

Дејана Д. Радовановић Шаренац
Универзитет у Источном Сарајеву
Филозофски факултет

ИЗВЈЕШТАВАЊЕ У КРИЗНИМ СИТУАЦИЈАМА У ТРИ МЕДИЈСКА ФОРМАТА: ТЕЛЕВИЗИЈА, ШТАМПА И ОНЛАЈН

Развој дигиталних технологија у посљедње двије деценије битно је измијенио начин на који настају, обликују се и дистрибуишу медијски садржаји. Ове промјене нису само техничке природе, оне утичу на стил писања, одабир наслова, дужину текста, ритам објављивања, па чак и на критеријуме уређивачке политике. У традиционалним медијима информације су усмјерене на јасно структурисано и ограничено представљање, ослоњено на званичне изворе информација, док онлајн-платформе, на супрот томе, нуде простор готово без ограничења, што новинарима и уредницима омогућава стално ажурирање и додавање мултимедијалних елемената, али и ствара притисак због очекивања публике. Иако је циљ обје врсте медија информисање јавности, начин презентације, обим информација и интерактивне могућности битно се разликују.

Случај медијског извјештавања у вези с покушајем припадника Агенције за истраге и заштиту /СИПА/ да предсједнику Републике Српске Милораду Додiku уруче налог Тужилаштва БиХ за привођење илустративан је примјер разлика у приступу. У раду ће се, кроз студију случаја, уз помоћ квалитативне анализе садржаја, као и компаративне анализе истражити како се разликује извјештавање телевизије, штампе и онлајн-медија током кризних ситуација и какве посљедице оваква пракса има на јавно информисање и квалитет медијског дискурса.

Кључне ријечи: извјештавање, криза, телевизија, штампа, онлајн-медији

УВОД

Савремени медијски пејзаж обликује паралелно постојање традиционалних и дигиталних платформи. Док су агенције, штампани медији, радио и телевизија деценијама представљали доминантне изворе информисања, ди-

* aleksandra.mandic@ff.ues.rs.ba

гитализација и ширење интернета отворили су простор за нове обрасце комуникације и дистрибуције садржаја. Данас готово да нема етаблираног медија који не одржава и своју онлајн-платформу, што покреће питање како се мијењају структура, форма и садржај новинарског текста приликом преласка из „класичне“ у дигиталну сферу. Ова промјена није само техничке природе, она утиче на стил писања, одабир наслова, дужину текста, ритам објављивања, па чак и на критеријуме уређивачке политике. У традиционалним медијима информације су усмјерене на јасно структурирано и ограничено представљање – новински текст мора стати у одређени број редова, а телевизијски прилог у унапријед задату минутажу. Онлајн-платформе, насупрот томе, нуде простор готово без ограничења, што новинарима и уредницима омогућава стално ажурирање и додавање мултимедијалних елемената. Истовремено, то ствара притисак да се привуче што већи број читалаца или прегледа. Управо из те динамике произлази појава сензационалистичких наслова, честих допуна вијести и снажније оријентације на метрике, попут броја кликова или коментара.

Овај рад се бави разликама у извјештавању током кризних ситуација традиционалних и онлајн-формата, с посебним фокусом на студију случаја – дешавања у Административном центру Владе Републике Српске у Источном Сарајеву и испред центра, 23. априла 2025. године – састанак председника Републике Српске Милорада Додика са представницима града Источно Сарајево и долазак припадника Агенције за истраге и заштиту БиХ /СИПА/ с наміјером да Додику уруче налог о привођењу. У раду је примијењена квалитативна анализа садржаја, уз елементе компаративне анализе и критичке дискурзивне анализе медијских текстова. Јединице анализе били су појединачни прилози и вијести објављени у три медијска формата, телевизија, штампа и онлајн-портали, у ограниченом временском оквиру кризног догађаја. Фокус анализе био је на употреби извора информација, тону извјештавања, наративима и обликовању (фрејминг) кризе, језичким и визуелним маркерима драматизације и редакцијским праксама у три медијска формата. С обзиром на природу студије случаја и тип медијских садржаја, циљ рада јесте дискурзивно тумачење разлика између формата. Сходно томе, анализа је усмјерена на интерпретацију медијских рутина, језичких избора, оквира кризе и њиховог потенцијалног утицаја на јавно мњење. Општи циљ рада јесте да се утврди на који начин три медијска формата – телевизија, штампа и онлајн-медији обликују кризни догађај у погледу форме, извора, тона и наратива. Истраживачка питања су: које су разлике у приступу кризном извјештавању у три медијска формата? У чему је разлика у употреби извора информација? Који облици језичких и визуелних маркера драматизације постоје у три формата? Да ли формат медија утиче на перцепцију кризе код публике? На конкретном примјеру указује се на различите облике приказивања једног догађаја у зависности од канала дистрибуције.

Да би се на ова питања одговорило, рад комбинује теоријски оквир са компаративном анализом садржаја. Циљ рада јесте да покаже како разлике између традиционалних и онлајн-медија нису само ствар форме, већ и питање економије, технологије и друштвене улоге новинарства. На тај начин отвара се простор за детаљније разматрање начина на који се новинарство у Босни и Херцеговини налази на раскршћу између професионалних стандарда и дигиталних притисака.

КРИЗНО ИЗВЈЕШТАВАЊЕ: КОНЦЕПТИ И СТАНДАРДИ

Кризна ситуација, према Баровићу (2012: 14), подразумева „неко насиље, одређену силу, људску или природну, која утиче на живот и имовину одређене заједнице“. Извјештавање о кризној ситуацији захтијева комбиновање брзине и тачности, јер нетачна или непотпуна информација може изазвати додатну штету и панику. У таквим околностима новинар мора да буде свјестан друштвене одговорности свог рада, поштујући истовремено јавни интерес и етичке стандарде извјештавања. „Са медијског аспекта кризна ситуација подразумева два елемента: како насиље, тако и претњу“ (Баровић, 2012: 17).

Кумбсова ситуациона теорија кризне комуникације¹ један је од најзначајнијих теоријских оквира за разумијевање односа између перцепције јавности и стратегија одговора у кризним околностима. Он наглашава да је кључни фактор у процесу кризне комуникације „степен приписане одговорности“² (Кумбс, 2022: 31). Уколико јавност кривицу доживљава као високу – на примјер, у ситуацијама када је организација могла спријечити кризу или је директно одговорна за њен настанак – одговори морају бити емпатичнији, укључити извињења, компензацију или друге облике поправљања штете и засновани на транспарентности коју је могуће доказати. Насупрот томе, у кризама које се перципирају као „спољашње или неконтролисане, довољни су информативни, корективни и умирујући одговори“. Кумбсова теорија се зато често примјењује у анализама медијског извјештавања, јер новинари, као посредници између организација и јавности, преносе управо оне одговоре који креирају или модификују перцепцију одговорности.

Паралелно с тим, Патрисија Ферн-Бенкс кроз бројне студије случајева систематизује кључне оперативне принципе кризне комуникације: правовременост (timeliness), досљедност и јасноћу (consistency and clarity) и провјерљивост информација (verifiability) (према Ферн-Бенкс, 2016). Ови принципи имају директне импликације на новинарску праксу. Правовременост, на примјер, условљава брзу продукцију вијести, док захтјев за досљедношћу поставља изазове у усаглашавању различитих извора и изјава. Провјерљивост намеће новинарима потребу да одрже равнотежу између јавног интереса и

¹ Енг. Situational Crisis Communication Theory – SCCT

² Енг. Attribution of responsibility

заштите безбједности, али и да избјегну ширење непровјерених или противрјечних информација у условима неизвјесности.

Ове двије теоријске основе могу се посматрати као комплементарне: док Кумбс наглашава когнитивни и психолошки аспект кризе, односно како публика перципира одговорност и реагује на комуникацију, Ферн-Бенкс више инсистира на оперативној, практичној димензији управљања кризом. Управо у пресеку ове двије перспективе настаје простор за анализу медијских рутина у кризним ситуацијама: новинар није пуки преносилац поруке, већ посредник који кроз избор, обликовање и провјеру информација активно утиче на то како ће јавност интерпретирати саму кризу, али и реакције актера који су у њу укључени.

Теорије „постављања агенде” и „уоквиривања” објашњавају микромеханизме утицаја: медији не говоре публици шта да мисли, већ о чему да мисли, а затим „уоквирују” ту тему кроз селекцију, наглашавање и интерпретацију. У кризним догађајима, агенда се формира у уском временском прозору и снажно зависи од почетних формулација, са потенцијалом брзог „закључавања” наративног оквира. Ентманово схватање фрејминга (према Ентман, 1993: 52) – дефинисање проблема, приписивање узрока, морална процјена и препорука рјешења – пружа аналитичку матрицу за разликовање телевизијских, штампаних и онлајн-формата.

СПЕЦИФИЧНОСТИ ИЗВЈЕШТАВАЊА НА ТЕЛЕВИЗИЈИ, У ШТАМПИ И ОНЛАЈН-МЕДИЈИМА

Традиционални и онлајн-медији данас функционишу паралелно, али са различитим улогама и начинима допирања до „ две врсте публике: пасивне хетерогене, аструктуралне, масе прималаца, наспрам активно ангажованих грађана и ко-креатора медијски посредованих садржаја; затим и две врсте партиципативних култура: медијских имиграната и дигиталних домородаца. Ови облици публика, култура и медија међусобно се прожимају, стварајући нови контекст и оквир за разматрање новинарства као професије.”³

Традиционални медији – штампа, радио и телевизија – функционишу на основу уређивачке хијерархије и јасно утврђених правила објављивања. У основи, новинарство тежи професионализму и вјеродостојности, а новинарски принципи традиционалних медија су темељ објективног и етичког новинарства. Принцип тачности обавезује новинаре на истинито извјештавање засновано на провјереним чињеницама и вишеструким изворима. Објективност се у традиционалним медијима перципира као настојање да се стварност представи што је могуће реалније, уз обавезно давање простора свим странама/актерима догађаја да изнесу свој став. Надаље, свијест о непостојању

³ Пројекат – Професија на раскршћу – новинарство на прагу информационог доба, Центар за медије и медијска истраживања Факултета политичких наука, Београд, 2011. (стр. 10).

потпуне објективности новинаре обавезује на одговорност према јавности, што је принцип који традиционалне медије чини корективом власти. Аутономија и независност, релевантност и јавни интерес, те јасно раздвајање вијести и њене фактографије од аналитичких жанрова такође су принципи који обавезују новинаре у традиционалним медијима. „Вриједности вијести које уредници узимају као критерије свакодневне процјене најављених и изненадних догађаја су: значај, утицај, благовременост, близина, неуобичајеност, конфликт и хумор” (Куртић, 2009: 39). У дигиталном добу, новинарски стандарди су ослабљени највише због брзине у објављивању садржаја, притиска друштвених мрежа и сензационализма који све више потискује критеријум одабира вијести према значају за јавност. „Верификација је један од камена темељаца професионалне идеологије новинарства” и „заједно са сродним концептима као што су објективност, непристрасност и аутономија, служи као темељна граница за разликовање професије новинарства од других облика јавне комуникације”⁴ (Hermida, 2015: 38). Christin (2020: 3) сматра да постоје двије врсте процјене новинарске вриједности текстова и медијских садржаја: уредничка и процјена заснована „на кликовима”. Уредничка подразумијева оригинално извјештавање, провјеру чињеница, иновативне углове посматрања, квалитет садржаја и карактеристична је за традиционалне медије и преддигитални период, док се процјена заснована на кликовима огледа у квантитативним показатељима и новинарски успех се тада повезује са способношћу да садржај постане виралан. Ове двије процјене често се сукобљавају.⁵

Телевизијско извјештавање наглашава „живост” и визуелни кредибилитет. Телевизија као аудио-визуелни медиј користи комбинацију графике, текста, анимације, звука и видеа, што јој омогућава тренутну и интензивну комуникацију са публиком. У кризним ситуацијама има капацитет да пружи непосредан увид у дешавања, што често појачава перцепцију важности и хитности информације. Један од главних изазова телевизијског извјештавања у кризама јесте управљање непотврђеним информацијама и избјегавање панике, што захтијева етичку и редакцијску дисциплину, па је неопходно одржавати равнотежу између привлачења пажње и објективног извјештавања. У кризним околностима редакције често користе експертске коментаре, како би публици објаснили контекст и могуће посљедице. Уобличавање наративног оквира кроз титлове, графике и избор кадра утиче на иницијалну перцепцију публике, што агенда-сетинг и фрејминг теорије одређују као моћне ефекте првог утиска. „Иако се чини да се план вести свакодневно мења, принципи избора и презентације који леже у позадини самих вести јесу постојани. Ови принципи често се називају и мерилима вести и укључују неке од следећих карактеристика: ... персонализација, негативитет, локалност, право

⁴ Превод аутора

⁵ Превод аутора

време саопштавања – тајминг, слике, једноставност” (Мек Квин, 2000: 123–132).

Ограничени производним циклусом и просторним оквирима, штампани медији, нарочито у кризним ситуацијама, теже цјеловитој верзији догађаја и употреби службених извора. Ослањају се на провјерене и верификоване информације, чиме се гради повјерење публике и избјегава ширење панике. У политичко-економским условима појачаног тржишног притиска и штампа се креће ка визуелно наглашеним, интригантним конструкцијама, али уз већу склоност ка контекстуализацији (хронологија, правни оквир, актери, институционалне надлежности). Тако помаже публици да уочи узрочно-посљедиичне односе, али може пропустити касније корекције које дигитални медији лакше инкорпоришу. Овај формат је аналитички стабилнији, али спорији у објављивању. У њима доминирају стандардни новинарски жанрови.

За разлику од тога, онлајн-медији функционишу у динамичном и интерактивном окружењу у којем уреднички процес све чешће укључује елементе аналитике, алгоритамских препорука и повратних реакција публике. У дигиталном простору вијест се не објављује само као резултат уредничке одлуке, већ и као одговор на мјерљиве показатеље – број кликова, вријеме задржавања на страници, виралност на друштвеним мрежама. „Технологија је омогућила дописницима и новинским организацијама да готово тренутно пренесу информације, а публика је почела да очекује непосредно извештавање о најновијем догађају” (Крејг, 2005: 22). Умјесто ограничења простора и времена, интернет омогућава теоријски бесконачан простор за објаву. Текстови могу бити дужи, обogaћени мултимедијалним садржајем (галерије, видео, инфографици, линкови), а често се објављује и више варијанти исте вијести, у зависности од развоја догађаја. Стога, вијести на онлајн-платформама нису статичне, већ подложне измјенама, допунама и корекцијама након првог објављивања. С обзиром на то да опстанак онлајн-медија умногоме зависи од прегледа и ангажмана корисника, алгоритамска видљивост постаје кључна: садржаји који имају већи ангажман публике (кликове, коментаре, дијелења) чешће добијају приоритет, због чега уређивачка политика дијелом уступа мјесто логици платформи. „Дигитална метрика или аналитика подразумевају квантитативне податке које пружају софтвери о онлајн-корисницима. Дигитални показатељи се најчешће приказују путем визуелизације података, као што су контролне табле, рангирања, листе, графикони и мапе⁶” (Christin 2020: 1). За разлику од традиционалних медија, који објављују вијести у јасно дефинисаним циклусима, онлајн-медији бришу те границе и омогућавају континуирану ажурност. Уводе нове, тзв. хибридне форме, прилагођене захтјевима и интересима публике (тзв. мултимедијални пакети), који комбинују фактографско и интерпретативно, па су границе између информације и мишљења често нејасне. „Нови сензибилитет конзумента намеће потребу рекон-

⁶ Превод аутора

струисаног новинарског израза у области жанрова (редизајнирање обрнуте пирамиде у вијестима, напуштање класичног интервјуа, нови приступ истраживачком новинарству) и прилагођавање новим медијима (стратегија конвергенције рада у креирању садржаја)” (Петровић, 2014: 10). Подстичу активну публику, чиме се умањује разлика између креатора и корисника садржаја. Док су новинари у штампи, на радију и телевизији деценијама градили извјештаје на основу провјерених, институционалних и личних извора, с наглашеном улогом уредничке селекције, у дигиталном простору долази до проширења спектра извора. Онлајн-медији се у великој мјери ослањају на агенцијске вијести, саопштења, друштвене мреже и кориснички генерисан садржај, што отвара простор за већу разноврсност, али и за повећан ризик од нетачних информација. „Веб проширује новинарске могућности, али су дигитално усмјерени новинари више „стручњаци опште праксе” него специјалисти. Флексибилан начин прикупљања вести води ка минимизирању извештавања и анализе, а мултимедијални новинари постају пасивни процесори коришћеног материјала” (Петровић, 2014: 168). Посебну димензију у спектру разлика чине језик и стил изражавања. Традиционални медији негују формалнији дискурс, са строгошћу у синтакси и избору термина, гдје је вијест јасна, сажета и раумљива широкој публици, док у онлајн-медијима језик постаје редукован, динамичнији и често сензационалистички обојен, с циљем да привуче пажњу читаоца у окружењу хиперпродукције садржаја. Разлика између традиционалних и онлајн-медија посебно је изражена у обликовању наслова и најава. У традиционалним медијима, наслов је информативан и у функцији сажимања вијести, док у онлајн-простору доминира кликабилни наслов – често хиперболичан, сугестиван или непотпуно информативан, али направљен да привуче публику и продужи вријеме задржавања читаоца.

СТУДИЈА СЛУЧАЈА

Емпиријски дио овог рада заснован је на студији случаја која обухвата компаративну анализу садржаја и критичку дискурзивну анализу. Јединице анализе представљају појединачне објаве и прилози у три медијска формата (штампа, ТВ, онлајн) у дефинисаном временском оквиру кризног догађаја. Анализом су обухваћени сљедећи медији: програмски садржаји централних информативних емисија Радио-телевизије Републике Српске /РТРС/ и Радио-телевизије Федерације БиХ /РТВ ФБиХ/, вијести објављене на порталима Klix.ba, Avaz.ba у временском оквиру од 20.00 часова 23. априла 2025. године до поноћи истог дана, као и штампано издање листа „Дневни аваз” за 25. април 2025. године. Квалитативном, семантичком и дискурзивном анализом праћени су сљедећи параметри: извори информација, брзина објављивања, новинарски уклон у односу на природу догађаја, лингвистички и стилски оквири обликовања конфликта, као и употреба наратива (вербалних и визуелних маркера драматизације) у функцији обликовања јавног мњења. Овако постављена шема омогућава да се, у складу са претходно изложеним тео-

ријским оквирима, идентификују ефекти различитих медијских формата на селекцију и интерпретацију информација. Студија случаја којом ћемо покушати да одредимо разлике између извјештавања традиционалних и онлајн-медија односи се на дешавања у Административном центру Владе Републике Српске у Источном Сарајеву и испред центра, 23. априла 2025. године. Посматрани догађај обједињује три димензије: политичку, јер је открио дубину подјела у БиХ; институционалну, будући да је довео у питање однос надлежности између државног и ентитетског нивоа власти; медијску, јер је био предмет високо инструментализованог медијског извјештавања, што је додатно поларизовало јавност и произвело атмосферу „рата наратива”. Иако је догађај имао ограничен временски ток, његов медијски одјек био је вишеслојан и дуготрајан. Намјера да се предсједнику РС уручи налог за привођење створила је атмосферу неизвјесности и потенцијалне ескалације, која је у медијском дискурсу представљена не само као безбједносна, већ и као политичка криза. Визуелна драматургија, избор лексичких формулација и драматичан тон појединих извјештаја додатно су појачали перцепцију кризе, обликујући јавну интерпретацију кроз два супротстављена наратива – један о заштити легитимитета институција Републике Српске, и други о угрожавању државног ауторитета БиХ. Анализа овог инцидента у Источном Сарајеву усмјерена је на испитивање медијског дискурса и стратегија уоквиривања које су употријебљене ради мобилизације јавног мњења. Овакав приступ омогућава увид у то на који начин медији, прилагођавајући своје садржаје различитим форматима и публици, истовремено граде конкурентне верзије стварности и учествују у процесу политичке артикулације кризе.

Догађај испред Административног центра Владе Републике Српске одвијао се у нетипичном и, за припрему и обликовање садржаја традиционалних медија, периоду када се у телевизијском програму може интервенисати тренутном измјеном садржаја и емитовањем ванредних вијести, док су штампана издања у посматраном периоду већ увелико „затворена” и без могућности благовремене реакције. Ово упућује на структурну предност електронских и онлајн-медија у контексту брзине и ажурности, али, истовремено, и на њихову повећану изложеност ризику од непровјерених и непотврђених информација.

ТЕЛЕВИЗИЈА: ВИЗУЕЛНА НЕПОСРЕДНОСТ И РАНО УОКВИРИВАЊЕ КРИЗЕ

Телевизијски формати су реаговали први, користећи могућности теренског укључивања и аудио-визуелну динамику која подразумева брзо конструисање наратива. На примјеру ФТВ-а, који је емитовао прву ванредну вијест у 19.54, видљиво је уоквиривање кроз први утисак, јер је догађај представљен као институционални сукоб, без потврђених информација, уз реторичко испитивање намјера актера („да ли је био свјестан...”). Тај оквир

имплицитно указује на потенцијалну кризу, што је у складу с теоријом да медији не говоре публици шта да мисли, већ о чему да мисли.

РТРС, иако касније реагује, користи стратегију афирмативног уоквиривања институција Републике Српске, што упућује на идеолошке оријентације јавних сервиса у Босни и Херцеговини. Укључење репортера с лица мјеста (20.05) одаје утисак „свједочења”, али без вишеструке провјере извора, ствара се ефекат когнитивне сигурности – „био сам тамо, видео сам све”. То репортеру додјељује улогу посредника и тумача кризе, што надилази информативну функцију медија.

Разлике у уређивачким политикама ових јавних сервиса јасно су уочљиве: ФТВ наглашава димензију институционалног конфликта, док РТРС истиче заштиту легитимитета и безбједности РС. Овакви избори у уоквиривању директно обликују почетне перцепције јавности, што је у складу са теоријама агенде и фрејминга које наглашавају ефекат „првог утиска”.

ОНЛАЈН-МЕДИЈИ:

АЛГОРИТАМСКА ДРАМАТИЗАЦИЈА И ЕКОНОМИЈА ПАЖЊЕ

Онлајн-медији (Klix.ba и Avaz.ba) показују највећи степен динамике и учестале објаве (7 текстова у неколико сати), што је у складу са теоријом економије пажње. Прве вијести су неутралне и информативног карактера, са јасним навођењем актера (Милорад Додик, СИПА, МУП РС и Специјална антитерористичка јединица). Уочава се блага напетост која се у вијестима исказује синтагмом „пријетња од употребе силе”⁷, а од 20.40 долази до стилског заокрета према драматизацији: „дуге цијеви”⁸, „оружана побуна”⁹, „драма у Лукавици”¹⁰, „до зуба наоружани специјалци”¹¹, „пушке намјештене за рафалну палбу”¹², „хоће крв”¹³. Ови изрази граде доминантан оквир кризе која

⁷ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/policija-rs-a-je-sprjecavanjem-sipa-e-da-privede-dodik-a-izvrsila-oruzanu-pobunu/250423182> Приступљено 24. 4. у 11.10

⁸ <https://avaz.ba/vijesti/bih/969510/pripadnici-sipa-e-se-povukli-nakon-sto-se-mup-rs-pojavio-s-dugim-cijevima-ispred-zgrade-se-pojavilo-i-vozilo-eufor-a> Приступљено 24. 4. 2025. године у 11.10

⁹ <https://avaz.ba/vijesti/bih/969514/u-lukavici-se-desila-oruzana-pobuna-mup-a-rs-i-st-a-cemo-sad> Приступљено 24. 4. 2025. године у 11.35

¹⁰ <https://avaz.ba/vijesti/bih/969523/video-pogledajte-sta-se-dogadja-ispred-administrativnog-centra-vlade-rs-duge-cijevi-ispred-dodik-ne-izlazi> Приступљено 24. 4. 2025. године у 11.25

¹¹ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/do-zuba-naoruzani-specijalci-mup-a-rs-cuvaju-dodiko-v-automobil-u-istocnom-sarajevu/250423192> Приступљено 24. 4. 2025. године у 11.15

¹² <https://www.klix.ba/vijesti/bih/saroliki-sastav-mup-rs-a-s-amblemima-vojske-srbije-i-simbolima-marvelovih-antijunaka-nosio-otkocene-puske/250424065> Приступљено 24. 4. 2025. године у 11.15

¹³ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/kriminolog-huremagic-zavrsena-je-svaka-iluzija-dodi-k-hoce-krv-nije-bitno-ciju/250423200> Приступљено 24. 4. 2025. године у 11.20

ескалира и стварају утисак конфликтног односа између нивоа власти. Све објављене вијести су репетитивно структурисане, понављају се дијелови текста, што указује на недостатак нових информација и извора. У том смислу, примјетна је тенденција комерцијалних портала да се оријентишу ка „економији пажње”, при чему се сензационализмом повећава видљивост текста. Такву промјену могуће је тумачити као производ редакцијског прилагођавања метрики посјећености. Онлајн-текстови се понављају, а дијелови садржаја реплицирају без нових извора, што указује на модел „рециклирања информација” типичан за дигиталне платформе (Петровић, 2024). У том смислу, наратив не прати развој догађаја, већ логику алгоритамске видљивости. У извјештајима портали Кликс и Аваз користе стратегије које дискредитују једне актере, а легитимизују друге. Употребом термина „оружана побуна”, „до зуба наоружани специјалци”, „пушке намјештене на рафалну паљбу”, „хоће крв” у односу на МУП Републике Српске и његове припаднике врши се директно семантичко позиционирање. Начин на који су ови медији обликовали перцепцију конфликта и политичке актере представља конструисан наратив о одговорности једне стране, у овом случају Републике Српске и њених институција, уз очигледну идеолошку поларизацију, а дискурс одражава дубоке политичке тензије и етничке подјеле у БиХ.

ШТАМПА: СТАБИЛИЗАЦИЈА И ИНСТИТУЦИОНАЛНА ИНТЕРПРЕТАЦИЈА

Штампани медији касније реагују због затвореног производног циклуса, али управо то омогућава структурисан и контекстуалан приступ. У студији је уочено да штампа тежи нормативном и аналитичком оквиру, у складу с класичним жанровским стандардима. У текстовима се чешће јављају званични извори, хронологија и институционални опис. Текст објављен у новинама „Дневни аваз” 25. априла, у наслову истиче кључну нарацију из угла СИПА-е, чиме је редакција овог листа одмах уоквирила одговорност у поступању ове државне безбједносне агенције. Стил писања је правно-административан, који тексту даје легалистички тон и легитимизује дјеловање СИПА-е. Порука „наредба није реализована” саопштава исход догађаја без дескриптивних детаља о тензијама на терену. Актери догађаја су јасно раздвојени, СИПА је уоквирана као законита, опрезна и одговорна, док је МУП Републике Српске приказан као препрека у извршењу судске наредбе, чиме се имплицира институционални конфликт. Штампано издање „Дневног аваз” дјелује објективније и уравнотеженије од онлајн-издања, избјегава сензационалистички тон и користи институционалне изворе, што доприноси утиску да је у тексту посматрани догађај сажет у балансирану цјелину. Штампа и у посматраном случају настоји да се догађај објасни у институционалним границама, корективним наративом. Међутим, управо зато штампа нема капацитет да утиче на иницијално уоквиривање кризе, што за телевизију представља редакцијску предност.

ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Анализа студије случаја показује да медијски формат не представља само канал дистрибуције информација, већ утиче на саму структуру и смисао поруке. Кризни догађај није истовјетно пренесен у три медијска формата, већ је свјесно или несвјесно конструисан на различите начине, у складу с техничким могућностима, уређивачким политикама и логиком платформе. Телевизијско извјештавање показало је тенденцију брзог уоквиривања догађаја, што је омогућено визуелном непосредношћу и могућностима директног јављања с лица мјеста. Ствара се ефекат „првог утиска“, који, према теорији агенда-сетинга, има диспропорционалан утицај на каснију перцепцију кризе. Телевизија на тај начин не само да информише, већ активно формира наратив о томе шта је криза и ко су актери. Уочљиво је да телевизијски формат, ослањајући се на тежњу за брзом реакцијом, често прибјегава реторичким питањима и личном увиду репортера, што гради ауторитет извјештавања, али може ограничити сложенију интерпретацију догађаја. Онлајн-медији представљају специфичну категорију, њихово извјештавање показује највиши степен прилагодљивости, али и најјачи утицај логике дигиталних платформи. Уочена је репетитивност текстова, преформулација већ објављених садржаја и постепено појачавање драматичног тона. Језик који користе („пушке намјештене на рафалну паљбу“, „наоружани до зуба“) указује на тенденцију драматизације и стварања утиска непосредне опасности. Ова пракса показује утицај економије пажње, јер садржаји који генеришу емоционалну реакцију добијају већу алгоритамску видљивост и, самим тим, постају „медијски релевантни“. Онлајн-медији, дакле, не преносе само догађај, већ га адаптирају за циркулацију у дигиталном окружењу. Штампани медији, с друге стране, дјелују у правцу стабилизације и контекстуализације вијести. Штампана спорије реагује у првом таласу кризе (затворен производни циклус и потреба уређивачке обраде), али користи структурисане новинарске форме које омогућавају систематичније представљање догађаја. Текстови у штампаним медијима ослањају се на званичне изворе, хронологију догађаја и институционалну интерпретацију, што унапређује информацијску стабилност, али смањује могућност утицаја на иницијално уоквиривање кризе. У том смислу, штампа не гради кризу, она је накнадно тумачи. Критичка дискурзивна анализа показала је да сви посматрани медији, и традиционални и онлајн, конструишу стварност кроз селективну употребу језика, избора извора информација и симболичких маркера, при чему њихови извјештаји често одражавају идеолошке, политичке и етничке оквире. У том смислу, медијски дискурс у БиХ не само да информише јавност, већ и активно учествује у политичкој артикулацији подјела.

Највећи изазов кризног извјештавања јесте управљање неизвјесношћу без прибјегавања драматизацији. Да би се очувао кредибилитет и етичка димензија новинарства, потребно је јасно означити статус информација (потврђене/ непотврђене), транспарентно наводити изворе и видљиво исправљати

погрешне наводе. На тај начин медији могу да одговоре на потребе јавности за правовременим и тачним информацијама и истовремено избјегну ризик да постану инструменти политичке манипулације. Посматрани случај указује да је новинарство у БиХ у раскораку између професионалних стандарда и дигиталних притисака. Док традиционални медији представљају релативно стабилне изворе информисања, онлајн-медији доминирају у брзини и опсегу, али често појачаним сензационализмом. Будућа истраживања требало би усмјерити на развој редакцијских протокола за кризне ситуације, као и на анализу начина не које публика интерпретира различите медијске наративе, јер је управо тај аспект најважнији за разумијевање посљедица кризног извјештавања на одређену друштвену заједницу.

Литература

- Баровић, В. (2012). *Медијско извештавање у кризним ситуацијама*. Нови Сад: Филозофски факултет.
- Крејг, Р. (2005). *Он-лајн новинарство*. Београд: Клио.
- Куртић, Н. (2009). *Основи писања за медије*. Сарајево: Медиа план институт.
- Мек Квин, Д. (2000). *Телевизија*. Београд: Клио.
- Миливојевић, С. ет ал. (2011). *Пројекат – Професија на раскришћу – новинарство на прагу информационе гоба*. Београд: Центар за медије и медијска истраживања Факултета политичких наука.
- Петровић, Р. (2014). *Нови журнализам – како сачини новинарство*. Београд: Јасен.

- Christin, A. (2020). *Metrics at Work: Journalism and the Contested Meaning of Algorithms*. Princeton: Princeton University Press.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding* (4th ed.). SAGE.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis Communications: A Casebook Approach* (5th ed.). Routledge.
- Hermida, A. (2015). *Nothing but the truth: Redrafting the journalistic boundary of verification*. In: Carlson, M. & Lewis, S.C. (Eds.), *Boundaries of journalism: professionalism, practices and participation* (pp. 37–50). Oxford: Routledge.

Остали извори

Дневник 2 Радио-телевизије Републике Српске за 23. 4. 2025. године

Дневник 2 Федералне телевизије за 23. 4. 2025. године

Издање листа „Дневни Аваз” за 25. 4. 2025. године

Интернет извори

<https://www.klix.ba/>

<https://avaz.ba/>

Aleksandra N. Mandić
Dejana D. Radovanović Šarenac

CRISIS REPORTING ACROSS THREE MEDIA FORMATS: TELEVISION, PRINT, AND ONLINE

Summary

The development of digital technologies over the past two decades has profoundly transformed the ways in which media content is produced, shaped, and distributed. These changes are not merely technical in nature; they influence writing style, headline selection, text length, publishing rhythm, and even editorial policy criteria. In traditional media, information is directed toward a clearly structured and limited presentation, largely relying on official sources. In contrast, online platforms provide an almost unlimited space, allowing journalists and editors to update content continuously and enrich it with multimedia elements, while simultaneously generating pressure due to audience expectations.

This paper examines the differences in crisis reporting across traditional and online formats, with a particular focus on a case study: the events in and around the Administrative Center of the Government of the Republika Srpska in East Sarajevo on April 23, 2025 – the meeting between Republika Srpska President Milorad Dodik and representatives of the City of East Sarajevo, and the arrival of members of the State Investigation and Protection Agency of Bosnia and Herzegovina (SIPA) seeking to deliver a detention warrant to Dodik.

The analyzed media coverage included the central news programs of Radio Television of Republika Srpska (RTRS) and Radio Television of the Federation of Bosnia and Herzegovina (RTV FBiH); news articles published on the portals *Klix.ba* and *Avaz.ba* between 20:00 and midnight on April 23, 2025; as well as the print edition of *Dnevni Avaz* of April 25, 2025. Through qualitative, quantitative, semantic, and discourse analysis, the following parameters were examined: sources of information, speed of publication, journalistic framing of the event, linguistic and stylistic construction of conflict, and the use of narratives (verbal and visual markers of dramatization) in shaping public opinion. This framework enables the identification, in line with previously outlined theoretical concepts, of the effects that different media formats have on the selection and interpretation of information. The ways in which television broadcasters and online portals framed the same event demonstrate that media do not act as neutral transmitters of information, but as active participants in shaping public discourse and perceptions of crisis. Traditional media, constrained by temporal and spatial limits, tend to offer more stable and analytically shaped messages, with their interpretations often determined by editorial policy and the political context in which they operate. Television reporting, owing to its visual immediacy, has the capacity to quickly “lock in” a narrative frame and direct

public attention toward a specific interpretation of the crisis. Print media, though slower to respond, tend to provide a more systematic representation of events, with a stronger emphasis on contextualization and reliance on institutional/official sources. Online media, on the other hand, function in an environment dictated by the logic of the “attention economy.” Instead of traditional journalistic selection criteria, priority is frequently given to indicators of visibility—numbers of clicks, shares, and comments. Such an approach encourages the use of sensationalist language, dramatization, and repetitive publishing, thereby increasing the risk of disseminating unverified information and constructing perceptions of crisis disproportionate to actual events. Critical discourse analysis revealed that all observed media—both traditional and online—construct reality through selective use of language, choice of information sources, and symbolic markers, with their reports often reflecting ideological, political, and ethnic frameworks. In this sense, the media discourse in Bosnia and Herzegovina not only informs the public but also actively participates in the political articulation of divisions.

The analyzed case indicates that journalism in Bosnia and Herzegovina is caught between professional standards and digital pressures. While traditional media remain relatively stable sources of information, online media dominate in speed and reach, albeit often with amplified sensationalism.

Key words: reporting, crisis, television, print media, online media