

DOI 10.51558/2490-3647.2021.6.1.453

UDK 316.776:005.32

Primljeno: 10. 11. 2020.

Izvorni naučni rad

Original scientific paper

Šejn Husejnefendić, Enita Čustović

KOMENTARI NA ONLINE PORTALIMA U DOBA INFO/PAN/DEMIJE: U POTRAZI ZA VRIJEDNOSTIMA

Rad analizira utjecaj infodemije u sferi građanskog novinarstva tokom drugog vala COVID-19 pandemije. Komparativna analiza percepcije pandemije COVID-19 virusa u razvijenim demokratskim društvima i njegovih reperkusija (na publiku prije svega) te usporedba sa informativnim vrijednostima komentara na najposjećenijim online portalima u Bosni i Hercegovini u fokusu su ovoga rada. Vodeći se tim ciljevima rad je podijeljen na dva dijela. Prvi dio rada analizira egzuberantno širenje informacija u drugom valu COVID-19 pandemije u svijetu, s fokusom na socijalne mreže i pisanje građana – publike o pandemiji, što je nedvojbeno poprimilo sva obilježja infodemije, pri čemu je teško determinirati informativnu vrijednost komentara, odnosno pisanja prosumera. Web 2.0 kao dominantni alat diseminacije svih vrsta medijskih sadržaja te sveopći pristup i sloboda komentarisanja utjecali su na doživljaj i – konsekvantno – percepciju dostupnih informacija. Informativna kakofonija utjecala je na publiku (koja je ujedno i generator „informativnih“ sadržaja) na nekoliko načina koji su pomenuti u prvom dijelu rada. Drugi dio rada bavi se isključivo analizom sadržaja komentara na bosanskohercegovačkim informativnim portalima velike posjećenosti – www.klix.ba i www.radiosarajevo.ba, a s ciljem ispitivanja razine informativne vrijednosti komentara. Ustanovljeno je da većina komentara nema upotrebljivu informativnu vrijednost i doprinosi medijskoj kakofoniji. Ako u fokus uzmemo informativne vrijednosti komentara oni najčešće ne pružaju upotrebljive informacije ili u najboljem slučaju daju informacije upitne ili teško provjerljive vjerodostojnosti (iako mogu izgledati uvjerljivo i/ili argumentovano). Zaključno, analiza i interpretacija komentara posjetilaca bh. informativnih portala pokazat će nisku informativnu vrijednost sa rijetkim primjerima (polu)kvalitetnih informacija upotrebljivog sadržaja.

Ključne riječi: građansko; novinarstvo; socijalni mediji; komentari; COVID; infodemija; informacija

1. UVODNE NAPOMENE

COVID-19 pandemija obilježila je 2020. godinu. Drugi val pandemije, koji još traje, promijenio je način života, poslovanja i socijalnu dinamiku svih društava, a o utjecaju na ekonomiju¹, mobilnost radne snage, studenata i turista suviše je i polemisati. Ono što je sa stanovišta mediologije i komunikologije značajno jeste koliko su online mediji doprinijeli percepciji virusa i kakve su reperkusije izvještavanja online medija o pandemiji. Trend rasta i pada broja zaraženih korelirao je sa pravilima ponašanja diktiranim odlukama vladajućih tijela zemalja zahvaćenih virusom, stepenom vlastite odgovornosti građana te brojem ukupno testiranih osoba. Online mediji kao besplatne i uvijek dostupne informativne platforme odigrale su bitnu ulogu u izvještavanju o pandemiji, iako je vrlo lako naći primjere (pogotovo iz marta i aprila 2020. godine) senzacionalističkog izvještavanja online medija s ciljem podizanja broja posjeta i, konsekvntno, marketinškog doprinosa mediju. Prema nalazima PEW Research Centra, društvene mreže su prema doseg i značaju još 2018. nadmašile printane medije (Sharma et al. 2020).

2. PANDEMIJA I INFODEMIOLOGIJA – TEORIJSKA ODREĐENJA

Iako od ranije poznat termin „infodemija“, sad je reaktualiziran i redefiniran te je dobio obuhvatniju zamjenu terminom *infodemiologija*; grupa internacionalnih autora infodemiologiju definira kao “nauku distribucije i određivanja informacije u elektronskim medijima – posebno internetu – ili u populaciji, a s krajnjim ciljem informiranja o javnom zdravlju i pravilima” (Sousa-Pinto 2020: 2). Naravno, ovo je jedna od prihvatljivih definicija infodemiologije dok ćemo za potrebe ovog rada koristiti nešto prikladniju definiciju Merriam-Webster rječnika koja infodemiju određuje kao: „spoj “informacija” i “epidemije” koji tipično referira na rapidno i dalekosežno širenje kako tačnih tako i netačnih informacija o nečemu poput npr. bolesti” (Merriam-Webster 2020). Grupa italijanskih autora definirala je infodemiju

¹ U jednom članku kineskih autora navodi se podatak da je ukupni GDP gubitak dosezao i do 9.170 milijardi američkih dolara – za više informacija pogledati Lyu et al. (2020).

kao: „mnoštvo dezinformacija tokom epidemije virusa... koje mogu čak i ubrzati širenje virusa ili fragmentirati društveni odziv“ (Cinelli et al. 2020).

„Ne borimo se samo protiv pandemije već i protiv infodemije“², kazao je Tedros Adhanom Ghebreyesus, generalni direktor Svjetske zdravstvene organizacije (WHO). Koncizna izjava koja je trebala (ozbiljno) upozoriti građane kako na percipiranje tako i na diseminaciju neprovjerenih informacija o (tada posebno) rastućoj pandemiji. Širenje neprovjerenih informacija ima brojne efekte: posezanje za neučinkovitim ili nepotvrđenim lijekovima, pretjerano reagiranje koje može dovesti do panike, ali i potcjenjivanje opasnosti koja dolazi od brzog širenja COVID-19 virusa. Nadalje, publika često ne uspijeva razaznati tačne od netačnih informacija te najčešće djeluje intuitivno i bez razmišljanja. Zanimljivo je i to kako publika, odnosno građani, obuhvaćeni istraživanjem jesu pokazali značajnu zadržku ukoliko se jednostavno od njih zatražilo da promisle o istinitosti/tačnosti naslova ili sadržaja informacije prije nego ga odluče dalje diseminirati (Pennycook et al. 2020). Ovo je posebno važno sa stanovišta utjecaja medijskih poruka (bilo da one dolaze sa socijalnih medija, online portala ili velikih medijskih kuća koje svoje sadržaje objavljuju online), jer imaju velike posljedice na recipijente – publiku koja može i samostalno da generira ili jednostavno dalje diseminira isti (često uznemirujući) sadržaj. S tim u vezi posebno dolazi do izražaja činjenica da je ponašanje građana, tokom perioda karantina koji je bio na snazi u skoro svim zemljama u kojima je zabilježen COVID-19 virus, povezano sa psihosocijalnim stresom (Tasnim et al. 2020: 173), porastom anksioznosti, napada panike i agresivnog ponašanja. Eksperti iz različitih sfera (medicina, vlada, mediji), ali i različitih dijelova planete upozoravali su na opasnost infodemije i pogubne utjecaje koje ima na pojedinca i društvo u cjelini. To je dovelo do udruživanja WHO i nekoliko najvećih platformi socijalnih mreža/medija s ciljem ograničavanja širenja dezinformacija i prevara te umanjavanja štetnih efekata kako na pojedinca tako i na društvo (isto). Ova inicijativa kongruentna je sa nalazima nekoliko analitičara³ koji su prepoznali važnost medija, odnosno „pravilni menadžment“ medijskog sadržaja u kampanji suzbijanja virusa⁴. Koliko „manadžement“ medijskog sadržaja sadrži elementa cenzure i/ili zadržke bitnih informacija ostaje nepoznanica budući da se u kriznim periodima (poput prirodne nepogode ili u ovom slučaju

² Kako na oficijelnom sajtu WHO tako i na twitter profilu: <https://twitter.com/who/status/1228683949796470784?lang=en>; pristupljeno 05. 10. 2020.

³ „Bolje preventivne mjere... u epidemiji podrazumijevaju kvalitet i količinu informacija dostupnih medijskim izvještavanjem“ (Chang et al. 2020: 3147).

⁴ „Način na koji mediji pokrivaju pandemiju može biti efektivan način slabljenja širenja virusa tokom ranih faza epidemije“ (Zhou et al. 2020: 2693).

pandemije) pravila, smjernice, pa i zakoni donose promptno (što može poprimiti obilježja i totalitarnog režima upravljanja).

3. GRAĐANI-NOVINARI I DRUŠTVENE MREŽE: IZMEĐU INFORMIRANJA I DEZINFORMIRANJA

Građanski medijski aktivizam, građani-novinari ili aktivna medijska participacija građana kroz njima dostupne kanale (uglavnom online zbog simplificiranosti i ekspeditivnosti samog WWW-a kao medija) daleko su od pasivne publike karakteristične za tradicionalne – uređivane mas-medije (radija, štampe i televizije). Novomedijski korisnici – *prosumeri* sada ne samo da pružaju direktan feed-back ili kritiku novinarima i medijskim kućama nego često i (su)kreiraju (v. Turčilo 2014: 159-167) odnosno diseminiraju sadržaje na vlastitim profilima (uglavnom na društvenim mrežama poput Facebooka, Twittera, YouTubea, Instagrama i sl.). Pod utjecajem pandemije COVID-19 virusa, ali i stanja u društvu/državi u globalu, najčešće „prikovani“ za monitore laptopa/tableta/smartphone-a, građani su (aktiviranjem psiholoških mehanizama zaraze i panike⁵) i sami postali generatori medijskih sadržaja diseminirajući – iz njihove perspektive – relevantne informacije putem ranije spomenutih (online) kanala. Iako u Bosni i Hercegovini Twitter po popularnost ne zauzima visoko mjesto među društvenim mrežama, spomenut ćemo da je – na globalnoj skali koja je značajnija – samo tokom mjeseca marta 2020. godine iz 182 zemlje svijeta objavljeno 30,8 miliona (!) „tweetova“ koji su sadržavali skraćenicu COVID (Sharma 2020). Tim istraživača, motiviran činjenicom da se „... javnost dā lako manipulirati da povjeruje u lažne informacije što u ovom slučaju može imati štetne posljedice na javno zdravlje“ (isto), obavio je kompleksnu detekciju dezinformativnih (štetnih) sadržaja na Twitteru. Neobrađene podatke kategorizirali su u četiri grupe: 1) Nepouzdana, 2) Teorije zavjere, 3) „Clickbait“ – linkovi-mamci za veći broj posjeta i 4) Pristrasni/politički. Zaključak istraživanja je bio kako većina „tweetova“ sadržava barem jedan od prethodno pomenutih elemenata (uz, naravno, činjenicu da je bilo preklapanja u pojedinim „tweetovima“; nepouzdana *clickbait* koji vodi na stranicu o teoriji zavjere potpuno je politički konotiran). Osim ove rađene su i druge studije, poput one o utjecaju „tweet-botova“ („bot“ je kolokvijalan izraz za automatski program niskog stepena autonomije i inteligencije koji na osnovu nekoliko bazičnih postavki i adekvatnog „učućeg“ algoritma samostalno producira i objavljuje

⁵ „Panika u socijalnim medijima se širi brže nego COVID-19“ (Depoux 2020).

sadržaj na društvenim mrežama) na prirodu i efekte informacija diseminiranih na Twitteru (Ferrara 2020).

Kako je Twitter među dominantnijim društvenim medijima u SAD-u i Japanu, YouTube generalno posvuda, a Facebook okupira pažnju većine građana u drugim razvijenim i manje razvijenim društvima, tako su i trendovi diseminacije (dez)informacija varirali od države do države i od jedne društvene mreže do druge. Spomenute studije potvrdile su npr. veća odstupanja pouzdanosti informacija i komentara na YouTube-u, iako je npr. manje poznata mreža GAB imala skoro 70% nepouzdanog ili neautentičnog informativnog sadržaja (Cinell et al. 2020). Konsekventno se radilo i na protumjerama suzbijanja infodemije na mrežama kroz izradu smjernica („crash-course“ ili ubrzani tečaj medijske pismenosti) za online publiku – prosumere, pri čemu internacionalna grupa autora (Chan et al. 2020) navodi sedam kriterija za „odgovornu diseminaciju informacija putem društvenih mreža“:

- 1) Preferirano korištenje pouzdanih profesionalnih foruma ili komunikacijskih skupina za dostavu informacija.
- 2) Jasna identifikacija izvora informacija koja omogućuje korisniku procjenu vjerojatne istinitosti i kvalitete informacija.
- 3) Izjava o sukobu interesa – gdje je moguće.
- 4) Identificiranje metoda provjere izvora kada je to prikladno/potrebno – adresa web stranice ako izvor nije lako dostupan jednostavnim pretraživanjem ili institucionalna e-mail adresa inicijatora.
- 5) Transparentne metode za samostalnu provjeru i povratne informacije, npr. upotreba transparentnih FOAM platformi za procese post-publikacije pregleda sadržaja te pružanje autorskih/institucionalnih kontaktnih podataka kako bi se kritike izravno mogle usmjeriti na inicijatore.
- 6) Transparentna potvrda i dokumentiranje saradnje s identificiranim ekspertima i, gdje je potrebno, prilagodba informacije da bi se zadovoljile kontekstualne potrebe.
- 7) Obaviti „tradicionalni“ proces inspekcije sadržaja čim je to izvodivo i, ako je primjereno, referencirati dobivene rezultate inspekcije sadržaja.

Ad-hoc kampanja promidžbe medijske pismenosti u kontekstu pandemije COVID-a, samoizolacije i nametnutih zaštitnih mjera, ograničenja kretanja, potpuno dislociranog načina poslovanja i života, dala je, kako pokazuju empirijska istraživanja, malo željenog efekta. Komentari posjetilaca YouTube kanala, korisnici Facebook-a, ali i Twitter-a rasli su velikom brzinom, a zajedno sa njima su se rađale, preoblikovale,

utihnule i reinkarnirale brojne teorije zavjere⁶, objavljivali nedjelotvorni ili štetni savjeti za „borbu protiv virusa“⁷ te mnoge druge dezinformacije, neistine, poluistine, „šokantna saznanja/priznanja“ itd. Kakofonija⁸ online objavljenog multimedijalnog sadržaja mjerena egzabajtima informacija propuštenih kroz WWW vjerovatno do sada nije zabilježena i nužno je aficirala čak i one pronicljivije pojedince sklone strožijem skrutiniziranju dostupnih podataka.

Kakva je situacija bila u oktobru 2020. godine s komentarima i produkcijom medijskog i informativnog sadržaja kada je riječ o bosanskohercegovačkim građanima, kakav je kvalitet/priroda tih komentara/informacija te koje reperkusije oni mogu imati, nastojimo odgovoriti u empirijskom dijelu rada.

4. METODOLOŠKI OKVIR ISTRAŽIVANJA

S ciljem analize i interpretacije informativne vrijednosti komentara na informacije o koronavirusu (COVID-19) na bosanskohercegovačkim informativnim portalima velike posjećenosti i percepcije posjetilaca spram dostupnih informacija, najprije je određen uzorak istraživanja. Zbog specifičnosti sadržaja koji su predmet analize – komentari na plasirane informacije povodom COVID-19 pandemije, iz uzorka najposjećenijih informativnih portala u Bosni i Hercegovini⁹, izdvojena su dva kod kojih je moguće ostavljanje anonimnog komentara na objavljeni sadržaj, i to portali **www.klix.ba** i **radiosarajevo.ba**.

Okosnica ovog istraživanja bilo je pitanje: Koji je nivo (informativnih) vrijednosti komentara posjetilaca online portala **www.klix.ba** i **radiosarajevo.ba**? Glavna zadaća bila je dobiti određena kvantitativna i kvalitativna saznanja o komentarima ostavljenim na informacije o koronavirusu/pandemiji COVID-19. Ciljevi rada bili su utvrditi

⁶ Poput popularne teorije zavjere da je pandemija COVID-a paravan za „chipiranje ljudi kako bi se njima upravljalo preko 5G mreže“ primjer: <https://www.vecernji.hr/vijesti/razotkrivamo-teorije-zavjere-korona-je-pustena-da-nas-cijepljenjem-cipiraju-5g-ce-unistit-eu-1402885> pristupljeno 06.10.2020.

⁷ „Pijte votku, dva puta tjedno u saunu i radite na farmama, traktor sve izliječi“, itjavo je bjeloruski predsjednik Lukašenko prema: <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/lukaskov-lijek-za-koronavirus-pijte-votku-dva-puta-tjedno-u-saunu-i-radite-na-farmama-traktor-sve-izlijeci-20200329> pristupljeno 06. 10. 2020. Ili Trumpov „savjet“ građanima da ubrizgavaju ili piju dezinfekcijska sredstva. <https://dnevnik.hr/vijesti/koronavirus/lijeznici-u-soku-nakon-trumpovog-prijedloga-o-lijeku-za-koronavirus-to-je-poznata-metoda-koju-ljudi-koriste-kada-se-zele-ubiti-602836.html> pristupljeno 06. 10. 2020.

⁸ Prema Merriam-Webster online rječniku kakofoniju definiramo kao „glasne, konfuzne i obično neharmonične zvukove“. U ovom kontekstu kakofonija je približni sinonim za hiperprodukciju online sadržaja često konfuznog i neharmoničnog, što kakofoniju dovodi blisko (ali, naravno, ne izjednačava) u ravan s infodemijom.

⁹ Prema analytics.google.com i www.alexacom.com najposjećeniji portali, u istraživanom periodu u Bosni i Hercegovini su: [avaz.ba](https://www.avaz.ba), www.klix.ba, [hayat.ba](https://www.hayat.ba), www.atvbl.com, www.nezavisne.com, www.oslobodjenje.ba i [radiosarajevo.ba](https://www.radiosarajevo.ba).

na koji način posjetioci ovih portala percipiraju aktuelne informacije povodom pandemije COVID-19 te da li je u komentarima koje ostavljaju moguće prepoznati informativne vrijednosti. Iz navedenih ciljeva izvedena je polazna hipoteza koja glasi: *Najveći broj komentara na informativnim portalima nema upotrebljivu informativnu vrijednost i značajno doprinosi medijskoj kakofoniji*. Kako bi se provjerila polazišna hipoteza bilo je neophodno dobiti odgovore na sljedeća pitanja:

1. Da li informacije o COVID-19 pandemiji plasirane na bosanskohercegovačkim portalima imaju obilježja infodemije?
2. Kakve su reakcije posjetilaca na pročitane informacije?
3. Koja je razina informativnosti u komentarima posjetilaca?
4. Koliki je utjecaj komentara na medijsku kakofoniju?

Na osnovu ciljeva istraživanja i polazne hipoteze, odabran je metod analize sadržaja. Kako je prethodno istaknuto, istraživanje se temelji na uzorku od dva online portala – www.klix.ba i radiosarajevo.ba koji imaju mogućnost ostavljanja anonimnog komentara na objavljeni medijski sadržaj. Istraživanje je provedeno u trajanju od sedam (7) dana i to od 19. 10. 2020. do 25. 10. 2020. godine, a u fokusu su bile sve vijesti/informacije u vezi sa koronavirusom (COVID-19) objavljene na ovim portalima te komentari na plasirane vijesti/informacije.¹⁰ Zbog relevantnosti uzorka obuhvaćeni su svi dani u sedmici, kako radni, tako i dani vikenda. Također, prilikom prikupljanja podataka o komentarima (kvantitativno i kvalitativno) vodilo se računa o aktuelnosti pojedinih informacija i zanimanju za njih. U obzir su uzeti svi komentari na dostupne informacije, ostavljeni u roku od dva dana (48 sati) nakon objave informacije. Kada je riječ o analizi sadržaja kao metodi koja će u ovom istraživanju biti korištena, nužno je naglasiti da zbog specifičnosti analize podataka koje podrazumijeva ovakvo istraživanje, ova metoda uključuje i kvantitativni i kvalitativni pristup istraživanju problema. Naime, iako može biti “instrument za analizu društvenog sadržaja tekstova” (Kukić, Markić 2006: 219), ne može joj se poreći ni dimenzija kvantitativnosti koju ističe Adorno, naglašavajući da “kvalitativna analiza sadržaja dekodira društveni položaj, a svaka kvantifikacija nužno je kvalifikacija” (prema Kukić, Markić 2006: 219). U skladu sa navedenim, iz podataka dobijenih analizom sadržaja komentara, a imajući u vidu njihov kontekst, pokušat će se izvesti valjani zaključci.

¹⁰ Istraživanjem su obuhvaćene sve informacije koje direktno ili indirektno tretiraju koronavirus, odnosno pandemiju COVID-19, a u istraživanom periodu nije zabilježena nikakva „afera“ u vezi sa koronavirusom/COVID-19 pandemijom u Bosni i Hercegovini koja bi utjecala na povećan broj objava/informacija.

4.1. Analiza i interpretacija rezultata istraživanja

4.1.1. Infodemija na bosanskohercegovačkim portalima

U nastojanju da se odgovori na to da li informacije o COVID-19 pandemiji, plasirane na bosanskohercegovačkim portalima, imaju obilježja infodemije (kvantitativno i kvalitativno), nužno je bilo krenuti od “infodemije” i onoga što ona jeste. Kada je generalni direktor Svjetske zdravstvene organizacije rekao prethodno navedenu i sada već antologijsku rečenicu „Ne borimo se samo protiv pandemije već i protiv infodemije“, sigurno nije mogao ni zamisliti obim i dalekosežnost širenja i epidemije i informacija o epidemiji. Infodemija, kao prekomjerna količina informacija o nekom problemu, koja otežava pronalaženje rješenja, tokom zdravstvene krize može ugušiti vjerodostojne informacije i otvoriti prostor širenju glasina, otežavajući učinkovitu javnozdravstvenu reakciju.¹¹ U vezi s navedenim, pokušalo se istražiti da li i u kojoj mjeri informacije plasirane na bosanskohercegovačkim portalima poprimaju obilježja infodemije?

Kako je prethodno istaknuto, na dva bosanskohercegovačka portala, u periodu od sedam dana, praćene su i bilježene sve informacije objavljene u vezi sa koronavirusom, odnosno COVID-19 pandemijom. Prikupljeni su i podaci o broju i vrsti komentara ostavljenih na pomenute sadržaje.

Kada je riječ o **portalu www.klix.ba**, u sedam dana evidentirano je **ukupno 57** objavljenih vijesti/informacija u vezi sa pandemijom COVID-19, odnosno koronavirusom, što je u prosjeku više od **osam vijesti dnevno** na ovu temu. Komparacije radi, na portalu **www.klix.ba** u pomenutom periodu objavljene su ukupno 392 vijesti. Dakle, dnevno, u prosjeku je objavljeno 56 vijesti u okviru sedam preostalih rubrika vijesti - BiH, Regija, Svijet, Crna hronika, Dijaspورا, Humanitarne akcije i BBC News, gdje su vijesti o korona virusu zasebna, osma rubrika. Istina, najviše vijesti (u prosjeku 27 dnevno) u ispitivanom periodu objavljeno je u rubrici „BiH“, a najmanje u rubrici „Humanitarne akcije“ (manje od jedne dnevno), no u vijestima rubrike „BiH“ nalaze se i informacije o koronavirusu, odnosno pandemiji COVID-19 (u prosjeku sedam ovakvih vijesti), što znači da je najmanje svaka četvrta vijest iz Bosne i Hercegovine, odnosno svaka sedma vijest objavljena na portalu **www.klix.ba** u vezi sa koronavirusom/pandemijom COVID-19. Ostavljeno je čak **4039 komentara** na ove sadržaje, tako da je prosječan broj komentara posjetilaca

¹¹ Vidjeti više na: <https://www.medijskapismenost.hr/sto-je-infodemija-i-kako-se-u-njoj-snaci/>, pristupljeno 30. 10. 2020.

„klix“ na vijesti o koronavirusu 577 dnevno; posmatrano u odnosu na broj objavljenih vijesti – prosječno 71 komentar po vijesti. Detaljan prikaz učestalosti objavljenih vijesti prema danima istraživanja na portalu iz uzorka (www.klix.ba) tabelarno je prikazan u nastavku:

Tabela 1: Frekvencija vijesti i komentara o koronavirusu/COVID-19 pandemiji na portalu www.klix.ba (pregled prema danima)

Datum	Broj vijesti	Broj komentara
19.10.2020.	6	268
20.10.2020.	14	857
21.10.2020.	9	815
22.10.2020	7	480
23.10.2020	8	581
24.10.2020	6	567
25.10.2020	7	471
Ukupno	57	4039

U odnosu na portal www.klix.ba, na portalu radiosarajevo.ba uočene su određene razlike u omjeru broja vijesti i komentara. Iako svaka vijest u vezi sa koronavirusom, odnosno COVID-19 pandemijom, ima veliki broj dijeljenja po društvenim mrežama, broj komentara nije izražen, i u odnosu na broj komentara na www.klix.ba, može se reći, izuzetno nizak. S aspekta broja vijesti na pomenutu temu, evidentirano ih je znatno više objavljenih na radiosarajevo.ba u odnosu na broj vijesti na www.klix.ba – gotovo dva i po puta više. Tako je **na portalu radiosarajevo.ba** u periodu od 19. 10. 2020. do 25. 10. 2020. godine evidentirano ukupno **138 vijesti/informacija** u vezi sa pandemijom COVID-19, odnosno koronavirusom. U prosjeku to je približno 20 vijesti dnevno na ovu temu. Kada je riječ o dnevnom prosjeku zastupljenosti ostalih vijesti (po rubrikama) na portalu radiosarajevo.ba – on iznosi 16. Naime, u okviru šest rubrika vijesti ovoga portala (BiH, Regija, Svijet, Crna Hronika, Lokalne teme i Euphoria), gdje vijesti o koronavirusu/pandemiji COVID-19 nisu zasebna rubrika, u pomenutom periodu od sedam dana objavljeno je ukupno 684 vijesti, odnosno, u prosjeku je objavljeno 98 vijesti u 24 sata (ukupno u svim rubrikama). Dakle, skoro svaka peta vijest na ovom portalu, odnosno svaka treća u rubrici „BiH“ (prosjeak vijesti u ovoj rubrici iznosi 38 vijesti dnevno) je u vezi sa koronavirusom, odnosno COVID-19 pandemijom (nisu sve vijesti na pomenutu temu objavljene u rubrici „BiH“).

Ukupan broj **komentara** na ove medijske sadržaje iznosi **111**, što je približno 16 komentara dnevno. Posmatrano u odnosu na broj objavljenih vijesti, broj komentara

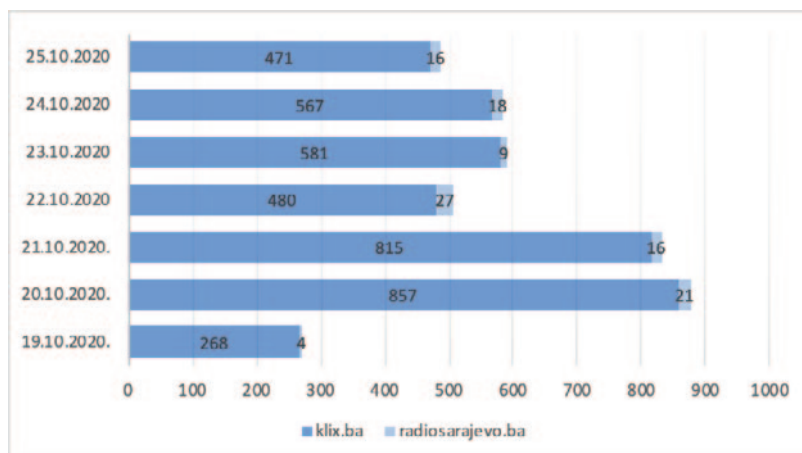
je zanemarljiv i iznosi manje od jednog komentara na svaku vijest o koronavirusu/COVID-19 pandemiji. U nastavku je dat tabelarni prikaz zastupljenosti vijesti na pomenutu temu, prema danima istraživanja, na portalu radiosarajevo.ba.

Tabela 2: Frekvencija vijesti i komentara o koronavirusu/COVID-19 pandemiji na portalu radiosarajevo.ba (pregled prema danima)

Datum	Broj vijesti	Broj komentara
19.10.2020.	21	4
20.10.2020.	18	21
21.10.2020.	24	16
22.10.2020	25	27
23.10.2020	19	9
24.10.2020	15	18
25.10.2020	16	16
Ukupno	138	111

Kada je riječ o **zbirnoj zastupljenosti** vijesti o pandemiji COVID-19, odnosno koronavirusu, u periodu od 19. 10. 2020. do 25. 10. 2020. godine na dva portala iz uzorka istraživanja, ukupno je **objavljeno 195 vijesti i ostavljeno 4150 komentara** na te sadržaje. Statistička značajnost s aspekta broja objavljenih vijesti i ostavljenih komentara u danima vikenda u odnosu na radne dane nije uočena. Kako su komentari u fokusu ovog istraživanja, u nastavku dat je presjek zastupljenosti komentara na portalima www.klix.ba i radiosarajevo.ba u periodu istraživanja.

Grafikon 1: Komparativni prikaz zastupljenosti komentara na www.klix.ba i radiosarajevo.ba (prema danima istraživanja)



Podaci o broju objavljenih informacija i broju ostavljenih komentara o problemu (blizu 200 vijesti i preko 4000 komentara na dva portala u samo sedam dana) ukazuju na veliku rasprostranjenost i distribuciju informacija i komentara o pandemiji COVID-19. Uzme li se u obzir da je u pomenutom periodu (19. 10. - 25. 10. 2020.) na dva portala objavljeno 1076 različitih vijesti, od kojih je 195 vijesti koje su indirektno ili direktno u vezi sa koronavirusom/COVID-19 pandemijom, može se zaključiti da je gotovo svaka peta vijest u vezi sa pomenutom tematikom. U korelaciji sa prethodno kazanim, zaključuje se da je ovdje riječ upravo o prekomjernoj količini informacija o istom problemu, usljed koje relevantne informacije mogu biti zagušene. Tako vijest da je „Načelnik Štaba civilne zaštite na svadbi bio bez maske i distance i još se hvalio“¹², i vijest iz Hrvatske „Misica Mia uzima briseve na COVID-19: Posao vezan za struku je ispunjenje snova“¹³ doprinose zagušenju stvarno važnih informacija o pandemiji COVID-19. Nadalje, prekomjerno širenje informacija doprinosi i širenju različitih glasina, stvaranju osjećaja nesigurnosti i panike, što u konačnici i predstavlja “infodemiju” koja će nastavku rada biti detaljnije istražena i pojašnjena.

4.1.2. Reakcije posjetilaca na pročitane vijesti (o pandemiji COVID-19/koronavirusu)

U vezi s prethodno istaknutim, ispitano je i kako posjetioci „konzumiraju“ medijske sadržaje i informacije o COVID-19 pandemiji te kakve su njihove reakcije na pročitane vijesti. Kada je riječ o portalu www.klix.ba gotovo da nema informacije bez komentara – najmanji uočeni broj komentara na pojedinačnu vijest je pet (5). Kako www.klix.ba znatno prednjači u broju komentara (u odnosu na radiosarajevo.ba), to je i najveći broj komentara na pojedinačnu vijest upravo zabilježen na „klixu“ – **čak 339 komentara** (*Novi rekord broja zaraženih u Bosni i Hercegovini, za 24 sata čak 926 slučajeva korone*, vijest od 21. 10. 2020. godine)¹⁴. Najviše komentara je, skoro po pravilu, evidentirano upravo na vijesti koje daju informacije o broju novozaraženih koronavirusom. U nastavku, data je tabela sa preglednošću vijesti sa najviše komentara, prema danima.

¹² Vijest sa radiosarajevo.ba od 19. 10. 2020. u cjelini dostupna na linku: <https://radiosarajevo.ba/vijesti/regija/nacelnik-staba-civilne-zastite-na-svadbi-bio-bez-maske-i-distance-i-jos-se-hvalio/393670>

¹³ Vijest sa radiosarajevo.ba od 24. 10. 2020. u cjelini dostupna na linku: <https://radiosarajevo.ba/magazin/show-biz/misica-mia-uzima-briseve-na-covid-19/394173>

¹⁴ Vijest sa www.klix.ba u cjelini dostupna na linku: <https://www.klix.ba/vijesti/bih/novi-rekord-broja-zarazenih-u-bih-za-24-sata-cak-926-slucajeva-korone/201021041>

Tabela 3: Najviše komentarisane vijesti prema danima istraživanja (na www.klix.ba)

Datum	Najviše komentarisana vijest	Broj komentara
19.10.2020.	U BiH 541 osoba novozaražena koronavirusom, 13 preminulo	115
20.10.2020.	U BiH 728 novozaraženih koronavirusom, najveći broj od početka epidemije	210
21.10.2020.	Novi rekord broja zaraženih u BiH, za 24 sata čak 926 slučajeva korone	339
22.10.2020	U BiH 999 novozaraženih, preminulo 20 osoba	280
23.10.2020	U BiH danas 1.179 novozaraženih koronavirusom, preminulo 14 osoba	270
24.10.2020	Na koronavirus u BiH pozitivno 1265 osoba, 10 preminulih	222
25.10.2020	Koronavirus u BiH: 1135 novozaraženih i 11 preminulih	151

Posjetioci portala radiosarajevo.ba manje ostavljaju komentare na vijesti o koronavirusu, što je prethodno već istaknuto (v. Tabela 2). Tako je najveći broj vijesti o koronavirusu dostupnih na portalu radiosarajevo.ba u istraživanom periodu bez komentara. Najviše komentara ostavljeno je 22. 10. 2020. godine (ukupno 27 na sve vijesti o koronavirusu), kada je ujedno ostvaren i najveći broj komentara na pojedinačnu vijest na ovom portalu u istraživanom periodu – 12 komentara na vijest (!/ 80 zaposlenika KCUS-a zaraženo koronavirusom: Sebija Izetbegović ponovo se testirala, vijest od 22. 10. 2020. godine).¹⁵ Za razliku od „klix“ gdje je najviše komentara evidentirano na vijesti o broju novozaraženih koronavirusom, na portalu radiosarajevo.ba to nije slučaj, odnosno, komentari su prema brojnosti prilično disperzirani.

U kvalitativnom smislu, kada je o komentarima riječ, na oba portala također se može govoriti o izraženoj disperziranosti. O vrijednosnim aspektima komentara bit će govora u zasebnom dijelu, no u vezi sa reakcijama posjetilaca na pročitane vijesti, nužnim se čini istaći kako je svakodnevno objavljivanje broja zaraženih učinilo da se ljudi počinju osjećati nesigurno, na što i sami, u svojim komentarima, kontinuirano ukazuju. Kako je uočeno na primjeru portala www.klix.ba, posjetioci najviše i komentarišu vijesti o broju novozaraženih koronavirusom, no s druge strane, došlo je i do izvjesnog „zasićenja“ ovim podacima. U prilog navedenom govore i komentari na vijest (*Muhamed Ahmić, direktor Doma zdravlja KS: Imamo zaraženih, ali ne znamo tačan broj*) od 20. 10. 2020. objavljenoj na radiosarajevo.ba: „Nekako svakodnevna objavljivanja ovakvih cifri u psihološko propagandnom smislu možda više povećavaju nivo stresa. Možda objavljivati samo broj umrlih i to možda tek svaki

¹⁵ Vijest sa radiosarajevo.ba u cjelini dostupna na linku: <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/80-zaposlenika-kcus-a-zarazeno-koronavirusom-sebija-izetbegovic-ponovo-se-testirala/394022>

drugi ili treći dan. Šta mislite?; Broj zaraženih izbjegavati javno objavljivati, to možda samo za internu namijenu. Šta mislite?¹⁶ Dakle, komentari posjetilaca portala www.klix.ba i radiosarajevo.ba o koronavirusu rijetko sadrže nove informacije, a u komentarima je uočeno iznošenje stavova i mišljenja na objavljenu vijest, skepse ili uvreda, a ponekad i činjenica ili preporuka i uputa za dopunskim sadržajem u vezi sa temom (u formi upute na novi izvor, citat i sl.). Dakako, komentari obiluju pristrasnošću i nerijetko političkim konotacijama, malicioznošću i slično, o čemu će više biti riječi u nastavku.

4.1.3. Razina informativnosti i „vrijednosti“ u komentarima posjetilaca i utjecaj na medijsku kakofoniju

Šta je informacija i u čemu se ogleda njena vrijednost? Kako je možemo mjeriti? Termin informacija nastaje kao kovanica od latinskih riječi (prijedlog „in“ i glagol „formo“ – dovesti nešto u formu, oblik) u smislu označavanja da se nešto nečim, ili s nečim dovodi u red, u oblik, u formu“ (Fejzić 2008: 25). Informacija je vrijednost poruke (Fejzić 2008), praksom stečeno saznanje (Đorđević 1998) i bitnost onoga što se saobraćanjem (komuniciranjem) prenosi (Sapunar 1994). Uzimajući u obzir navedeno, u nastavku ćemo pokušati utvrditi, gdje je to moguće, informativnost poruke u komentarima posjetilaca portala www.klix.ba i radiosarajevo.ba na vijesti o koronavirusu/pandemiji COVID-19, a potom će te poruke biti (kvantitativno) klasificirane prema određenom stepenu vrijednosti. Nužno je naglasiti da će predmet kvalitativne analize zapravo biti tzv. neoficijelni nivo interpretacije koji pripada svakom recipijentu pojedinačno, a manifestuje se preko komentara. Kako navodi Fejzić, „taj drugi nivo interpretacije je vrlo značajan, jer se na osnovu njega formira medijsko mnijenje ili medijska javnost“ (2008: 90). Pritom, u obzir će biti uzimani samo oni komentari (sekundarne interpretacije) koji su komunikabilni (posjeduju informativni i/ili vrijednosni sloj informacije). Komentari u kojima dominira redundantni sloj, neće biti predmetom kvalitativne analize.¹⁷

U korelaciji sa prethodno kazanim, komentari su najprije posmatrani s aspekta informativnosti, odnosno ispitano je da li komentari sadrže nove informacije. **Od ukupnog broja komentara – 4150, svega 518 komentara sadrži neku (novu) in-**

¹⁶ Komentari su za potrebe ovog rada ostavljeni u izvornom obliku.

Vijest i komentari u cjelini dostupni na linku: <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/direktor-doma-zdravlja-ks-ne-zna-broj-obiljelih-ljekara-ove-ustanove/393724>

¹⁷ Više o strukturi poruke i tri sloja informacije vidi u Fejzić (2008: 89-94).

formaciju. Iskazano procentualno svega **12,48%** komentara predstavlja svojevrsnu informaciju, neku novu spoznaju iskazanu uglavnom u formi činjenice ili preporuke, odnosno korisne upute, a rjeđe u formi mišljenja ili stava. **Čak 3632 komentara, odnosno 87,52% ne sadrži nikakvu novu ili upotrebljivu informaciju** – uglavnom predstavlja svojevrsni “prazni govor”, ponekad i neko mišljenje ili stav (nerijetko potpuno besmislen), pa se stiče utisak da prostor za ostavljanje komentara predstavlja svojevrsnu platformu za pražnjenje nezadovoljstva, frustracija i plasiranje zlonamjernih opaski. U ovom „sloju“ komentara, osim čestog negiranja postojanja koronavirusa, uočeno je iskazivanje nezadovoljstva širim društvenim kontekstom – funkcionisanjem vlasti u BiH, na svim nivoima (npr. komentari sa www.klix.ba:¹⁸ „Ovaj covid19. najjasnije oslikava nefunkcionalnost i koheziju raznih nivoa vlasti institucija BiH. Paraliza i degradacija svega“, od 24. 10. 2020.; „STRAH, STRAH, STRAH. Kako ces najbolje kontrolisati ljude, narod, nacije, drzavu jednostavno ubacies medju narod strah od nekoga ili nekih drugih (nevidljivi neprijatelj) da ce biti napadnuti izbog toga straha, ti koji vladaju mogu da rade sta hoce i kako hoce.....Propaganda najbolje djeluje kada se manipuliše onima kojima se manipulira uvjereni su da djeluju svojom voljom.”Gebels” Zasto se ljudi boje smrti? Iako je daleko veci broj koji su ozdravili bez lijekova...“, od 23. 10. 2020.).

Nadalje, u potrazi za vrijednostima poruke, nužno je napomenuti da vrijednosno utemeljena poruka ima odgovarajuće socijalne aspekte koji se dodaju postojećim elementima faktografskog jezgra. „Može biti da se faktografskom jezgru informacije dodaje i neki drugi, na primjer, politički, ekonomski, psihološki, antropološki, kulturni, ekološki, ali u svakom slučaju, dodatni društveni aspekt. Ovakav postupak prilikom kontekstualiziranja postojećeg događaja, u suštini znači da se svaki događaj, ma kako nam se činio izoliran, mora promatrati u sklopu, u sastavu, u prožimanju i dijalektici svakodnevnoga, sa svim elementima koji karakteriziraju dato okruženje“ (Fejzić 2007: 157). Također u vezi sa informativnom vrijednošću poruke, važan je odnos bitnoga i nebitnoga, odnosno relevantnih i irelevantnih podataka i činjenica. Uzimajući u obzir navedeno, komentare na praćenim bosanskohercegovačkim portalima moguće je smjestiti u tri ključna interpretacijska okvira i to: 1. one koji iznose stav i/ili mišljenje na objavljenu vijest, 2. one koji sadrže određene činjenice ili preporuke, odnosno upute za dopunskim sadržajem u vezi sa temom (u formi upute na novi izvor, citat i sl.) i 3. one kojima je iskazana skepsa, uvreda, ogorčenost i sl. U vezi s ovom podjelom nužno je naglasiti da prilikom interpretacije komentara nije bilo lako, a negdje ni potpuno moguće, mišljenje odvojiti od skepse, stav od činjenice,

¹⁸ Komentari su za potrebe ovog rada ostavljeni u izvornom obliku.

te je ovakva i kvantitativna, ali i kvalitativna analiza zahtijevala daleko veće napore (npr. komentari sa www.klix.ba:¹⁹ „Raja jačajte imunitet, ovi nas neće zaštititi, imaju svoje, ima prećih od naroda, od danas se ponašajte kao da ćete se zaraziti, sad ili za mjesec dana, ali ne očekujte rješenja od naših “vođa” a nadam se sa će za sve ovo jedan dan odgovarati!“, od 19. 10. 2020.; „Rizik u medijima je najmanji kod onoga koji im da vise novaca i obratno. Najveci je tamo gdje se ljudi okupljaju, slobodno razmjenjuju misljenja bez posrednika (medija)“, od 20. 10. 2020.)

Detaljan prikaz učestalosti komentara prema navedenim kriterijima za dva portala iz uzorka, prema danima istraživanja dat je u tabeli koja slijedi:

Tabela 4: Frekvencija komentara prema kriterijima vrijednosti na portalima www.klix.ba i radiosarajevo.ba (pregled prema danima)²⁰

Datum	www.klix.ba				radiosarajevo.ba			
	1.	2.	3.	Ukupno	1.	2.	3.	Ukupno
19.10.2020.	62	11	195	268	1	1	2	4
20.10.2020.	219	35	603	857	5	3	13	21
21.10.2020.	210	28	577	815	3	2	11	16
22.10.2020.	105	12	363	480	7	4	16	27
23.10.2020.	136	22	423	581	3	2	4	9
24.10.2020.	141	29	397	567	4	3	11	18
25.10.2020.	97	33	341	471	4	3	9	16
Ukupno	970	170	2899	4039	27	18	66	111

Nažalost, i u ovoj vrsti analize, najviše je komentara bez vrijednosti, odnosno iz treće grupe – komentari kojima je iskazana skepsa, uvreda, ogorčenost i sl., čak 2965 komentara ove vrste, odnosno 71,45%. Slijede komentari koji sadrže stav i/ili mišljenje na objavljenu vijest, blizu četvrtina je ovakvih komentara – 997 ili 24,02%, dok je najmanje istinski vrijednih komentara koji sadrže određene činjenice ili preporuke odnosno upute za dopunskim sadržajem u vezi sa temom, u formi upute na novi izvor, citat i slično (npr. komentari sa www.klix.ba:²¹ „1. Omogućiti građanima, koji to zele, da im se ne odbija za zdravstvo. 2. Sredstva za hitne operacije (nesrece, zivotno ugrozeni) obezbjediti novcem od kazni (saobr. prekrasaji) i revizijom budzeta. 3. Zakonski onemogućiti podvale osiguravajućih kuća s kojima građani imaju ugovor

¹⁹ Komentari su za potrebe ovog rada ostavljeni u izvornom obliku.

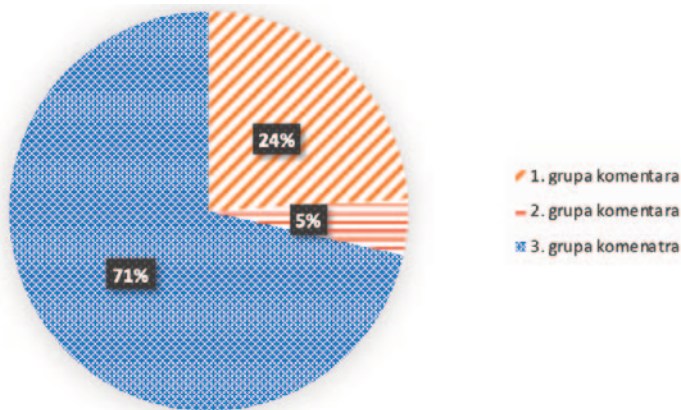
²⁰ Oznake 1, 2. i 3. predstavljaju tri kriterija vrijednosti, prema kojima su komentari razvrstani, i to: 1. oni koji iznose stav i/ili mišljenje na objavljenu vijest, 2. oni koji sadrže određene činjenice ili preporuke, odnosno upute za dopunskim sadržajem u vezi sa temom (u formi upute na novi izvor, citat i sl.) i 3. one kojima je iskazana skepsa, uvreda, ogorčenost i sl.

²¹ Komentari su za potrebe ovog rada ostavljeni u izvornom obliku.

o medicinskim uslugama. 4. Olaksati osnivanje privatnih klinika i bolnica uz uslov prilagodbe cijena usluga prema prosječnom standardu građana.“, od 23. 10. 2020.; „WHO je upravo priznao da zatvaranje građana nije pravi način za borbu protiv korone, već da se treba fokusirati samo na RIZICNE skupine – <http://theontariotimes.com/who-changes-stance-lockdowns-are-bad-now>“, od 19. 10. 2020.)

Ovakvih komentara je od ukupnog broja komentara (N=4150) svega 188, odnosno 4,53%, što je precizno prikazano u sljedećem grafikonu:

Grafikon 2: Ukupan broj komentara prema kriterijima vrijednosti na oba portala



U vezi s prethodno istaknutim, može se konstatovati da infodemiju na analiziranim bosanskohercegovačkim online portalima (www.klix.ba i radiosarajevo.ba) prati i značajno učešće bosanskohercegovačkih građana koji ostavljaju komentare na objavljene sadržaje, što ukazuje na zainteresovanost spram dostupnih informacija o pandemiji COVID-19/koronavirusu. Međutim, veliki broj vijesti i komentara na njih doprinijeli su stvaranju šumova i medijske kakofonije. U takvom ambijentu zagušenosti informacijama i komentarima, teško je odvojiti bitne od nebitnih informacija, upotrebljive od neupotrebljivih, vjerodostojne od nevjerodostojnih i sl.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Rezultati istraživanja do kojih se došlo analizom vijesti o pandemiji COVID-19/koronavirusu i komentarima na te vijesti na portalima www.klix.ba i radiosarajevo.ba u periodu od 19. 10. 2020. do 25. 10. 2020. s ciljem ispitivanja razine njihove informativnosti i vrijednosti, ukazuju na veoma nizak nivo informativnih vrijednosti

komentara. Podaci o broju objavljenih informacija i broju ostavljenih komentara (ukupno je **objavljeno 195 vijesti i ostavljeno 4150 komentara** na te sadržaje u samo sedam dana) ukazuju na veliku rasprostranjenost i distribuciju informacija o pandemiji COVID-19. Prekomjerna količina informacija o istom „problemu“, usljed koje vjerodostojne informacije bivaju zagušene te rapidno širenje informacija, doprinose i širenju različitih glasina, stvaranju osjećaja nesigurnosti i panike, što u konačnici i predstavlja “infodemiju”. Na osnovu provedenog istraživanja, uočeno je sljedeće:

U kvantitativnom smislu, najviše komentara je, skoro po pravilu, evidentirano upravo na vijesti koje daju informacije o broju novozaraženih koronavirusom. Istovremeno svakodnevno objavljivanje tih podataka učinilo je da se ljudi počinju osjećati nesigurno, na što i sami kontinuirano ukazuju.

Uvidom u drugostepenu interpretaciju, odnosno neoficijelni nivo interpretacije – komentare posjetilaca portala www.klix.ba i radiosarajevo.ba na vijesti o pandemiji COVID-19/koronavirusu uočeno je kako od ukupnog broja komentara – 4150, svega 518 komentara (ili 12,48%) sadrži novu informaciju, dok čak 3632 komentara (87,52% komentara) ne pruža nikakvu novu, upotrebljivu informaciju. Stiče se utisak da prostor za ostavljanje komentara predstavlja svojevrsnu platformu za iskazivanje nezadovoljstva, frustracija i ostavljanje nerijetko veoma zlonamjernih opaski.

Nadalje, dublja analiza i interpretacija sadržaja komentara pokazala je upitnu ili teško provjerljivu vjerodostojnost, iako znatan broj komentara izgleda uvjerljivo i/ili argumentovano.

Način na koji posjetioci portala www.klix.ba i radiosarajevo.ba percipiraju dostupne informacije rezultirao je najvećim brojem komentara sa uvredama, skepsom, ogorčenošću i malicioznošću – čak 2965 komentara ove vrste, odnosno 71,45%, dok je najmanje komentara sa istinskom informativnom vrijednošću – od ukupnog broja komentara (N=4150) svega 188, odnosno 4,53%.

U vezi s navedenim, na osnovu analiziranog uzorka, može se konstatovati da pod okriljem anonimnosti posjetioci uglavnom komentarišu da bi komentarisali te je u tim komentarima ponajmanje istinske informativne vrijednosti.

LITERATURA

1. analytics.google.com
2. Chan, Albert K. M., Chris P. Nickson, Jenny W. Rudolph, Anna Lee, Gavin M. Joynt (2020), "Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic", *Journal Anaesthesia*, 75(12), <https://associationofanaesthetists-publications.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/anae.15057?af=R>; pristupljeno 15. 12. 2020.
3. Chang, Xinghua, Maoxing Liu, Zhen Jin i Jianrong Wang (2020), "Studying on the impact of media coverage on the spread of COVID-19 in Hubei Province, China", *Mathematical Biosciences and Engineering*, 17(4), <https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/mbe.2020178>; pristupljeno 10. 11. 2020.
4. Cinelli, Matteo, Walter Quattrociocchi, Alessandro Galeazzi, Carlo Michele Valensise, Emanuele Brugnoli, Ana Lucia Schmidt, Paola Zola, Fabiana Zollo, Antonio Scala (2020), "The COVID-19 Social Media Infodemic", <https://arxiv.org/pdf/2003.05004.pdf>; pristupljeno 05. 10. 2020
5. Depoux, Anneliese, Sam Martin, Emilie Karafillakis, Raman Preet, Annelies Wilder-Smith, Heidi Larson (2020), "The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak", *Journal of Travel Medicine*, 27(3), <https://academic.oup.com/jtm/article/27/3/taaa031/5775501>; pristupljeno 09. 10. 2020.
6. Đorđević, Toma (1983), *Teorija informacija*, Prosveta, Beograd
7. Fejzić, Fahira (2007), *Uvod u teoriju informacija*, PROMOCULT, Sarajevo
8. Ferrara, Emilio (2020), "What Types Of COVID-19 Conspiracies Are Populated By Twitter Bots?", University Of Southern California, <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2004/2004.09531.pdf> ; pristupljeno 06. 10. 2020.
9. <https://dnevnik.hr/vijesti/koronavirus/lijecnici-u-soku-nakon-trumpovog-prijedloga-o-lijeku-za-koronavirus-to-je-poznata-metoda-koju-ljudi-koriste-kada-se-zele-ubiti—602836.html>
10. <https://dnevnik.hr/vijesti/koronavirus/lijecnici-u-soku-nakon-trumpovog-prijedloga-o-lijeku-za-koronavirus-to-je-poznata-metoda-koju-ljudi-koriste-kada-se-zele-ubiti—602836.html>
11. <https://radiosarajevo.ba/magazin/showbiz/misica-mia-uzima-briseve-na-covid-19/394173>
12. <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/80-zaposlenika-kcus-a-zarazeno-koronavirusom-sebija-izetbegovic-ponovo-se-testirala/394022>

13. <https://radiosarajevo.ba/vijesti/bosna-i-hercegovina/direktor-doma-zdravlja-ks-ne-zna-broj-oboljelih-ljekara-ove-ustanove/393724>
14. <https://radiosarajevo.ba/vijesti/regija/nacelnik-staba-civilne-zastitete-na-svadbi-bio-bez-maske-i-distance-i-jos-se-hvalio/393670>
15. <https://www.klix.ba/vijesti/bih/novi-rekord-broja-zarazenih-u-bih-za-24-sata-cak-926-slucajeva-korone/201021041>
16. <https://www.medijskapismenost.hr/sto-je-infodemija-i-kako-se-u-njoj-snaci/>, pristupljeno 30. 10. 2020.
17. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/lukasenkov-lijek-za-koronavirus-pijte-votku-dva-puta-tjedno-u-saunu-i-radite-na-farmama-traktor-sve-izlijeci-20200329>
18. <https://www.vecernji.hr/vijesti/razotkrivamo-teorije-zavjere-korona-je-pustena-da-nas-cijepljenjem-cipiraju-5g-ce-unistiti-eu-1402885> pristupljeno 06.10.2020.
19. Kukić, Slavo, Brano Markić (2006), *Metodologija društvenih znanosti, Metode, tehnike, postupci i instrumenti znanstvenoistraživačkog rada*, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Mostar.
20. Lyu, Hanjia, Long Chen, Yu Wang, Jiebo Luo (2020), "Sense and Sensibility: Characterizing Social Media Users Regarding the Use of Controversial Terms for COVID-19", <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=9098075>; pristupljeno 05. 10. 2020.
21. Merriam Webster (2020) dostupno na: <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/words-were-watching-infodemic-meaning#:~:text=Infodemic%20is%20a%20blend%20of,something%2C%20such%20as%20a%20disease>; pristupljeno 05. 10. 2020.
22. Pennycook, Gordon , Jonathon McPhetres, Yunhao Zhang, Jackson G. Lu, David G. Rand (2020), "Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention", *Sage Journals*, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0956797620939054>; pristupljeno 05. 10. 2020.
23. Sapunar, Marko (1994), *Osnovi znanosti o novinarstvu*, Epoha, Zagreb
24. Sharma, Karishma, Sungyong Seo, Chuizheng Meng, Sirisha Rambhatla, Yan Liu (2020), "COVID-19 on social media: Analyzing misinformation in Twitter conversations", Department of Computer Science, University of Southern California, <https://arxiv.org/abs/2003.12309v4>; pristupljeno 15. 11. 2020.
25. Sousa-Pinto, Bernardo Aram Anto, Wienia Czarlewski, Josep M Anto, João Almeida Fonseca, Jean Bousquet (2020), "Assessment of the Impact of Media Coverage on COVID-19–Related Google Trends Data: Infodemiology Study",

- Journal of Medical Internet Research*, 22 (8), <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7423386/>; pristupljeno 11. 10. 2020.
26. Tasnim, Samia, Md Mahbub Hossain, Hoimonty Mazumder (2020), "Impact of Rumors and Misinformation on COVID-19 in Social Media", *Journal of Preventive Medicine & Public Health*, 53(3), 171-174.
27. Turčilo, Lejla (2014), "Profesionalno i građansko novinarstvo: saradnja ili konkurencija", *Mediji i komunikacije*, 1(1), 159-167.
28. www.alexacom.com
29. Zhou, Weike, Aili Wang, Fan Xia, Yanni Xiao, Sanyi Tang (2020), "Effects of media reporting on mitigating spread of COVID-19 in the early phase of the outbreak", *Mathematical Biosciences and Engineering*, 17(3), <https://www.aimspress.com/article/doi/10.3934/mbe.2020147>; pristupljeno 10. 11. 2020.

BIH INFO-PORTALS AND COMMENTARY SECTION DURING INFO/PAN/DEMIC: SEARCHING FOR VALUES

Summary:

This paper deals with the analysis of the effects and perception of infoemia both on social networks and in the sphere of civic journalism during the second wave of the COVID-19 pandemic. Comparative analysis of the perception of the COVID-19 virus pandemic in developed democratic societies and its repercussions (to the audience above all) and comparison with the informational values of comments on the most visited online portals in Bosnia and Herzegovina are the essence of this work. In pursuing these goals, the work is divided into two parts. The first part of the paper analyzes the existential dissemination of information about the first and second wave of COVID-19 pandemics in the world with a focus on social networks and citizen writing – an audience about pandemics that has undoubtedly taken all the notes of infodemia where it is difficult to determine the information value of comments or writing prosumer. Web 2.0 as the dominant dissemination tool of all types of media content and the general approach and freedom of commenting have influenced the experience and – consecutive – perception of the available information. The informative cacophony affected the audience (which is also a generator of "informative" content) in several ways mentioned in the first part of the paper. The second part of the work deals exclusively with the analysis of the content of comments on several of the most visited informational portals of Bosnia and Herzegovina. Most comments have been found to lack usable information value and contribute to media cacophony, and from the point of view of the value of news

usually do not provide usable information or at best provide information whose credibility (although they may seem plausible and/or argumentative) cannot be easily verified. The conclusion of the paper is that the information value of comments from visitors to bh information portals is not particularly high in the slightest regard from the content level with rare examples of (semi)quality information of usable content.

Keywords: citizen; journalism; social media; infodemic; comments; information; COVID-19

Adresa autora
Authors' address

Šejn Husejnefendić
Univerzitet u Tuzli
Filozofski fakultet
sejn.husejnefentic@untz.ba

Enita Čustović
Univerzitet u Sarajevu
Fakultet političkih nauka
enita.custovic@fpn.unsa.ba

