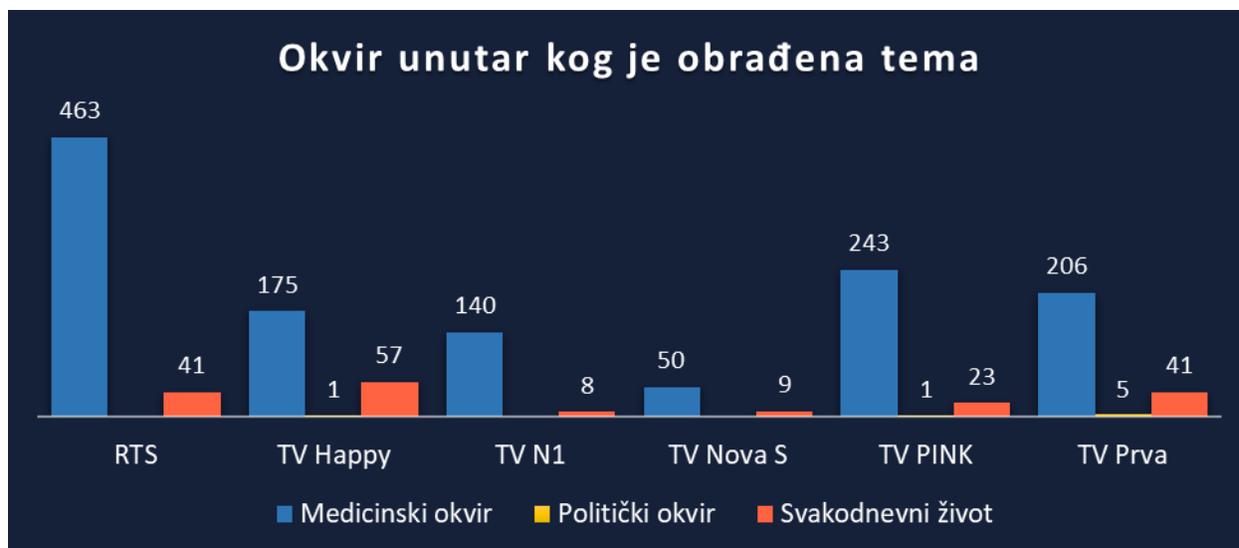
Jedan od postavljenih specifičnih ciljeva bio je i: *utvrditi unutar kojih okvira se obrađuju teme iz oblasti javnog zdravlja (na primer, medicinski, svakodnevni, politički)*. Istraživanje ovog aspekta medijskog izveštavanja o javnom zdravlju je značajno jer nam ukazuje na odnos medija prema određenoj temi o zdravlju. Na primer, očekivano je da većina tema o javnom zdravlju bude obrađena u medicinskom okviru. Međutim, pojedine teme iziskuju iskorak iz puko medicinskog okvira. Na primer, ponekad se teme koje se tiču zdravlja posredno ili neposredno odnose i na političke okolnosti, pa je neophodno staviti ih i u taj kontekst. Takođe, neke teme iz oblasti zdravlja mogu biti obrađene u okviru koji prepoznajemo kao svakodnevni – kada se o zdravlju ne govori isključivo iz stručnog medicinskog ugla, nego se gledaocima približe tako što se smeste u okvir svakodnevnih tema.

Na osnovu rezultata analize sprovedene u okviru ovog istraživanja (Grafikon 37), najveći broj tema o javnom zdravlju bio je obrađen u medicinskom okviru (1277), potom u svakodnevnom okviru (179), a najmanje u političkom okviru – ukupno u sedam priloga.



Grafikon 37 Okvir unutar kog je obrađena tema

Kada je reč o rezultatu po medijima (Grafikon 38), u svim medijima dominira medicinski okvir, potom svakodnevni, dok je politički okvir zastupljen samo u tri analizirana medija: u pet priloga na televiziji Prva, po jedan prilog na televizijama Pink i *Happy*.



Grafikon 25 Okvir unutar kog je obrađena tema: medicinski, svakodnevni i politički okvir

Politički okvir obrade tema iz oblasti javnog zdravlja nije čest, makar na osnovu rezultata našeg istraživanja u periodu koji je analiziran, Međutim, jedan od primera kojim se može ilustrovati takav tip okvira pronalazimo u priogu emitovanom na televiziji Pink u emisiji *Nacionalni dnevnik* (6. septembra). Reč je o televizijskom paketu, čija su tema evropske integracije. U jednom delu priloga navodi se komentar jednog evropskog zvaničnika na proces vakcinacije u Srbiji. Dakle, tema koja je suštinski iz oblasti javnog zdravlja, dobila je politički kontekst, jer je pitanje vakcinacije na globalnom nivou podjednako medicinsko koliko i političko pitanje.

Zaključna razmatranja

Rezultati analize sadržaja medija sa aspekta izveštavanja o javnom zdravlju, prezentovani u ovoj publikaciji, nisu pokazali značajnije kvalitativne razlike između istraživanih televizija:

- ❖ **RTS.** U periodu analize na javnom servisu je u dve analizirane emisije, *Jutarnji program* i *Dnevnik 2*, emitovano 504 priloga koji su za temu imali javno zdravlje. U *Jutarnjem programu* bilo je 430 priloga, dok je u *Dnevniku 2* bilo 74 priloga. Kada je reč o temama priloga, čak 91% priloga o javnom zdravlju bio u vezi sa korona virusom dok su teme o zdravstvenoj politici i prevenciji bolesti imale udeo od po 3%. Sve ostale teme bile su u rasponu od 0 – 1%, statistički beznačajne. Izraženo u celim brojevima: o korona virusu – 474 priloga, prevencije bolesti (izvan kovida) – 16 priloga, zdravstvenoj politici – 14 priloga, o malignim bolestima – šest priloga, duševnim poremećajima i poremećajima ponašanja – pet priloga, o bolestima sistema za disanje – tri priloga, trudnoći i rađanju, bolestima sistema za varenje, bolestima kože, zaraznim bolestima mimo kovida i bolestima urinarnog sistema po jedan priloga, dok o kardiovaskularnim bolestima, bolestima nervnog sistema i bolestima polnog sistema nije bilo nijednog priloga u periodu analize.

Kada je reč o medijskoj formi izražavanja, objavljeno je 480 informativnih priloga, 24 priloga sa analitičkim pristupom, dok nije bilo nijednog fičerizovanog priloga. U skladu sa tim, najviše je bilo vesti sa pokrivalicom – 373, potom tv paketa – 44, gost u studiju – 33, 21 uključenje uživo, zatim 20 pročitanih vesti, 11 reporter + paket priloga i dve izjave. Nije bilo reportaža, ni gosta u studiju + uključenje uživo, žanrova koji su bili zastupljeni u drugim analiziranim medijima.

O temama javnog zdravlja najčešće je bilo izveštavano u okviru oblasti „zdravlje“ (494), potom „obrazovanje“ (29), sedam u oblasti „privrede“ i četiri u oblasti „sport“. Povod za izveštavanje je u 100 posto slučajeva (504 priloga) bio aktuelni događaj ili najava događaja, nije bilo izveštavano povodom pseudo događaja, a nije bilo ni medijske inicijative. U priložima je najčešće bilo zastupljeno „iznošenje zvaničnih podataka“ (439 priloga) i „iznošenje podataka“ (62), potom „iznošenje preporuka i saveta“ u 33 priloga, u četiri priloga dominantno je bilo „iznošenje ličnog stava koji se ne temelji na zvaničnim podacima“

u tri „iznošenje zvaničnih podataka + lični (politički) stav“, dok je u jednom prilogu bila prisutna „politizacija teme o javnom zdravlju“.

Najčešći izvori informacija bili su „zvanični organi i institucije“ (390), potom „zvanični sajtovi institucija“ (63), zatim „zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore“ (43), „mediji“ su bili izvor 26 puta, a „ostali društveni akteri“ 21 put, „politički akteri na vlasti“ – 12 puta, „novinari“ – 6, „predstavnici NVO“ i „analitičari“ po tri puta, „predstavnici sindikata“ dva puta, a „inostrani izvori“, „pacijenti“ i „zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore“ po jednom. O temama iz oblasti javnog zdravlja je izveštavano neutralno 497 puta, dok je bilo sedam priloga u afirmativnom tonu, dok kritički nastrojenih priloga nije bilo. Unutar medicinskog okvira teme su bile obrađene 463 puta, a u svakodnevnom okviru 41 put. Nije bilo priloga obrađenih u političkom okviru.

- ❖ **PINK.** U okviru dve analizirane emisije na televiziji *Pink Novo jutro* i *Nacionalni dnevnik* ukupno je emitovano 267 priloga u vezi sa javnim zdravljem. Čak 93% tema bilo je u vezi sa korona virusom – u 257 priloga. Zdravstvena politika je bila tema u osam priloga, maligne bolesti u četiri, trudnoća, rađanje u tri priloga, dok su u po jednom prilogu bile teme “prevencije bolesti”, “bolesti nervnog sistema” i “zarazne bolesti izuzev kovida”.

Najčešće su prilogi bili prezentovani u informativnoj formi – 251, u 14 priloga je uočen analitički pristup, dok su svega dva priloga bila fičerizovana. U skladu sa tim, najzastupljeniji žanr bio je vest sa pokrivalicom – 181, po 19 pročitanih vesti i tv paketa, bilo je 14 izjava, 13 uključjenja reportera + tv paket, 11 puta je bio gost u studiju, osam uživo uključjenja i dve reportaže.

U oblasti „zdravlja“ bilo je 266 priloga, 18 u oblasti „privreda“, 13 u oblasti „obrazovanje“ i jedan prilog u oblasti „kultura“. Najčešći povod izveštavanja bio je aktuelni događaj ili najava budućeg događaja – 258, pseudo događaji bio je povod u šest priloga, dok je u tri priloga kao povod uočena medijska inicijativa. Najčešći način plasiranja informacija bilo je „iznošenje zvaničnih podataka“ (185) i „iznošenje podataka“ (131), dok je u 47 priloga dominiralo „iznošenje preporuka i saveta“, u pet „iznošenje zvaničnih podataka + lični (politički) stav“, u tri „politizacija teme o javnom zdravlju“ u po jednom prilogu „iznošenje informacija koje mogu izazvati strah ili paniku“ i „iznošenje oprečnih mišljenja“.

„Zvanični organi i institucije“ (131) i „zvanični sajtovi institucija“ (83), bili su najčešći izvori informacija. Zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore bili su izvor 26 puta, 18 puta mediji, politički akteri na vlasti 14 puta, ostali društveni akteri 13 puta, 10 puta zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore, novinari osam puta, pacijenti i predstavnici NVO po tri puta, a dva puta izvor nije bio imenovan.

Odnos medija/novinara prema temi bio je neutralan u 264 priloga, u tri je bio afirmativan, dok nije bilo priloga koji su imali kritički ton. Teme iz oblasti javnog zdravlja su najčešće bile obrađene unutar medicinskog okvira (243), zatim unutar svakodnevnog – 23, dok je jedan prilog imao politički okvir.

- ❖ **PRVA.** U dve analizirane emisije televizije Prva, *Jutro* i *Vesti*, ukupno je bilo 252 priloga sa temom o javnom zdravlju. Čak 81% priloga bio je u vezi sa korona virusom – 223. Zdravstvena politika je bila tema u 18 priloga, kardiovaskularne bolesti i trudnoća, rađanje u po sedam priloga, prevencije bolesti u pet, u četiri duševni poremećaji i poremećaji ponašanja, bolesti sistema za varenje i bolesti nervnog sistema u po tri priloga, maligne bolesti u dva, dok su u po jednom prilogu tema bile bolesti polnog sistema i bolesti kože. Informativna obrada priloga bila je zastupljena 221 put, u 29 priloga primenjen je analitički pristup temi, dok su dva priloga bila prezentovana u fičerizovanoj formi. U tom kontekstu, žanrovskom analizom je utvrđeno da je najzastupljeniji žanr bio vest sa pokrivalicom (101), zatim tv paket – 37, pročitana vest – 33, uključenje uživo – 24, reporter + paket prilog – 23, gost u studiju – 19, izjava – 12, reportaža – 2, gost u studiju + uključenje uživo – 1. Najčešće je bilo izveštavano o zdravlju u oblasti „zdravlje“ – 250 puta, u oblastima „sport“ i „obrazovanje“ po 10 puta, tri puta u okviru oblasti „kultura“ i dva puta u okviru oblasti „privreda“. Povod za izveštavanje je 237 puta bio aktuelni događaj ili najava budućeg događaja, 12 puta pseudo događaj i tri puta medijska inicijativa. U priložima je najčešće dominiralo „iznošenje zvaničnih podataka“ (183) i „iznošenje podataka“ (131), zatim „iznošenje preporuka i saveta“ – 40, „lični stav koji se ne temelji na zvaničnim podacima“ – 10, „iznošenje informacija koje mogu izazvati stah ili paniku“ u osam priloga, u pet priloga „iznošenje oprečnih mišljenja“, u tri „politizacija teme“ i u dva „iznošenje zvaničnih podataka + lični (politički) stav“.

Najčešći izvori informacija bili su „zvanični organi i institucije“ – 128 puta, zatim „zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore“ – 66 puta, potom „sajtovi zvaničnih institucija“ – 44 puta, „inostrani izvori“ – 42 puta, „ostali društveni akteri“ – 21 put, 12 puta „neimenovani izvori“, „mediji“ – 10 puta, šest puta „pacijenti“, „politički akteri na vlasti“ pet puta, po četiri puta „društvene mreže“ i „novinari“ tri puta predstavnici NVO i po jednom „analitičari“ i „predstavnici opozicije“.

Odnos novinara prema temi je u 234 priloga bio neutralan, u 16 priloga afirmativan i u dva kritički nastrojen. Medicinski okvir bio je najzastupljeniji kao opšti okvir unutar kog je obrađena tema – u 206 priloga, u 41 prilogu je okvir bio svakodnevni, a u pet politički.

- ❖ **TV HAPPY.** U dve analizirane emsije, *Dobro jutro Srbijo* i *Telemaster*, na televiziji *Happy* ukupno su emitovana 233 priloga, u kojima je najčešća tema izveštavanja bila korona virus – u 212 priloga. Zdravstvena politika bila je tema u 13 priloga, prevencije bolesti, maligne bolesti i duševni poremećaji bile su teme zastupljene u po četiri priloga, trudnoća, rađanje u tri priloga i u po dva priloga bile su tema kardiovaskularne bolesti i bolesti nervnog sistema. Prilozi su bili informativno obrađeni 204 puta, dok je u 25 priloga obrada bila analitička, a u četiri primenjena fičerizovana forma. Vest sa pokrivalicom je bila najzastupljeniji žanr – 96 priloga, potom pročitana vest – 63 priloga, gost u studiju – 22 priloga, izjava – 21, tv paket – 17 priloga, reporter + paket priloga – 10 priloga i uključenje uživo – četiri priloga.

Najčešće je izveštavano u oblasti „zdravlja“ – 229 puta, potom 30 puta u oblasti „obrazovanja“ i po jednom u oblasti „sporta“, „kulture“ i „ekonomije“. Povod izveštavanja je 209 puta bio aktuelni događaj ili najava budućeg događaja, 23 puta pseudo događaj i jednom medijska inicijativa. U priložima je najčešće dominiralo „iznošenje zvaničnih podataka“ (187) i „iznošenje podataka“ (112), potom „iznošenje preporuka i saveta“ (37), „iznošenje zvaničnih podataka + lični (politički) stav“ – 11, „lični stav koji se ne temelji na zvaničnim podacima“ – pet, „iznošenje informacija koje mogu izazvati strah i/ili paniku“ – takođe, pet, „politizacija teme o javnom zdravlju“ – četiri, „iznošenje oprečnih mišljenja (dva gosta ili više – različiti stavovi)“ – dva puta i „umanjivanje ozbiljnosti situacije“ – jednom.

Najčešći izvori informacija bili su „zvanični organi i institucije“ (109) i „sajtovi zvaničnih institucija“ (76). Potom, „zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore“ – 43 puta, „inostrani

izvori“ – 20 puta, „novinari“ – 12 puta, „mediji“ – devet puta, „politički akteri na vlasti“ i „ostali društveni akteri“ – po osam puta, „analitičari“ – pet puta, „zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore“ i „predstavnici nevladinih organizacija“ – po četiri puta i „politički akteri iz opozicije“ – jednom.

Odnos novinara prema temi je u 224 priloga bio neutralan, u devet afirmativan, dok nije bilo priloga u kojima je odnos bio kritički. Teme su u 175 priloga obrađene unutar medicinskog okvira, u 57 unutar svakodnevnog okvira i u jednom unutar političkog okvira.

- ❖ **N1.** U dve analizirane emisije televizije N1, *Novi dan* i *Dnevnik u 19*, emitovano je ukupno 148 priloga sa temom o javnom zdravlju. Od toga je 90 % priloga bilo o korona virusu, pet priloga o zdravstvenoj politici, tri o malignim bolestima, po dva priloga o prevenciji bolesti izvan kovida, trudnoća, rađanja i bolesti polnog sistema i jedan prilog o duševnim poremećajima i poremećajima ponašanja. Od tog broja najviše je bilo informativnih priloga – 204, analitičkih formi je bilo 25, a fičerizovanih četiri.

Vest sa pokrivalicom bila je najzastupljeniji žanr – 86, zatim izjava – 28, potom 10 pročitanih vesti, osam puta je bio gost u studiju, reporter + paket prilog – sedam, pet tv paketa i četiri uživo uključjenja. Najčešća oblast unutar koje je bilo izveštavano o ovim temama je „zdravlje“ – 148 i po devet priloga u oblasti „privreda“ i oblasti „obrazovanje“.

Aktuelni događaj ili najava budućeg događaja bio je povod u 146 priloga, dok je u dva povod bila medijska inicijativa. U priložima su najčešće dominirali „iznošenje zvaničnih podataka“ (85) i „iznošenje podataka“ (71), potom u 27 priloga „iznošenje preporuka i saveta“ i u jednom prilogu „iznošenje zvaničnih podataka + lični (politički) stav“.

Kada je reč o izvorima informacija najzastupljeniji su bili „zvanični organi i institucije“ – 55 puta i „zvanični sajtovi institucija (na primer Covid19.rs)“ – 43 puta, potom „zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore“ – 31, „mediji“ – 14, „ostali društveni akteri“ – 10, „politički akteri na vlasti“ – 9, „predstavnici sindikata“ – 8, „novinari“ – 4 i „zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore“ – 2 puta.

Odnos novinara prema temi je u 145 priloga bio neutralan, a u tri afirmativan, nije bilo priloga sa kritičkim pristupom novinara. U medicinskom okviru tema je obrađena 140 puta, a u pet priloga okvir je bio svakodnevni.

❖ **NOVA S.** Na televiziji Nova S analizirana je jedna emisija - *Probudi se*, s obzirom na to da ova televizija nema samostalnu popodnevnu centralno-informativnu emisiju, već prenosi *Dnevnik u 19*, televizije N1. U emisiji *Probudi se* je u periodu analize objavljeno 59 priloga. Korona virus bio je tema u 46 priloga, po četiri priloga su za temu imali zdravstvenu politiku i bolesti sistema za disanje, tri o malignim bolestima, po dva o kardiovaskularnim bolestima i duševnim poremećajima, i po jedan prilog o bolestima polnog sistema i bolestima nervnog sistema.

U 41 prilogu tema je obrađena informativno, u 12 je primenjen analitički pristup, a šest priloga bilo je prezentovano fičerizovano. Najzastupljeniji žanr bila je pročitana vest – 14, potom vest sa pokrivalicom i uključenje uživo – po devet priloga, gost u studiju bio je u osam priloga, a reporter + paket prilog u sedam. Bilo je šest tv paketa, četiri izjave i dve reportaže. U oblasti „zdravlje“ obrađeno je 57 priloga, „sport“ i „kultura“ po dva priloga, i po jedan prilog u oblasti „privreda“ i oblasti „ekonomija“.

Aktuelni ili budući događaj bio je povod izveštavanja za 46 priloga, pseudo događaj za 10, a medijska inicijativa za tri. U priložima je najčešće dominiralo „iznošenje zvaničnih podataka“ – u 43 priloga i „iznošenje podataka“ – u 33, potom, „iznošenje preporuka i saveta“ – u 11 priloga i u jednom prilogu „iznošenje oprečnih mišljenja (dva gosta ili više – različiti stavovi)“. Najčešći izvori informacija bili su „zvanični sajtovi institucija (na primer Covid19.rs)“ – 21 put i „zvanični organi i institucije“ – 19 puta, zatim, „zdravstveni radnici iz oblasti o kojoj govore“ – 17 puta, „ostali društveni akteri“ – osam puta, „novinari“ – pet puta, „inostrani izvori“ – pet puta, „pacijenti“ – četiri puta, po tri puta „mediji“ i „zdravstveni radnici van oblasti o kojoj govore“, „politički akteri iz opozicije“ – dva puta i po jednom „predstavnicima nevladinih organizacija“ i „neimenovani izvori“.

U najvećem broju priloga novinari su imali neutralan odnos – 52, u pet afirmativan, a u svega dva priloga su bili kritički nastrojeni. Okvir obrade teme je u 50 priloga bio medicinski, u devet svakodnevni, dok politički okvir obrade teme nije bio prisutan.

Iako nije bila predmet analize, vredno je pomenuti da se na televiziji Nova S nedeljom emituje specijalizovana emisija o zdravlju *Zdravo misli sa dr Katarinom Bajec*. Kako je navedeno na njihovoj fejsbuk stranici: „Kroz razgovore sa lekarima i poznatim ličnostima dr

Katarina Bajec donosi nam priče o zdravlju. U emisiji 'Zdravo misli' razotkrivamo mitove i zablude o medicinskim činjenicama, predstavljamo najnovije svetske trendove i donosimo savete za lepotu⁹.

Najznačajniji nalazi sumirano:

- ✓ Udeo tema o javnom zdravlju u odnosu na ukupno trajanje analiziranih emisija je manji od 10%. I u okolnostima pandemije teme iz oblasti javnog zdravlja nisu prioritetne na medijskoj agendi.
- ✓ Udeo tema o korona virusu je od 72% (Nova S) do 93 % (Pink). Druge teme iz oblasti javnog zdravlja potpuno su marginalizovane u poređenju sa priložima u kojima je tema korona virus. Bolesti kardiovaskularnog sistema i maligne bolesti su jedan od najčešćih uzroka smrti u Srbiji, pa ipak, mediji nisu prepoznali značaj izveštavanja o prevenciji ili tretmanu ovih bolesti. Takođe, bolesti sistema za disanje, koje su poslednjih godina usled sve većeg zagađenja vazduha sve učestalije, nisu dobile zasluženi prostor u analiziranim medijima.
- ✓ RTS je u odnosu na sve ostale analizirane televizije emitovao duplo (ili višestruko) veći broj priloga o javnom zdravlju. S obzirom na ulogu koju javni servis ima u medijskom sistemu jednog društva, bilo je očekivano da će upravo RTS, u poređenju sa drugim analiziranim televizijama, posvetiti najveći prostor temama iz oblasti zdravlja.
- ✓ Udeo tema iz oblasti zdravstvene politike i prevencije bolesti bio je na nivou statističke greške.
- ✓ Analitički pristup pri izveštavanju o temama iz oblasti javnog zdravlja gotovo je zanemarljiv, dok je informativni pristup dominantan. Ovaj nalaz govori o (ne)ozbiljnosti u pristupu

⁹ *Zdravo misli*, zvanična fejsbuk stranica: <https://www.facebook.com/zdravi.novas/> pristupljeno: 17. 02. 2022. godine.

temama iz oblasti javnog zdravlja. Interpretacija, analiza i istraživački pristup morale bi biti češće pri izveštavanju.

- ✓ Medijska inicijativa kao povod za izveštavanje o temama iz oblasti je, prema dobijenim rezultatima, zanemarljiva. Mediji su u gotovo 100 posto priloga pasivno pratili događaje, bez iskazane veće inicijative za aktuelizacijom pojedinih značajnih tema iz ovih oblasti.
- ✓ U priložima je dominiralo iznošenje (zvaničnih) podataka.
- ✓ Najčešći izvori informacija bile su zvanične institucije i organi i njihovi sajtovi. Politički akteri nisu bili izvori informacija u značajnom broju priloga, ali je razlika između političkih aktera na vlasti i političkih aktera iz opozicije kao izvora značajna, 48 naspram četiri.
- ✓ Novinari su izveštavali neutralno o temama iz oblasti javnog zdravlja. Broj priloga sa afirmativnim tonom nije značajan, ali je broj primera sa kritičkim tonom gotovo nepostojeći – ukupno u četiri priloga.

Opšti zaključak izveden nakon pregleda rezultata jeste **da su teme iz oblasti javnog zdravlja marginalizovane u analiziranim medijima; da je medijski prostor posvećen javnom zdravlju „zagađen“ i ugušen temama koje se tiču korona virusa; da novinari nemaju ozbiljan pristup pri obradi ovih tema, ne iskazuju inicijativu, zainteresovanost, niti analitičnost; da se o ovim temama izveštava šturo i da ne postoje značajnije razlike u rezultatima analiziranih medija.**

Trebalo bi istaći i da očekivani negativni aspekti nisu bili zastupljeni u velikoj meri. Politizacija tema iz oblasti javnog zdravlja nije bila u značajnom broju priloga. Period analize, skoro dve godine od početka pandemije, verovatno je jednim delom zaslužan za takve rezultate. S obzirom na to da su rezultati nekih ranijih istraživanja, na primer OEBS 2020. godine, pokazali značajni upliv politike u teme iz oblasti javnog zdravlja, pretpostavljamo da bi analiza donela drugačije rezultate da je obuhvatila period 2020. godine i prvu polovinu 2021. godine.

Preporuke novinarima i urednicima za izveštavanje o javnom zdravlju

1. Preporuka urednicima i urednicama je da motivišu i podrže svoje novinare da **pohađaju obuke za specijalizovano izveštavanje o temama iz oblasti javnog zdravlja**. Najveći broj novinara koji rade u Srbiji nisu specijalizovani po sektorima ili rubrikama, već uglavnom pokrivaju sve oblasti medijskog izveštavanja. Stoga su neformalne edukacije kojima bi se njihovo znanje iz određenih oblasti proširilo, a njihove novinarske veštine u toj oblasti ojačale, nisu samo poželjne, već nužne, naročito ukoliko je cilj kvalitetno izveštavanje.
2. Preporuka urednicima i urednicama je **da daju veći medijski prostor temama koje se tiču javnog zdravlja stanovništva**. Teme iz oblasti javnog zdravlja uglavnom su aktuelne onda kada se obeležava međunarodni dan određenog zdravstvenog stanja ili bolesti ili kada je reč o zdravstvenim krizama, na primer o pandemiji ili epidemiji. Medijska inicijativa da se o temama iz oblasti javnog zdravlja izveštava češće je ključna.
3. Preporuka novinarima i novinarkama koji izveštavaju o temama iz oblasti javnog zdravlja je **da za teme iz oblasti javnog zdravlja biraju kompetentne sagovornike**, jer od odabira sagovornika najčešće zavisi i kvalitet celokupnog izveštavanja.
4. Preporuka novinarima i novinarkama jeste **da obrada tema bude analitička**, kada god tema to dozvoljava. Puko saopštavanje informacija i prenošenje podataka informiše javnost, ali ne doprinosi suštinskim promenama.
5. Preporuka novinarima i novinarkama je da obrate pažnju **na raznovrsnost žanrova pri obradi tema iz oblasti javnog zdravlja**. Nekada je dovoljna vest sa pokrivalicom, ali samo visoko angažovani prilozi i/ili novinski tekstovi mogu da pruže uvid u sve okolnosti i podstaknu promene.
6. Preporuka novinarima i novinarkama je **da teme iz oblasti javnog zdravlja kada god je to moguće podignu na nivo zdravstvene politike**. Uzroke i rešenja za probleme i izazove u oblasti javnog zdravlja trebalo bi analizirati na nivou sistema, a ne samo u okviru pojedinačnih slučajeva.
7. Preporuka novinarima i novinarkama je **da daju više prostora temama iz oblasti prevencije bolesti**. Prevencija je jedna od najznačajnijih tema u oblasti zdravstvene politike.

8. Preporuka novinarima i novinarkama je **da pri izveštavanju o temama iz oblasti javnog zdravlja, naročito zdravstvene politike, imaju kritički pristup** – da istražuju i analiziraju fenomene, da postavljaju pitanja odgovornim licima i insistiraju na odgovorima koji su u interesu javnosti.
9. Preporuka novinarima i novinarkama je da **kada tema iz oblasti javnog zdravlja daje pozitivan primer imaju i afirmativan pristup**. Pozitivni primeri mogu imati lančanu pozitivnu reakciju javnosti, a nekada i nadležnih osoba i/ili instirucija.
10. Preporuka novinarima i novinarkama je **da posebno vode računa o tome da njihovo izveštavanje neko ne iskoristi za ličnu promociju i/ili politizaciju**. Ovo je naročito važno kada su sagovornici nosioci javnih funkcija.

Literatura i izvori

Catalán-Matamoros, D. (2/011). The role of mass media communication in public health. *Health management-Different approaches and solutions*, 399 – 414.

Boufford, J. I., Cassel, C. K., Bender, K. W., Berkman, L., Bigby, J., & Burke, T. (2002). *The Future of the Public's Health in the 21st Century*. Washington: Institute of Medicine of the National Academies.

Strategija javnog zdravlja u Republici Srbiji 2018 – 2026. godine: 61/2018-6 <http://www.pravno-informacioni-sistem.rs/SlGlasnikPortal/eli/rep/sgrs/vlada/strategija/2018/61/1/reg> pristupljeno 10. 02. 2022. godine.

Marasović Šušnjara, I., & Vejić, M. (2021). *Media and Health—“Angel and Devil”*. In medias res: časopis filozofije medija, 10(18), 2803-2811.

Danas, Beta. (24. 02. 2020). *Medicinari šokirani Trampovim predlogom za lečenje sredstvima za dezinfekciju*. Dostupno na: <https://www.danas.rs/svet/medicinari-sokirani-trampovim-predlogom-za-lecenje-sredstvima-za-dezinfekciju/> pristupljeno: 14. 02. 2022. godine.

Danas, Beta. (28. 09. 2021). *Batut: Od bolesti srca i krvnih sudova u Srbiji prošle godine umrlo 55.305 osoba*. Dostupno na: <https://www.danas.rs/vesti/drustvo/batut-od-bolesti-srca-i-krvnih-sudova-u-srbiji-prosle-godine-umrlo-55-305-osoba/> pristupljeno 15. 02. 2022. godine.

RTV. (04. 02. 2020). *Svetski dan borbe protiv raka: Od malignih tumora u Srbiji godišnje oboli oko 40.000 ljudi*. Dostupno na: https://www.rtv.rs/sr_lat/zivot/zdravlje/svetski-dan-borbe-protiv-raka-od-malignih-tumora-u-srbiji-godisnje-oboli-oko-40.000-ljudi_1090553.html pristupljeno 15. 02. 2022. godine.

The Association of Health Care Journalists. Dostupno na: <https://healthjournalism.org/> pristupljeno 16. 02. 2022. godine.

NUNS, Cenzolovka, Tamara Spaić. (septembar, 2021). *IREX: Srbija ima najslabiji informacioni sistem u regionu*. Dostupno na: <https://nuns.rs/irex-srbija-ima-najslabiji-informacioni-sistem-u-regionu/> pristupljeno 17. 02. 2022. godine.

OEBS. (2020). *Analize izveštavanja medija o epidemiji korona virusa u Srbiji*. Dostupno na: <https://www.osce.org/sr/mission-to-serbia/457648> pristupljeno 02. 02. 2022. godine

Izveštaj Fridom hausa za Srbiju, 2021. Dostupan na: <https://freedomhouse.org/country/serbia/freedom-world/2021> pristupljeno 17. 02. 2022. godine.

Popis tabela i grafikona

Grafikon 1 Grafički prikaz perioda analize i uzorka	6
Grafikon 2 Komparativni prikaz broja priloga o zdravlju po medijima	11
Grafikon 3 Komparativni prikaz broja priloga o zdravlju po emisiji	12
Grafikon 4 Komparativni prikaz lokacija o kojima je izveštavano	13
Grafikon 5 Prikaz broja priloga u kojima je bilo više od jedne teme	15
Grafikon 6 Teme koje su bile predmet izveštavanja u analiziranom periodu u svim medijima	17
Grafikon 7 RTS: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama	19
Grafikon 8 TV Prva: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama	20
Grafikon 9 Happy: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama	20
Grafikon 10 N1: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama	21
Grafikon 9 Pink: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama	22
Grafikon 12 Nova S: Procenat priloga o koroni nasuprot ostalim temama	22
Grafikon 10 Broj priloga o zdravstvenoj politici – komparativni prikaz	24
Grafikon 11 Prikaz broja priloga o prevencijama bolesti (izvan kovida) – komparativni prikaz	26
Grafikon 15 Odnos informativnih, analitičkih i fičerizovanih priloga	28
Grafikon 12 Komparativni prikaz medijskih formi izražavanja	29
Grafikon 17 Forma izražavanja – komparativni prikaz po emisijama	30
Grafikon 13 Zastupljenost žanrova	32
Grafikon 14 Zastupljenost žanrova u analiziranim medijima	33
Grafikon 15 Udružene oblasti unutar kojih se izveštava o javnom zdravlju	34
Grafikon 16 Pojedinačne oblasti – komparativni prikaz	36
Grafikon 17 Povod izveštavanja	38
Grafikon 18 Povod izveštavanja – komparativni prikaz	39
Grafikon 19 Način plasiranja informacija – od iznošenja zvaničnih informacija do politizacije	41
Grafikon 20 Načini plasiranja informacija – negativni aspekti	43
Grafikon 21 Izvori informacija – ukupno	46
Grafikon 27 RTS: Tip izvora informacija	48
Grafikon 28 TV Happy: Tip izvora informacija	48
Grafikon 29 N1: Tip izvora informacija	49
Grafikon 30 Nova S: Tip izvora informacija	50
Grafikon 31 Pink: Tip izvora informacija	50
Grafikon 32 Prva: Tip izvora informacija	51
Grafikon 22 Politički akteri kao izvori informacija	52
Grafikon 34 Odnos medija/novinara prema temi	54
Grafikon 23 Odnos medija/novinara prema temi – prikaz po mediju	55
Grafikon 24 Odnos medija/novinara prema temi – prikaz po emisiji	56
Grafikon 37 Okvir unutar kog je obrađena tema	57
Grafikon 25 Okvir unutar kog je obrađena tema: medicinski, svakodnevni i politički okvir	58

Popis slika

<i>Slika 1</i> Pritskrin. Happy Telemaster (2. novembar) – Gost u studiju	32
<i>Slika 2</i> Pritskrin. Uživo uključenje: levo: Pink – Novo jutro (10. novembar) – desno: RTS – Jutarnji program (10. novembar)	33
<i>Slika 3</i> Pritskrin. Levo: N1, desno: Pink. Dnevno izveštavanje o korona virusu.....	41

Popis analiziranog video-materijala

RTS 1: Jutarnji program: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

RTS 1: Dnevnik 2: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Pink: Novo jutro: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Pink: Nacionalni dnevnik: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Happy: Dobro jutro Srbijo: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Happy: Telemaster: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Prva: Jutro: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Prva: Vesti: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV N1: Novi dan: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV N1: Dnevnik u 19: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.

TV Nova S: Probudi se: 06. 09. 2021; 14. 09. 2021; 22. 09. 2021; 30. 09. 2021; 08. 10. 2021; 16. 10. 2021; 24. 10. 2021; 25. 10. 2021; 02. 11. 2021; 10. 11. 2021; 18. 11. 2021; 26. 11. 2021; 04. 12. 2021; 12. 12. 2021; 13. 12. 2021; 21. 12. 2021; 29. 12. 2021.



**MEDIA &
REFORM
CENTAR NIŠ**