

UPOTREBA SUSTAVA UPRAVLJANJA OKOLIŠEM U POSLOVANJU HRVATSKIH NOVINSKIH ORGANIZACIJA

Maldini, Maja

Doctoral thesis / Disertacija

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj
Strossmayer University of Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:236:136938>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Doctoral School, Josip Juraj University
in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
DOKTORSKA ŠKOLA

Poslijediplomski interdisciplinarni sveučilišni studij Komunikologija

Maja Maldini

UPOTREBA SUSTAVA UPRAVLJANJA OKOLIŠEM U
POSLOVANJU HRVATSKIH NOVINSKIH
ORGANIZACIJA

DOKTORSKA DISERTACIJA

Osijek, 2023.

**SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
DOKTORSKA ŠKOLA**

Poslijediplomski interdisciplinarni sveučilišni studij Komunikologija

Maja Maldini

**UPOTREBA SUSTAVA UPRAVLJANJA OKOLIŠEM U
POSLOVANJU HRVATSKIH NOVINSKIH
ORGANIZACIJA**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Mentor: prof. dr. sc. Jerko Glavaš

Osijek, 2023.

**JOSIP JURAJ STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK
POSTGRADUATE UNIVERSITY DOCTORAL SCHOOL**

**Postgraduate University Study Program
Communication Studies**

Maja Maldini

**APPLYING ENVIRONMENTAL MANAGEMENT
SYSTEMS (EMS) IN BUSINESS OPERATIONS OF
CROATIAN NEWSPAPER PUBLISHERS**

Doctoral thesis

Osijek, 2023.

**Mentor: prof. dr. sc. Jerko Glavaš, redoviti profesor, Ekonomski fakultet u
Osijeku**

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Doktorska škola

NASLOV DOKTORSKE DISERTACIJE: Upotreba sustava upravljanja okolišem u poslovanju hrvatskih novinskih organizacija

Autorica: Maja Maldini

Znanstveno/umjetničko područje: Društvene znanosti

Znanstveno/umjetničko polje: Informacijske i komunikacijske znanosti

Doktorska disertacija sadržava:

Broj stranica: 208

Broj slika: 22

Broj tablica: 36

Broj literaturnih navoda: 89

Povjerenstvo za ocjenu doktorske disertacije:

1. Prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednik
2. Prof. dr. sc. Danijel Labaš, član
3. Doc. dr. sc. Mirko Pešić, član

Povjerenstvo za obranu doktorske disertacije:

1. Prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, predsjednik
2. Prof. dr. sc. Danijel Labaš, član
3. Doc. dr. sc. Mirko Pešić, član

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Doctoral School

THESIS TITLE: Applying Environmental Management Systems (EMS) in Business

Operations of Croatian Newspaper Publishers

First and last name: Maja Maldini

Scientific/Artistic Area: Social Sciences

Scientific/Artistic Field: Information and Communication Sciences

Thesis contains:

Number of pages: 208

Number of figures: 22

Number of tables: 36

Number of references: 89

Commission for assessment of the doctoral thesis:

1. Prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, President of Commission
2. Prof. dr. sc. Danijel Labaš, member
3. Doc. dr. sc. Mirko Pešić, member

Commission for the defence of the doctoral thesis:

1. Prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić, President of Commission
2. Prof. dr. sc. Danijel Labaš, member
3. Doc. dr. sc. Mirko Pešić, member

Ime i prezime: Maja Maldini

Matični broj studenta: 86

OIB: 24327493025

E-mail: maja.maldini@gmail.com

Naziv studija: Poslijediplomski interdisciplinarni sveučilišni studij Komunikologija

Naslov doktorske disertacije: Upotreba sustava upravljanja okolišem u poslovanju hrvatskih novinskih organizacija

Mentor (komentor): prof. dr. sc. Jerko Glavaš

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,
NE PLAGIRANJU I SUGLASNOSTI ZA OBJAVU
U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA**

1. Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je doktorska disertacija isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija.
2. Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da sam upoznata s pravilima citiranja, znam pravilno citirati izvore drugih autora i da neću (auto)plagirati znanstvene i stručne radove, kao ni mrežne stranice. Također potvrđujem kako ni jedan dio doktorske disertacije nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši ničija autorska prava.
3. Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da bez prethodne suglasnosti voditelja studija neću objavljivati niti stavljati drugima na raspolaganje svoju doktorsku disertaciju ili dijelove doktorske disertacije izrađene u okviru poslijediplomskog interdisciplinarnog sveučilišnog studija Komunikologija u Doktorskoj školi Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
4. Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da sadržaj elektroničke inačice doktorske disertacije u potpunosti odgovara sadržaju obranjene i nakon obrane uređene disertacije.
5. Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da sam suglasna da se trajno pohrani i objavi moja doktorska disertacija u digitalnom repozitoriju Doktorske škole Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, Narodne novine broj 123/03., 198/03., 105/04., 174/04., 2/07.-Odluka USRH, 46/07., 45/09., 63/11., 94/13., 139/13., 101/14.-Odluka USRH i 60/15.-Odluka USRH).

Studentica

U Osijeku, 2023. godine.

SAŽETAK

Poslovna i financijska održivost novinskih organizacija predstavlja glavne izazove u suvremenom novinarstvu, gdje digitalna tehnologija sve više preuzima organizaciju poslovanja. Ova doktorska disertacija stoga nastoji prikupiti saznanja o učinkovitosti upotrebe ISO standarda sustava upravljanja okolišem i utvrditi je li ono, i na koji način, može utjecati na bolje poslovanje hrvatskih novinskih organizacija. Pritom je temeljni znanstveni cilj proširiti razumijevanje o poslovnim procesima u novinskim organizacijama koji mogu pomoći naći odgovore na tehnološke izazove s kojima se svakodnevno suočavaju. Usmjeravajući se pritom na radne procese za proizvodnju sadržaja, ovdje se nastoji utvrditi važnost ekološkog menadžmenta u razvoju digitalnog poslovanja, odnosno nužnost upotrebe Sustava upravljanja okolišem u poslovanju novinskih organizacija. U tu svrhu ovdje se postavljaju tri hipoteze koje glase H1: Postoji povezanost između ekološkog svjetonazora čitatelja i preferencije za čitanje digitalnih izdanja, H2: Ekološki svjetonazor hrvatskih novinskih organizacija, potiče češće korištenje digitalnih izdanja kod čitatelja, H3: Primjena sustava upravljanja okolišem u poslovnim procesima hrvatskih novinskih organizacija, povećava čitanost digitalnih izdanja. Nadalje, ova doktorska disertacija sastoji se od dva glavna dijela koja obuhvaćaju teorijsku razradu i empirijsko istraživanje. Teorijska razrada obuhvaća postojeću domaću i stranu, znanstvenu i stručnu literaturu iz istraženih područja, dok se empirijsko istraživanje provodi u dva odvojena razdoblja, upotrebom dvaju različitih metoda istraživanja. Naime, metoda ankete ispituje uzorak od 296 ispitanika u Republici Hrvatskoj, dok intervju putem e-pošte ispituje uzorak od sedam ispitanika, točnije, rukovoditelja sedam najčitanijih dnevnih novina, u vlasništvu četiriju novinska izdavača koji objavljuju tiskani i elektronski sadržaj u RH. Glavni zaključci ove doktorske disertacije upućuju da veća ulaganja u razvoj digitalnih tehnologija konačno mogu pozitivno utjecati na ekonomski razvoj hrvatskih novinskih organizacija. Također, na određeni se način dokazuje i potreba za upotrebom ekoloških strategija koja u slučaju ovog empirijskog istraživanja dokazano ima utjecaja na čitalačke navike. U znanstvenom smislu, ova doktorska disertacija dokazuje da postoji određeni odnos između prirodnih, tehničkih i društvenih znanosti s krajnjom svrhom da prinesu onoj komunikološkoj, što znači da se ovo istraživanje može konačno koristiti kao nadopuna daljnjim interdisciplinarnim i multidisciplinarnim istraživanjima.

Ključne riječi: novinske organizacije, interdisciplinarnost, ekologija, ekološki menadžment, digitalni sadržaj

SUMMARY

Sustainability of news organizations is increasingly becoming one of the main challenges in modern journalism today, as digital technology is rapidly taking over most of its business processes. This doctoral dissertation therefore gathers knowledge about the effectiveness of the use of the Environmental Management System, to determine whether it can, and in what way, improve operational processes in Croatian news organizations. At the same time, the basic scientific goal of this dissertation is to expand the knowledge of business processes in news organizations, which can help find answers to the technological challenges they face every day. By focusing on the production of content, the thesis determines the importance of environmental management in developing digital business strategies, i.e., the need of using the Environmental Management System standard, in business processes of news organizations. For that purpose, three hypotheses are put forward, as follows: H1: There is an existing connection between the ecological worldview of readers and their preference to read digital news editions, H2: The ecological worldview of Croatian news organizations encourages more frequent use of digital editions by their readers, H3: Application of Environmental Management Systems standard in business processes of Croatian newspaper organizations, increases the readership of digital news editions. Furthermore, this doctoral dissertation consists of two main parts, which include both theoretical elaboration and empirical research. The theoretical elaboration includes the existing domestic and foreign, scientific and professional literature from all researched areas, while the empirical research is carried out in two separate periods, using two different research methods. Therefore, the survey method examines a sample of 296 respondents within the Republic of Croatia, while the e-mail interview examines a sample of seven respondents, more precisely, senior managers of seven most widely read daily newspapers in Croatia, owned by four news publishers, who publish printed and electronic content. The main conclusions of this doctoral thesis indicate that greater investments in the development of digital technologies, can ultimately have a positive effect on the economic development of Croatian news organizations. Also, in a certain way, this dissertation has proven the need to use ecological strategies in business operations, which has in this particular case, proven to have an impact on reading habits. In a scientific sense, this doctoral thesis proves that

there is an existing relationship between natural, technical and social sciences, with the ultimate purpose to contribute to that of communication science, which means that this research can be used as a further supplement in future interdisciplinary and multidisciplinary research.

Keywords: business operations, Environmental Management System, news organizations, interdisciplinary, digital content, ecology

SADRŽAJ

1	UVOD	15
1.1	PREDMET ISTRAŽIVANJA	15
1.2	SVRHA I CILJEVI RADA	16
1.3	METODOLOGIJA I HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	18
1.4	STRUKTURA DOKTORSKE DISERTACIJE	19
1.5	OČEKIVANI ZNANSTVENI DOPRINOS I OGRANIČENJE DISERTACIJE	20
2	TEORIJSKA RAZRADA	22
2.1	EKONOMIJA ZAŠTITE OKOLIŠA	22
2.1.1	<i>Zaštita okoliša i održivi razvoj</i>	25
2.1.2	<i>Globalne i lokalne politike zaštite okoliša</i>	28
2.1.3	<i>Društveno odgovorno poslovanje (DOP)</i>	31
2.1.4	<i>Sustav upravljanja okolišem (EMS)</i>	35
2.2	NOVINSKE ORGANIZACIJE I PROIZVODNJA SADRŽAJA	38
2.2.1	<i>Proizvodnja novina i njihov ekološki učinak</i>	44
2.2.2	<i>Digitalni mediji u novinskim organizacijama</i>	47
2.3	NOVI TRENDOMI U SVJETSKOM I HRVATSKOM IZDAVAŠTVU	51
2.4	DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA	56
3	EKOLOŠKA SVIJEŠT I PONAŠANJE PUBLIKE I NOVINSKIH ORGANIZACIJA U REPUBLICI HRVATSKOJ: EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE	60
3.1	METODE PRIKUPLJANJA PODATAKA	60
3.2	OPIS UZORKA ISTRAŽIVANJA	62
3.3	KONCEPT ISTRAŽIVANJA	66
3.4	METODE ANALIZE PODATAKA	70
4	REZULTATI ISTRAŽIVANJA	71
4.1	SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA	71
4.2	RSNEP SKALA	79
4.3	ANALIZA ČITALAČKIH NAVIKA	86
4.4	PREFERENCIJE ISPITANIKA U ODNOSU NA NJIHOVE SOCIODEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE	101
4.5	SPEARMANOV TEST ZA IZRAČUNAVANJE KOEFICIJENTA KORELACIJE	158
4.6	REZULTATI ODGOVORA U INTERVJUJU E-POŠTOM	161
5	RASPRAVA	167

6	ZAKLJUČAK.....	174
7	POPIS LITERATURE.....	177
7.1	IZVORI	184
8	DODACI.....	185
8.1	POPIS SLIKA	185
8.2	POPIS TABLICA.....	187

POPIS KORIŠTENIH KRATICA U DOKTORSKOJ DISERTACIJI

Kratica	Puni naziv
RH	Republika Hrvatska
EMS	Environmental Management System
EU	Europska unija
AZTN	Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja
čl.	članak

1 UVOD

1.1 Predmet istraživanja

Globalizacija i digitalizacija danas uvelike utječu na poslovanje organizacija što pred njih stavlja mnogobrojne nove izazove, poput održivosti poslovanja i održivog razvoja općenito. Ove promjene utječu i na čitavu industriju medija jer pojava novih oblika komunikacija zahtjeva nove načine informiranja koji odgovaraju novom digitalnom i globalnom okruženju. U tom smislu, digitalna globalizacija mijenja načine informiranja putem medija, tako što uvodi nove mogućnosti za njihovo korištenje, ali istovremeno izaziva i nove prijetnje, posebice za tradicionalne medijske organizacije koje su se primarno bavile novinskim izdavaštvom. Ovoj problematici ovdje se stoga pristupa iz više različitih kutova gledišta, kako bi se ustanovili glavni problemi s kojima se medijsko tržište danas suočava te u konačnici istražili novi smjerovi koji će pridonijeti prilagodbi novim promjenama i njihovom konačnom napretku.

Ova doktorska disertacija nije klasična studija o medijima i njihovim svakodnevnim praksama u redakcijama, nego studija o strateškom odlučivanju unutar novinskih organizacija i posljedicama koje one donose. Naime, ovdje je u središtu interesa opstanak novinskih organizacija, koje se prilagođavaju novom i promjenjivom okruženju koje danas diktiraju nove digitalne tehnologije. Zbog svog interdisciplinarnog karaktera, u ovom se istraživanju koriste metode i teorije iz više različitih disciplina, točnije područja društvenih i prirodnih znanosti. Naime, istražuje se područje tehnoloških proizvoda koje se zatim isprepliće s istraživanjima u polju medija, ekologije i organizacijskog menadžmenta. Sandström i suradnici (2005) definiraju interdisciplinarno istraživanje kao integriranu suradnju između dvije ili više istraživačkih disciplina s ciljem da se oformi nova istraživačka disciplina (Appelgren, 2007). Kako se područje medijskih tehnologija kontinuirano usavršava, s korijenima u više različitih industrijskih područja, ovo istraživanje balansira između više različitih disciplina s konačnom idejom da doprinese komunikološkoj. Takva perspektiva je ovdje nužna jer se područje tehnologija kontinuirano usavršava s korijenima u više različitih industrijskih područja. Ista se perspektiva primjenjuje i u slučaju ekološke održivosti koja je usko vezana uz prirodne znanosti, ali se ovdje istražuje unutar komunikološke discipline. Dakle,

s jedne strane analizira se ekologija i održivo poslovanje, a s druge strane novinske organizacije i njihovi proizvodi. U tu svrhu, prvi dio doktorske disertacije upotrebljava opće znanstvene metode (dedukcija, indukcija, analiza i sinteza i sl.) kako bi se definirala odgovarajuća područja istraživanja, dok drugi dio podrazumijeva empirijsko istraživanje koje se temelji na metodi ankete i intervjua. Pritom se upotrebljavaju dvije metode za analizu rezultata koje uglavnom kombiniraju kvalitativni i kvantitativni pristup te interdisciplinarni kontekst.

Predmet istraživanja započinje analizom poslovanja novinskih organizacija u digitalnom okruženju, nastavljajući se na analizu publika i poslovnih procesa, u odnosu na tiskane i digitalne medije. S obzirom na to da većina online novina i dalje ne naplaćuje svoje usluge online, glavni izvori zarade većine novinskih organizacija u Republici Hrvatskoj i dalje su tiskani mediji. S druge strane, čitanost tiskanih sadržaja iz godine u godinu drastično opada, a posljednjih se godina uz pad čitanosti sve više spominje i stupanj štetnosti proizvodnje tiskovina koje danas dokazano ostavljaju nepovratni trag na okoliš. Sukladno tome, ovdje se konačno istražuje poslovanje novinskih organizacija iz ekološke perspektive tako što se analiziraju ekološki učinci proizvodnje tiskanih novina, u odnosu na njihove elektronske alternative. Dakle, analiziraju se dva materijalno različita proizvoda kako bi se procijenio njihov ekološki učinak, polazeći pritom od pretpostavke da proizvodnja tiskanog sadržaja više šteti okolišu. Naposljetku se sistematiziraju ekološke značajke obaju medijskih proizvoda, u odnosu na proces sustava upravljanja okolišem, kako bi se predložio novi model poslovanja za novinske organizacije koji će osigurati alate za postizanje željenih poslovnih ciljeva. Pritom je primarni fokus istražiti teorijske koncepte novinske industrije i organizacijskog poslovanja, ali i istražiti koncepte poput ekološke održivosti i tehnoloških dostignuća u proizvodnji sadržaja. U tu svrhu, analiziraju se relevantni znanstveni članci, izvješća i disertacije koji problematiziraju ekološku održivost, novinarstvo i organizacijski menadžment.

1.2 Svrha i ciljevi rada

Ekologija i tehnologija postaju glavna odrednica ljudskog ponašanja, naročito gledajući s aspekta održivosti. Ekološka kriza koja je jedna od posljedica neracionalnog korištenja prirodnih resursa u globalizaciji, odražava se i na čovjekovo komunikacijsko

ponašanje. Novinske organizacije nisu imune na ovu problematiku, a što između ostaloga znači kako „tradicionalne” oblike (papirnatih novine) moraju zamijeniti elektronskim alternativama koje nudi sve razvijeniji ICT sektor. Svrha je ove doktorske disertacije istražiti uzročno-posljedičnu vezu između ekološkog menadžmenta i digitalnog sadržaja te sugerirati načine kako integrirati sustav upravljanja okolišem u poslovanje hrvatskih novinskih organizacija. Ciljevi disertacije su višestruki i obuhvaćaju sljedeće: definirati alate ekološke poslovne strategije novinskih organizacija, koji mogu pridonijeti povećanju čitanosti njihovih digitalnih izdanja; istražiti potrebu uvođenja sustava upravljanja okolišem u poslovanje novinskih organizacija te predložiti ekološka rješenja za unapređenje procesa i radnih sustava za proizvodnju sadržaja u novinskim organizacijama, točnije, ekološku strategiju koja podržava proizvodnje digitalnih izdanja.

S obzirom na to da je istraživanje zapravo dodatak istraživanjima u etnografskoj tradiciji, gdje strateško donošenje odluka snažno utječe na procese proizvodnje i uvjete u kojima se proizvodi razvijaju, istraživanje nastoji utvrditi postojanje uzročno-posljedične veze između materijalnih karakteristika proizvodnje sadržaja i upotrebe ekološkog menadžmenta. Vodeći se time, ovdje se istražuje važnost ekološkog menadžmenta u razvoju digitalnog poslovanja, odnosno nužnost upotrebe sustava upravljanja okolišem kao posrednika u poslovnom odlučivanju u novinskim organizacijama. Pritom se nastoje utvrditi odnosi između sustava upravljanja okolišem i digitalnog poslovanja novinskih organizacija. Ovdje se stoga obrađuje sljedeće istraživačko pitanje: utječe li ISO 14001: Sustav upravljanja okolišem na poslovanje digitalnih medija? Odgovor se dobiva analizom i sintezom dosadašnje teorijske spoznaje o ekologiji i ekološkim učincima, zatim o procesima proizvodnje tiskanih i elektronskih sadržaja te o vođenju strateških i poslovnih procesa u novinskim organizacijama, uspoređujući ih pritom s odrednicama sustava upravljanja okolišem, a sve kako bi se dobivene spoznaje naposljetku analizirale u odnosu na čitalačke navike hrvatske publike i u konačnici zaključilo o nužnosti upotrebe ekološkog menadžmenta u poslovanju novinskih organizacija. Pritom se također identificiraju snage i slabosti novinske industrije u području održivosti, kako bi se utvrdili potrebni ekološki procesi koji će osigurati odgovarajuće temelje za napuštanje tiskane proizvodnje i prelazak na digitalna izdanja.

1.3 Metodologija i hipoteze istraživanja

Iako je ekološka održivost usko vezana uz prirodne znanosti, u ovom se istraživanju ona istražuje unutar komunikološke discipline jer mnoga istraživanja pokazuju njezinu važnost u procesu donošenja odluka u organizacijama zbog balansiranja ekonomskog rasta i obzirnost prema okolišu. U ovom se empirijskom istraživanju analiziraju novinske organizacije i njihov odnos prema okolišu, tako što se prethodno istražuje postojeća literatura o tiskanim i elektronskim medijima i njihovom ekološkom učinku, ali i komparativne studije o prednosti ekoloških učinaka elektronskih medija. Konkretno, analizira se upotreba ekološkog menadžmenta u poslovanju sedam hrvatskih novinskih organizacija koje su obuhvaćene ovim istraživanjem. Svaka je organizacija ovdje subjekt dubinskog intervjua koja istražuje strategije i poslovne procese koje one redovito koriste. S obzirom na to da su istraživanja održivog razvoja interdisciplinarna (Cifrić, 2018), ovdje se također uzima u obzir i utjecaj ostalih varijabli u procesu pa se s tim u vezi ovdje prikupljaju podaci o hrvatskim publikama putem anketnog upitnika. U osnovi ovakvog koncepta leži pretpostavka da ekološki menadžment ima moć pozicionirati organizaciju među njezinom publikom, i obratno, povećati percipiranu važnost te iste teme kod svoje publike. Iščitavanje tih podataka daje puno širu sliku o ekološkom svjetonazoru hrvatske publike i važnosti prezentacije ekološke strategije prema publici, kao i o njihovoj međusobnoj korelaciji. U svrhu dobivanja što kvalitetnijeg i preciznijeg prikaza rezultata, analiza u konačnici uspoređuje odgovore sudionika u intervjuu s odgovorima njihovih publika, prikupljenih u anketnom upitniku. Dobiveni rezultati pružit će uvid u to koliko poslovna strategija utječe na navike publika, i obratno te omogućiti zaključak o odnosima publika i organizacija koje sudjeluju u istraživanju. Vođeni ovim kriterijima, analiza obuhvaća sljedeće dnevne novine koje izlaze svakodnevno u tiskanom i elektroničkom izdanju: Jutarnji list, Večernji list, Novi list, Slobodna Dalmacija, Glas Slavonije, 24 sata i Poslovni dnevnik, dok su u anketi obuhvaćeni ispitanici na području Republike Hrvatske (RH).

Pod pretpostavkom da digitalno novinarstvo pruža bolju ekološku i troškovnu izvedbu, postavljaju se hipoteze koje konačno nastoje utvrditi odnose između ekološkog svjetonazora, poslovanja novinskih organizacija i čitalačkih navika njihovih publika, i to putem sljedećih hipoteza:

H1. Postoji povezanost između ekološkog svjetonazora čitatelja i preferencije za čitanje digitalna izdanja.

H2. Ekološki svjetonazor hrvatskih novinskih organizacija, potiče češće korištenje digitalnih izdanja kod čitatelja.

H3. Primjena sustava upravljanja okolišem u poslovnim procesima hrvatskih novinskih organizacija, povećava čitanost digitalnih izdanja.

1.4 Struktura doktorske disertacije

Doktorska disertacija strukturirana je u osam poglavlja. Prvo poglavlje obuhvaća uvod gdje se analizira predmet, svrha i ciljevi te u detalje razlaže struktura, očekivani znanstveni doprinos i ograničenja disertacije. Drugo poglavlje obuhvaća teorijsku razradu koja analizira dostupnu literaturu iz polja ekonomije i biologije, istražujući pritom učinke zagađenja okoliša, u kontekstu povijesnog i ekonomskog razvoja. Potom se prelazi na analizu održivog razvoja koja dokazano pozitivno utječe na razvoj ekonomskih usmjerenja, kako bi se teorijskim putem dokazalo da primjena održivog razvoja u evoluciji nekog konkretnog koncepta, može pridonijeti ekonomskom i društvenom razvoju općenito. To se potkrepljuje analizom društveno odgovornog ponašanja u organizacijama, u svijetu i Republici Hrvatskoj (RH) te dalje analizom međunarodnog standarda sustava upravljanja okolišem koji upućuje organizacije na to kako integrirati sustav upravljanja okolišem u svoje poslovne procese. Povezujući tako polje ekologije i ekonomije, nastavlja se analiza posljednjih trendova u poslovanju novinskih organizacija, odnosno medijskih organizacija i njihovih proizvoda. Pritom se analizira proizvodnja tiskanog sadržaja i proizvodnja sadržaja uz primjenu novih digitalnih tehnologija koje danas potiču nove načine konzumacije vijesti. Takva dubinska analiza karakteristika medijskih proizvoda pruža valjani uvid u njihove proizvodne procese.

Treće poglavlje obuhvaća empirijsko istraživanje hrvatskih publika i odabranog uzorka novinskih izdavača te pruža uvid u ekološke svjetonazore, čitalačke navike

ispitanika te u aktualne trendove poslovanja hrvatskih novinskih izdavača. Pritom se upotrebljavaju različite metode istraživanja koje uglavnom kombiniraju kvalitativni pristup, anketu i dubinski intervju e-poštom.

U četvrtom se poglavlju analiziraju rezultati anketnog upitnika, o ekološkom svjetonazoru i čitalačkim navikama ispitanika u RH te rezultati provedenog intervjuja koji daju uvid u poslovne procese hrvatskih novinskih organizacija.

Uvid u rezultate u petom poglavlju omogućuje raspravu, odnosno analizu jakosti odnosa između varijabli hipoteza istraživanja koje se dalje koristi za zaključak u šestom poglavlju. Disertacija završava poglavljima sedam i osam koja su vezana uz popis literature i dodatke.

1.5 Očekivani znanstveni doprinos i ograničenje disertacije

U znanstvenom kontekstu, ovim istraživanjem ekološka problematika izlazi iz disciplinarnog ograničenja prirodnih znanosti i ulazi u znanstveni korpus društvenih znanosti, putem interdisciplinarnog istraživanja. Potreba za time uočena je uvidom u poslovne probleme novinskih organizacija koje kontinuirano istražuju nove modele poslovanja za njihovu potpunu digitalnu transformaciju. U praktičnom smislu, ovo istraživanje doprinosi razvoju strateških procesa u novinskim organizacijama jer povezivanje znanja i iskustva ekoloških istraživanja sa znanjem i iskustvom organizacijskog menadžmenta doprinosi razvoju organizacija u doba digitalizacije i stalnih ekoloških promjena. U konačnici, ovo istraživanje također pruža zainteresiranoj javnosti uvid u procese donošenja odluka u novinskim organizacijama. U znanstvenom smislu ovo istraživanje dalje produbljuje područje interdisciplinarnih i multidisciplinarnih istraživanja u području prirodnih, tehničkih i društvenih znanosti i daje značajan doprinos polju studija zaštite okoliša i ekološkog razvoja. Pritom treba naglasiti da je takav pristup ovdje ograničen jer ovo istraživanje ima utjecaj vrijednosnih odabira u znanosti. S druge strane, ovaj tip istraživanja i dalje može biti opravdan kao informacija jer olakšava proces učenja i donošenja odluka na temelju valjane informiranosti, naročito u istraživanjima privatnog sektora gdje se pojavljuje i dodatni element zarade novca. Kako je danas i dalje najveći postotak istraživanja, koja se odvijaju u privatnom sektoru, na neki način povezana s novcem – kako ga čuvati i kako više zaraditi – ovdje uloga znanosti pruža i mogućnosti za povećano učenje i popunjavanje

praznina u znanju privatnog sektora. Ovdje se, dakle, ne pruža jedinstven odgovor za ekonomski unapređenje poslovanja novinskih organizacija, nego se radije nastoji fokusirati na pronalazak novih modela koji upotrebljavaju drugačije, u ovom slučaju, ekološke alternative u organizacijskom menadžmentu. U konačnici, ovdje se nastoji osigurati platforma za diskusiju koja će prije svega istraživačima i rukovoditeljima, omogućiti razumijevanje učinaka ekologije na poslovanje u doba digitalizacije.

2 TEORIJSKA RAZRADA

2.1 Ekonomija zaštite okoliša

Ekologija se kao znanost počela naglo razvijati u drugoj polovici 19. stoljeća (Brkljačić, 1973). Nakon što je dugo vremena predstavljala posebnu granu biologije, s vremenom prelazi u područje tzv. „humane ekologije“, gdje se počinje povezivati s drugim znanstvenim disciplinama kao što su sociologija, demografija, tehnologija i ekonomija.

Osim okolišem, ekologija se danas bavi i organizacijom, stanovništvom, okolinom i tehnologijom (Brkljačić, 1973), a zbog utjecaja industrijskih društava, sve više i problemom zagađenja (Plenković i Mustić, 2011). Naime, zbog posljedica krize koja nastaje uslijed kapitalizma, sredinom 1970-ih godina, došlo je do naglog porasta globalnog zatopljenja (Murdock, 2017) kao posljedice ekonomskog i tehnološkog napretka (Cifrić, 2005), pa rasprava o ekologiji više nije moguća bez stvarnog ili poželjnog uvida u segmente ekonomskog razvoja (Brkljačić, 1973).

Prve takve probleme otkrila je poznata diskusija o „granicama rasta“ na koje se upozoravalo još krajem prošlog stoljeća, a koja je nastojala izbjeći teške posljedice ekološke krize za koje se vjerovalo da slijede (Meadows i suradnici, 1974) (Meadows, 1992) (Cifrić, 2018). Klasična građanska politička ekonomija zbog toga dalje uvodi ovaj problem i u modernu ekonomsku znanost, tako što determinira društveni razvoj u odnosu na stupanj razvoja materijalnih proizvodnih snaga (Brkljačić, 1973). Naime, istraživanja pokazuju da su ljudi pretjerali s ponašanjima u kojima je fokus financijska dobit, ubrzani napredak i gospodarski razvoj (Marinčić i Svetoivanec-Marinić, 2018) te da sve trenutne i protekle radnje (npr. krčenje šuma, emisija plinova, plastični otpad na kopnu i u oceanima, iscrpljivanje prirodnih resursa) upućuju na paletu ekoloških problema u području zagađivanja okoliša, u svrhu ekonomske koristi (Cifrić, 2018).

Takvo suvremeno gospodarstvo danas preživljava korištenjem živih i neživih prirodnih resursa, gdje je sve više prirodnih resursa, poput zraka, vode, i tla zagađeno, a neke životinjske vrste čak i istrebljene (Jakovljević, 2021). Tako primjerice, izvještaj Centra UN za transnacionalne korporacije, svrstava ponašanje korporacija u ekološki zločin (Perko Šeparović, 1996). Naime, u skladu s njihovim izvješćem, samo 3 % kompanija zbrinjava

odlaganje opasnog otpada u zemljama u razvoju, dok manje od polovice kompanija primjenjuje pravila o kvaliteti zagađenog zraka, a manje od trećine primjenjuje politiku smanjenja emisije plinova koji utječu na efektu staklenika (Perko Šeparović, 1996). Također, više od polovice kompanija uopće ne koristi suvremena međunarodna načela za zaštitu okoliša, od kojih mnoge nisu ni svjesne da ta načela postoje (Perko Šeparović, 1996).

Međutim, takva ekološki neodrživa potrošnja moguća je samo za određeni vremenski period jer će ona, prije ili kasnije, ako se ponašanje ne promijeni, dovesti do kolapsa (Matešić, Pavlović i Bartoluci, 2015). Nestašica uzrokovana prevelikom potrošnjom već je vidljiva u nestašici vode, dezertifikaciji, eroziji tala, smanjenoj proizvodnji žitarica, deforestaciji, nestanku vrsta, smanjenju ribljeg fonda i porastu stakleničkih plinova u atmosferi (Matešić, Pavlović i Bartoluci, 2015).

Usljed toga, UN-ovo Desetljeće obrazovanja za održivi razvoj, koje je započelo 2005. godine, započinje napore za povećanje suradnje u uspostavi ravnoteže između društvenih, ekonomskih i ekoloških ciljeva (Manring, 2014). Međutim, danas to postaje sve veći izazov suvremenog društva jer su društva, vlade i poduzeća u velikoj mjeri zarobljena u nepoželjnim i neodrživim paradigmatama koje otežavaju daljnje društvene, ekonomske i ekološke pomake u nove održive paradigme (Manring, 2014).

Zbog kontinuiranog remećenja postojeće prirodne ekološke ravnoteže, koja izravno štodi okolišu planeta Zemlje i njegovih stanovnika (Plenković, 2008), osamdesetih i devedesetih godina prošlog stoljeća započinju društvene aktivnosti u svijetu i kod nas koje naglašavaju ekološke problematike (Cifrić, 2005). Naime, zbog učestalih slučajeva zagađenja okoliša, sve se više radi na oblikovanju „ekološke svijesti“ najšire javnosti pa novije ekonomske politike zemalja suvremenog svijeta sve više razmatraju brz i skladan ekonomski razvoj (Brkljačić, 1973).

Ublažavanje i prilagodba klimatskim promjenama polako, ali sigurno, postaju jedan od glavnih globalnih ciljeva i izazova današnjih vlada koje odlučno preuzimaju odgovornosti za održivi razvoj gospodarstva i društva (Tafra-Vlahović i Pletikosić, 2015). To prvo započinje u razvijenim zemljama, a otuda se dalje širi putem različitih ekoloških aktivnosti (Marković i Dragović Sekulić, 2014) koje djeluju tako da uzimaju u obzir problematike kao što su krhkost prirodne ravnoteže, ograničenost resursa, potrebu ograničavanja

ekonomskog rasta, nužnost uspostavljanja sklada između čovjeka i prirode te znanstveno-tehničke pogone, a sve u svrhu rješavanja ekoloških i socijalnih problema (Kufrin, 2002).

To je potaknulo i teoretičare ekonomije da krenu preispitivati svoje polazne neoklasične paradigme, odnosno fikcije *homo economicusa* i načela mehanicističke ekonomske ravnoteže (Maurić, 1995) koji danas u ekonomskim krugovima sve više razvijaju svijest o zaštiti i očuvanju okoliša, kao presudne značajke za daljnji razvoj civilizacije i za održanje čovjekova života na planetu Zemlji (Šinkić, 2013).

Iako se radi o dvjema disciplinama s potpuno različitim paradigmatiskim okvirima, ekonomija i ekologija se sve više isprepliću u potrebi pronalaska planskog reguliranja ekonomskog razvoja, u najširem smislu te riječi (Brkljačić, 1973). Pritom se uvode pojmovi kao što su održivi razvoj, transparentnost i odgovornost koji se zatim spajaju s odgovarajućom regulacijom zakonodavstva.

Osiguravanje okoliša tako postaje jedno od ključnih sigurnosnih pitanja današnjeg doba (Marković, Dragović i Sekulić, 2014) što najavljuje uzajamnu kompatibilnost ekonomskog prosperiteta i zaštite okoliša (UNDESA, 2012) (Neusteurer, 2016). Naime, danas gotovo svi povjesničari modernog environmentalizma pozdravljaju ubrzano oblikovanje modernog environmentalističkog pokreta i moderne „ekološke svijesti“ (Kufrin, 2002).

Svjesni prakse narušavanja ravnoteže ekoloških pitanja, sve se više zagovara stvaranje uvjeta za zdravu okolinu i pravedniji, sigurniji i mirniji svijet (Marković, i Dragović Sekulić, 2014). To osigurava i povećanje broja radova na području teorije proizvodnje gdje društveni znanstvenici češće reagiraju na ekološke izazove u privrednoj praksi, uz dodatak posebnog filozofskog angažmana jer se radi o biti i opstanku svijeta i ljudi (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018).

Do sada je to područje bilo zanemareno u ekonomici pa ova disertacija analizira aspekte ekologije i mehanizma zaštite okruženja koji će se moći integrirati u novi koncept i način razmišljanja u suvremenom poslovanju. „Krajnji cilj takvog pristupa je stvaranje podrške odlučivanja u praksi koja vodi računa o zaštiti prirodnog okruženja“ (Barković, 1993:193).

Danas se o tom problemu reprezentativno raspravlja u znanstvenim i stručnim časopisima, političkoj i normativnoj praksi te proizvodnoj ekonomiji i referentnim aktivnostima za upravljanje zaštitom okoliša (Marković, Dragović Sekulić, 2014). Krajnji

cilj je pronaći nove tehnologije i načine korištenja energije koji neće prijetiti klimatskim promjenama (Tafra-Vlahović i Pletikosić, 2015). Međutim, da bi se postignule postavljene ambicije, potrebna su znatna ulaganja u ekološki sektor.

Europska Komisija još je 2018. godine procijenila da će za postizanje takvih klimatskih i energetske ciljeva do 2030. trebati 260 milijardi eura dodatnih godišnjih ulaganja, odnosno oko 1,5 % BDP-a (European Green Deal, 2019). Takav tok ulaganja morat će se dugoročno održati, uz investicijske izazove koji zahtijevaju hitnu mobilizaciju javnog i privatnog sektora (European Green Deal, 2019). U skladu s tim, uspostava „zelenog modela“ stoga postaje egzistencijalno pitanje suvremene civilizacije koja će poticati multilateralne i nacionalne akcije „[...] za rješavanje trenutne krize i njezinog utjecaja na društvo, ekonomiju i okoliš, te istodobno riješiti međusobno povezanu globalnu klimu, hranu, goriva i vode, koji srednjoročno prijete društvu“ (UNEP, 2009a) (Neusteurer, 2016: 313).

Možemo stoga opravdano tvrditi da cjeloviti društveni razvoj danas ovisi o konzistentnom razvoju ekološko-ekonomske teorije (Maurić 1995). Kako bi se tome dodatno pridonijelo, ova disertacija u najširem smislu analizira teoriju proizvodnje, s aspekta znanosti o ekonomici poduzeća, ali joj dodaje i faktor okruženja. Služeći se tradicionalnim pogledom na proizvodnju, uz postojeća ulaganja u elementarne faktore, sirovine, pogonska sredstva i procese rada, u ovoj disertaciji se razmatra i element prirodnog okruženja. Pritom se analiziraju financijski prioriteti i hitne akcije koje pridonose poduzimanju takvih odgovarajućih ekoloških mjera i reakcija, pa u nastavku slijedi analiza socijalne i ekonomske pravde koje su potrebne za postizanje integriteta prirodnog okoliša u poslovanju.

2.1.1 Zaštita okoliša i održivi razvoj

Početak 21. stoljeća predstavlja vrijeme buđenja ljudske svijesti oko tema ekologije i zaštite okoliša (Jakovljević, 2021) te vrijeme kada znanstvenici počinju upozoravati na ograničenost resursa našeg planeta (Šinkić, 2013). Naime, tada se u znanstvenim krugovima počinje govoriti o procesu održivog razvoja koji se razvija u okvirima paradigme entropijskog ekonomskog razvoja, odnosno kvalitativnog razvoja ekonomskog sustava koji predlaže W. Georgesc-Roegen (Maurić, 1995).

Zajedno s grupom vodećih ekonomista, poznatijih kao „bioekonomisti“, Georgescu – Roegen pozicionira ekonomski sustav kao proširenje ljudske bioevolucije, odnosno kao dio prirode koji se ne može neprekidno nastavljati u beskonačnost (Maurić, 1995). Svojim istraživanjima ruši vjeru u neograničenost prirodnih resursa te zahtijeva uspostavu nove ravnoteže, između prirodnih resursa i čovjekovih mogućnosti. Zahvaljujući njegovim i svim kasnijim naporima znanstvenih krugova, danas se koncept održivog razvoja može shvatiti kao novi razvojni put (neo)liberalnog modela koji služi kao stup temeljac za održavanje ravnoteže između ekonomije i ekologije (Cifrić, 2018).

Vođeni time, 1987. godine Brundtlandska komisija Ujedinjenih naroda objavljuje najčešće korištenu definiciju održivog razvoja: održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe sadašnjosti, bez ugrožavanja mogućnosti budućih generacija da zadovolje vlastite potrebe (Šinkić, 2013). Također, slogan „održivi razvoj“ implicira da nema suprotnosti između ekološke održivosti i ekonomskog razvoja i da je ekološka stabilnost dobra za ekonomski razvoj, a ekonomski razvoj dobar za ekološku stabilnost (Cifrić, 2018). Ove i druge definicije održivog razvoja, upozoravaju na nužnost ravnoteže između potrebe za unapređenjem kakvoće života, ostvarivanjem društvene dobrobiti i očuvanjem okoliša, kao prirodnog dobra o kojima ovise sadašnje i buduće generacije (Šinkić, 2013).

Održivi razvoj danas predlaže korištenje obnovljivih izvora energije, na održiv i cirkularan način (WAN-IFRA, 2018), uz kombiniranje dvaju ključnih ciljeva – rasta i zaštite okoliša (Cifrić, 2018) – gdje se resursi, investicije, tehnički napredak i institucionalne strukture dovode u sklad s budućim i sadašnjim potrebama (Hauff, 1987). To u današnjem svijetu podrazumijeva usklađivanje kontinuiteta prirodnog svijeta i kontinuiteta razvoja modernog društva, odnosno inkorporiranje održivog razvoja u teoretske koncepte društvenog razvoja i ekonomskih modela, koji postoje već gotovo dva stoljeća (Cifrić, 2018). Dakle, treba se prilagoditi novonastalim uvjetima ekološke krize i globalizacije, i omogućiti nove uvjete za dugoročni balans između razvoja i održivosti (Cifrić, 2018).

Međutim, globalizacija još uvijek nema u vidu proces zaustavljanja kvantitativnog rasta (na izvjestan način), zbog čega se i dalje dovoljno ne problematizira pitanje daljnjeg razvoja (Cifrić, 2018). U tu svrhu, Brundtlandova komisija UN-a o okolišu i razvoju, pod naslovom „Naša zajednička budućnost“, usvaja politiku održivog razvoja koja je danas

obvezatna za sve njegove članice, njihove vlade, gospodarske poduzetnike i građane (Perko Šeparović, 1996).

Nadalje, kao odgovor na Izvješće Svjetske komisije za okoliš i razvoj, Međunarodna trgovinska komora (ICC) 1991. godine donosi Poslovnu povelju za održivi razvoj koja postavlja šesnaest načela upravljanja okolišem, koja pokrivaju ekološki važne aspekte, zdravlje, sigurnost i brigu za proizvod (Matešić, Pavlović i Bartoluci, 2015). Svrha joj je pridobiti veći broj poduzeća da unaprijede svoje djelovanje prema okolišu u skladu s načelima povelje, zatim prilagode upravljačke prakse kako bi omogućili unapređivanje odnosa prema okolišu te da mjere svoj napredak i izvještavaju dionike o njemu (Matešić, Pavlović i Bartoluci, 2015).

Takva politika zaštite okoliša slijedi logiku razvoja modela zapadnog društva i njegovu ekonomsku logiku razvojnog ključa, ali pritom zahtijeva odnos prema prirodi / okolišu kao prema nečemu trajnom, stabilnom i statičnom, što zahtjeva i primjerenu zaštitu (Cifrić, 2018). Da bi se to ostvarilo, danas su potrebne promjene i u socijalnoj sferi jer prirodna okolina vrijedi onoliko koliko su pojedinci u društvu spremni doprinijeti njezinom održavanju ili poboljšanju njene korisnosti u ekonomskom procesu (Maurić 1995). Dakle, javnosti, različita poduzeća i državne vlasti postaju ključni faktori za ekološki rizik (Eleftheriadis i Anagnostopoulou 2017), pa društvo i privatni sektor u posljednje vrijeme sve više pokazuje interes za prihvaćanje takvih mjera održivog razvoja.

Vodeći se time, ova disertacija analizira „globalni ekološki menadžment” (eng. *global environmental management*) kao odgovor na izazove globalne ekologije (Cifrić, 2018), tako što operacionalizira jedan aspekt tzv. „zelenog modela“ koji može pridonijeti razvoju evolucijske samoregulacije organskog ekonomskog sustava. Naime, novi izazovi koje nameće održivi razvoj, utječu na restrukturiranje uloge gospodarstva i civilnog sektora pa se u ovoj disertaciji nastoji u praksi empirijski pokazati kako primjena održivog razvoja u evoluciji nekog konkretnog koncepta, može doprinijeti ekonomskom i društvenom razvoju.

Konceptu se pristupa planski (iz jednog centra) s krajnjim ciljem razvoja korporativne odgovornosti poduzeća, da u svoju ekonomsku strategiju integrira etičke prosudbe koje će kontinuirano nadgledati gospodarske aktivnosti i njihov učinak na društvo i okoliš (Marinčić, Svetoiwanec-Marinčić, 2018). Ono podrazumijeva implementaciju aktivnosti za

sprječavanje onečišćenja, odnosno korištenje procesa, tehnika, materijala, proizvoda, usluga ili energija koje izbjegavaju, smanjuju ili kontroliraju (odvojeno ili u kombinaciji) stvaranje, emisija ili ispuštanje bilo koje vrste zagađivanja ili otpada, kako bi smanjili štetni utjecaji na okoliš (ISO 14001: 2015).

Provedba takvih ciljeva unutar organizacije, ovisi o procesu institucionalizacije društvenih aktivnosti, odnosno poduzeća i svakog pojedinca u poduzeću, putem određenih etičkih normi (Cifrić, 2018). U nedostatku boljeg koncepta, empirijska analiza u ovoj disertaciji pruža praktični primjer za sprječavanje socijalne i ekološke neravnoteže u suvremenom gospodarstvu, tako što ukazuje na aktivnosti za provedbu zelene tranzicije u organizacijama, a sve u svrhu smanjenja onečišćenja te zaštite bioraznolikosti i usluga ekosustava u kojem djeluje.

2.1.2 Globalne i lokalne politike zaštite okoliša

Koristeći ustaljene industrijske prakse, mnoge su zemlje „žrtvovala” kvalitetu okoliša koja je dugoročno naštetila globalnom ekosustavu, a sve zbog potrebe za ekonomskim prosperitetom i postizanjem veće stope ekonomskog rasta (Tomić i Grdić, 2022). Prema izvješću *Carbon Majors* (eng.) iz 2015. godine navodi se da od 1988. godine nadalje 70 % svjetskih emisija stakleničkih plinova uzrokuje samo sto tvrtki (Plenković, 2008).

Zbog takve industrijske neravnoteže i dugoročne zagađenosti, suvremeno društvo sve više zahtijeva od poduzeća da primjenjuju održivi razvoj, odnosno zahtijeva korjenite i sveobuhvatne promjene koje među ostalim podrazumijevaju sljedeće: definiranje strateških opredjeljenja i organizacijske kulture (sustava vrednota, normi i uvjerenja članova organizacije), definiranje načina proizvodnje i obavljanja poslovnih procesa te utjecaj na i, općenito komuniciranje, s okruženjem (Bičo Ćar, 2014).

Danas je, više nego ikada, očito kako je daljnji ekonomski pa i cjelokupni društveni razvoj na nacionalnoj, ali i na globalnoj razini, postao ovisan o održivom razvoju koji se uzima u obzir kao mjerilo za stvaranje novih globalnih veza koje se temelje na pravednosti, podjednako raspodjeli bogatstva i novom konceptu globalnog razvoja uopće (Lončar, 2019). U tom kontekstu, glavni izazovi za dugoročno održivu ekonomsku politiku danas podrazumijevaju dva glavna cilja: ekonomski rast i očuvanje okoliša (Tomić i Grdić, 2022). To

znači da, u usporedbi s ekonomskim rastom, ekologija mora ostvariti viši stupanj regulacije ustrojstva, na razini globalnog i lokalnog plana djelovanja (Plenković, 2008).

Time politika zaštite okoliša postaje jedna od najvažnijih tema današnjice i izuzetno je važna za razvoj ljudske i nacionalne sigurnosti, i održivog razvoja (Marković, Dragović Sekulić, 2014). Danas uglavnom prevladava opće mišljenje da su četiri događaja ključna za razvoj suvremenog environmentalizma: objavljivanje i odjek knjige Rachel Carson, *Silent Spring* (1962.), organiziranje prve proslave Dana Zemlje (1970.), donošenje *National Environmental Policy Act* (eng.) (1970.) i osnivanje Agencija za zaštitu okoliša (eng. *Environmental Protection Agency*) (1972.) (Kufrin, 2002). Naime, one dalje potiču kreiranje najznačajnijih međunarodnih akcija koje ograničavaju prevlast ekonomije nad ekologijom (kao što su deklaracije, konvencije, sporazumi u okviru OECD, EU, UN-a), a istovremeno preporučaju ekonomski instrumentarij (npr. porezni, fiskalni, i dr.) koji nalaže smjernice za internalizaciju ekoloških obveza.

Ovi sustavi regulacije, mjere i planski djeluju unutar tržišta i ne prepuštaju ga slobodnoj volji pojedinaca i institucija ili interesu političkih stranaka, nego osiguravaju kulturni (a ne politički) predznak koji će efikasno regulirati ravnotežu između čovjeka i prirode (Cifrić, 2005).

Promjene na regulatornoj razini započinju kreiranjem politika prema okolišu, gdje se definiraju ciljevi zaštite okoliša koji će potaknuti i pojačati mreže globalne kulture i prekograničnog povezivanja ljudi oko ekoloških problema (Marković, Dragović Sekulić, 2014). To će pridonijeti procesu jasnijeg definiranja pravnih odredbi koje se tiču okoliša, a posebno ukazati na njegovu funkciju u postizanju koncepta održivog razvoja u globalnom društvu (Marković, Dragović Sekulić, 2014).

Također, to znači da bi uspostavljanje međunarodnog prava na polju zaštite okoliša, omogućilo proaktivnu integraciju politike zaštite okoliša putem međunarodnih sporazuma koji poštuju univerzalne principe i specifične potrebe pojedinih zemalja (Marković, Dragović Sekulić, 2014). Takvi bi sporazumi dodatno potaknuli prihvaćanje adekvatnih ekoloških propisa, na nacionalnim i internacionalnim razinama koje mogu formirati nove političke, ekonomske i pravne prakse upravljanja prema okolišu općenito te prema problemima koji se bave lokalnom zaštitom okoliša (Marković, Dragović Sekulić, 2014).

Kada govorimo o zaštiti okoliša u Republici Hrvatskoj (RH), u posljednje vrijeme ono postaje sve značajnije područje društveno-ekonomskog interesa koje se sve više usklađuje i izjednačava s trenutnim europskim standardima (Čižmešija i Živadinović, 2009). Međutim, kada govorimo o održivom razvoju organizacija na području RH, ono je još uvijek u samim počecima (Šinkić, 2013).

Jedan od temeljnih nacionalnih dokumenata za provedbu održivog razvoja i zaštite okoliša, vezan uz korporativne društvene odgovornosti na teritoriju RH, je *Plan zaštite okoliša Republike Hrvatske za razdoblje od 2016. do 2023. godine* (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018). On utvrđuje prioritete u zaštiti okoliša i predstavlja glavni okvir za provedbu politike zaštite okoliša u okviru društveno odgovornog poslovanja (DOP) u RH (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018). „Plan slijedi smjernice *Europske strategije iz 2020.*, sedmog *Europskog akcijskog programa do 2020. (Dobro živjeti u granicama našeg planeta)*, zatim *Zatvaranje petlje – Akcijskog plana kružne ekonomije EU, Agende za održivi razvoj do 2030. godine Ujedinjenih naroda* te *Plan za prelazak na konkurentno gospodarstvo EU s niskim udjelom ugljika 2050. godine*“ (Marinčić i Svetoivanec-Marinić, 2018:142).

Ovaj Plan jasno određuje ključne mjere za bolju integraciju politika zaštite okoliša i osiguravanja održivog razvoja u Hrvatskoj (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018). Također, podržava mjere za transformaciju hrvatskog gospodarstva u održivo i konkurentno gospodarstvo s jasnim pogledom na problem klimatskih promjena koje postaju sve veća prijetnja održivom razvoju (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018).

Takve politike zaštite okoliša trebale bi pomoći hrvatskim organizacijama na različitim razinama odlučivanja, u različitim situacijama, za različite ljude i referentne objekte, u prevenciji, uklanjanju i smanjenju učinka pojedinih štetnih utjecaja na okoliš (Marković, Dragović Sekulić, 2014).

S druge strane, isto je vidljivo i u nacionalnom strateškom planskom dokumentu za zaštitu okoliša *Plan za zaštitu prirode Republike Hrvatske za razdoblje između 2017. do 2025. godine* koji pruža smjernice za razvoj društveno odgovornog poslovanja (DOP) u RH.

Danas je stoga važno usmjeriti organizacije prema objektivnoj brizi o dobrobiti društva, bez obzira na visinu i potencijal stvaranja dobiti, a to se može postići i primjenom društveno

odgovornog poslovanja (DOP) koje ograničava ponašanja pojedinaca i korporacija u mogućim destruktivnim aktivnostima (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018).

Europska komisija definira DOP kao koncept kojim tvrtke dobrovoljno integriraju socijalne i ekološke ciljeve u svoje poslovne aktivnosti i odnose sa suradnicima, pa DOP danas predstavlja pokušaj da se predanim gospodarstvom doprinese održivom gospodarskom razvoju, tako što ljudima, njihovim obiteljima, lokalnoj zajednici i društvu općenito nastoji poboljšati uvjete u kojima žive (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018).

Kako bi u ovoj disertaciji bolje analizirali transformacije ekološkog poslovanja u hrvatskim organizacijama, osnovni koncept i jedna od referentnih točaka za njegov početak u praksi je društveno odgovorno poslovanje (DOP). Ovdje se putem interdisciplinarnih i multidisciplinarnih pristupa i njihovih odgovarajućih studija, smisleno analiziraju načini za primjenu koncepta zaštite okoliša, održivog razvoja i DOP-a, tako što se spomenute vrijednosti analiziraju povezujući one koji kreiraju politike gospodarskog razvoja, s vrijednostima onih koji ih primjenjuju – lokalnog stanovništva (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018). Na taj će način disertacija dati uvid u važnost aktualnih gospodarskih aktivnosti koje mogu doprinijeti ukupnom smanjenju štetnog ekološkog utjecaja, pa u nastavku slijedi sustavna analiza smjernica DOP-a koja će dati okvir za daljnju analizu mogućnosti provedbe ekološki održivog poslovanja u hrvatskim organizacijama.

2.1.3 Društveno odgovorno poslovanje (DOP)

Konceptualizacija DOP-a započinje sredinom 20. stoljeća kada tvrtke počinju razmišljati izvan vlastitih pravnih i ekonomskih obveza, i počinju uzimati u obzir filantropske i etičke elemente u poslovanju (Quien, 2012). Također, u posljednje vrijeme politike međunarodnih organizacija i Europska unija (EU) jasno definiraju društveno odgovorno ponašanje poslovnih subjekata i inih organizacija te u njima prepoznaju uzročno-posljedičnu povezanost odgovornog poslovanja i održive konkurentnosti (Poljak, Duboković i Lenardić, 2013).

Do 2005. godine EU je nekoliko puta potvrdila važnost DOP-a i njegove glavne elemente koji obuhvaćaju odrednice poput utjecaja na okoliš, zaposlenike, društvo, ljudska

prava, međuljudske interkulturalne te međureligijske i multikulturalne odnose (Marinčić, Svetoivanec-Marinčić, 2018).

Pojam društvene odgovornosti ili društveno odgovornog poslovanja definira se preko normi, vrijednosti i ponašanja poduzeća prema internome i eksternom okruženju (Medenica-Mitrović i Popović 2019). Točnije, DOP je oblik etičnog poslovanja koje doprinosi društvu i društvenim pitanjima kao što je ekologija, zdravlje, sigurnost, obrazovanje i sl. (Quien, 2012). Ono podrazumijeva niz vrijednosti, djelovanja i aktivnosti koje organizacije definiraju za održivi odnos prema zajednici i društvu u kojem djeluju (Quien, 2012).

DOP postaje sve važnija komponenta poslovanja poduzeća koji nastoje zadovoljiti sve zahtjevnije etičke, ekološke, pravne, trgovačke i javne standarde (Glumac, 2018). Također, poduzeća na taj način pridonose poboljšanju odnosa s ključnim akterima te dugoročno pridonose održivosti tvrtke i njenoj diferencijaciji među uspješnim poduzećima (Medenica-Mitrović i Popović 2019).

Danas u svijetu raste broj organizacija koje promoviraju svoju strategiju društvene odgovornosti, najčešće kao posljedica spoznaje o utjecaju vlastitih postupaka na ukupnost aktivnosti i života društva u kojem živimo, ali i kao odgovor na sve veće društvene i gospodarske pritiske te pritiske zelenih vezane uz zaštitu okoliša (Salarić i Jergović, 2012).

Ono što karakterizira današnje globalno gospodarstvo jest sve jasnija spoznaja o neodrživosti nekih od njegovih temeljnih postavki, kao primjerice svijesti o uspjehu, pa i pojam uspjeha kao takav koji odjednom počinje dobivati nova tumačenja koja uključuju pojmove odgovornosti, etičnosti i održivosti (Salarić i Jergović, 2012).

Danas razlikujemo dvije dimenzije DOP-a – unutarnju i vanjsku – gdje unutarnja dimenzija (*ad intra*) obuhvaća svijest o događajima i procesima unutar same tvrtke, što uključuje upravljanje ljudskim resursima, zdravljem i sigurnosti na radu te prilagodbu promjenama, i utjecaja na okoliš i prirodne resurse, dok se vanjski (dodatni) segment društvene odgovornosti poduzeća odnosi na svijest o lokalnoj zajednici i globalnoj brizi za okoliš (Marinčić, Svetoivanec-Marinčić, 2018). Dakle, s jedne strane društvena se odgovornost organizacije očituje preko odabranih i planiranih aktivnosti iznutra, u odnosu na dobrobit društva unutar kojega organizacija djeluje, a s druge strane društveno odgovorno poslovanje provodi vanjske aktivnosti koje će (u konačnici) pozitivno utjecati

na imidž i reputaciju organizacije i svih čimbenika koji eksplicitno utječu na njezinu (tržišnu) opstojnost (Raguž, Bušić i Jurišić, 2019).

DOP polazi od ideje da organizacija treba sagledavati mnogo više aspekata od samog poslovanja te uzeti u obzir cjelokupne probleme neke zajednice, regije i društva, odnosno cjelokupni kontekst zajednice koje će ostvariti kroz razvoj i implementaciju vlastitih poslovnih praksi (Quien, 2012).

Povijesno gledano, društveno odgovorno poslovanje iz dana u dan dobiva na širini i značaju, pa ga danas ne prihvaćaju samo velike korporacije, nego sve više i srednji i mali gospodarstvenici i poduzetnici, kao svoju konkurentnu prednost jer ono sve više predstavlja nužni oblik ponašanja u svim gospodarskim aktivnostima (Salarić i Jergović, 2012).

DOP se danas uvelike koristi i implementira u organizacijama i tvrtkama razvijenih zemalja (Quien, 2012), međutim manje u razvijenim zemalja poput Hrvatske gdje za sada još ne postoje zakoni koji se eksplicitno odnose na DOP (HUP, 2013). Međutim, postoje određena područja (npr. zaštita okoliša) koja su vrlo visoko regulirana i propisuju stroge norme i standarde poslovanja i time ne ostavljaju puno prostora poduzećima potpuno dobrovoljnu praksu iznad zakona (HUP, 2013).

Primjena društveno odgovornog poslovanja u Hrvatskoj ide znatno sporije, a neki od razloga za to su: loše upravljanje tranzicijom, rat koji je obilježio kraj 20. stoljeća, ekonomska kriza 2008. godine te nedostatak odgovarajućih državnih poticaja.

Unatoč tome, situacija u Hrvatskoj se polako poboljšava te sve više malih i velikih poduzeća u zadnje vrijeme primjenjuje društveno odgovorno poslovanje (Glumac, 2018). Danas je za hrvatska poduzeća bitno da na vrijeme prepoznaju nužnu praksu društveno odgovornog ponašanja, ovisno o vlastitom području djelovanja, kako bi u konačnici mogli proaktivno djelovati i u tom smislu ojačati vlastitu poziciju na tržištu.

Tako se u RH u posljednje vrijeme povećava ekološka osviještenost potrošača, o utjecaju koji oni mogu imati na zagađenje, odnosno očuvanje okoliša, pa se na lokalnoj razini stvorio segment ekološki odgovornih potrošača (Tolušić, Dumančić i Bogdan, 2014).

U tom kontekstu, a za potrebe ove disertacije, u nastavku slijedi analiza primjene propisa zaštite okoliša u proizvodnom procesu (*ad intra*) hrvatskih organizacija i njihovog utjecaja (dodatno) na okoliš lokalnih zajednica.

Takva sustavna analiza omogućit će temelje za izgradnju platforme koja može djelovati u skladu s dugoročnom društvenom odgovornošću i održivim razvojem u Hrvatskoj.

Novost u odnosu na postojeće analize ovoga tipa je jača koordinacija između gospodarskog razvoja i zaštite okoliša, vođena analizom razvoja u okvirima priručnika *Sustav upravljanja okolišem* (eng. *Environmental management system*) (EMS) koji definira alate za prilagodbu vlastitih potreba organizacije s globalnim ciljevima održivog razvoja. Analiza takve moderne politike zaštite okoliša, koja podržava održivu proizvodnju i potrošnju, olakšava integraciju procesa zaštite okoliša u postojeće poslovne strategije organizacija i nudi smjernice za kvalitetno provođenje ekološkog menadžmenta u skladu s potrebama lokalnih zajednica u RH (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018).

Uzimajući u obzir postojeće strateške i planske dokumente u hrvatskim organizacijama, EMS ovdje služi kao nadopuna u definiranju odnosa ovlaštenja i odgovornosti unutar organizacija, u skladu s ekološkim ciljevima. Također, EMS ovdje služi za analizu opsega kontrole koju organizacija može iskoristiti i izvršiti, odnosno aspekte okoliša na koje može utjecati, i opseg u kojem taj utjecaj može provoditi, a sve u svrhu inkorporacije i usklađivanja normi hrvatskih organizacija, s normama EMS-a i, u konačnici, dobivanja odgovarajuće registracije od strane vanjske Organizacije (ISO 14001: 2015).

Implementacija takvih poslovnih praksi i odgovarajućeg ekološkog postupanja, u konačnici omogućuje i stvarne učinke na svijest i odgovornosti svakog pojedinog građana (Marinčić, Svetoivanec-Marinić, 2018). Osim postizanja takvih dugoročnih ekoloških ciljeva, moderna politika zaštite okoliša u organizacijama imala bi i značajan utjecaj na društvo (Quien, 2012).

U konačnici, EMS ovdje služi kao temelj za razvoj poslovne kulture i etičkih principa suvremenih hrvatskih organizacija, koje će svojim primjerom dalje informirati, obučavati i obrazovati ljude o svojoj univerzalnoj društvenoj odgovornosti, putem inicijativa za zaštitu okoliša (Quien, 2012). Ova disertacija stoga nastoji približiti sve značajniji utjecaj društva na svakodnevno poslovanje organizacija u RH te važnost primjene DOP-a kao efikasnog alata za stjecanje konkurentne prednosti (Glumac, 2018).

Naposljetku, ovdje je riječ o višestrukoj uzajamnoj koristi – kako za organizaciju tako i za društvo – pa u nastavku slijedi detaljna analiza odrednica i definicija koje primjenjuje i predlaže EMS.

2.1.4 Sustav upravljanja okolišem (EMS)

Osim odgovarajućih zakona i propisa o zaštiti okoliša, ekološke odrednice danas proizlaze i iz mnogih dobrovoljnih propisa, među koje spadaju organizacijski i industrijski standardi, ugovorni odnosi, kodeksi prakse i sporazumi s grupama u zajednici ili nevladinim organizacijama (ISO 14001: 2015).

Jedna od najutjecajnijih organizacija koja danas diktira dobrovoljne procese svjetskih industrija i organizacija je Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO), čije dobrovoljne odredbe često naposljetku postaju globalni zakoni i odredbe. Naime, ISO je međunarodna organizacija nacionalnih tijela koja svjetskim organizacijama izdaje globalne internacionalne standarde za povećanje vlastitih poslovnih rezultata te im pruža rješenja u novim globalnim izazovima (ISO 14001: 2015).

Danas postoje 23 642 internacionalna standarda koji pokrivaju gotovo sve aspekte tehnologije i proizvodnje u organizacijama (ISO 14001: 2015). Nadalje, na području angažmana oko zaštite okoliša, 2015. godine ISO izdaje posljednju aktualnu verziju najčešće korištenog međunarodnog standarda za upravljanje okolišem – *ISO 14001: 2015*, poznata pod nazivom *Sustav upravljanja okolišem*. To je međunarodni standard koji pomaže organizacijama u poslovanju, tako da istovremeno uzima u obzir vrijednosti okoliša, samu organizaciju i njezine zainteresirane strane (ISO 14001: 2015).

Ovaj standard precizira uvjete sustava upravljanja okolišem koje organizacija koristi za poboljšanje svojih ekoloških performansi te za izgradnju sustavnog upravljanja koji će doprinijeti ekološkom procesu održivosti. To među ostalim uključuje poboljšanje ekoloških performansi, provedbu obveza usklađenosti te postizanje vlastitih poslovnih ciljeva u skladu s okolišem (ISO 14001: 2015).

ISO 14001: 2015 je primjenjiv u svakoj organizaciji, bez obzira na njenu veličinu, vrstu i prirodu te obuhvaća sve ekološke proizvodne i uslužne aktivnosti koje organizacija može kontrolirati ili na koje može utjecati, ovisno o njihovom životnom ciklusu (ISO 14001: 2015).

Svaka organizacija može koristiti *ISO 14001: 2015* za sustavno poboljšanje vlastitog okoliša u cijelosti ili djelomično, međutim, on je primjenjiv samo ako su svi njegovi zahtjevi ugrađeni u sustav upravljanja okolišem organizacije i ispunjeni bez izuzetka (ISO 14001: 2015).

Ovaj međunarodni standard prvenstveno pruža organizacijama okvir za zaštitu okoliša, u kojem specificira zahtjeve za određivanje kriterija zaštite okoliša u okviru vlastitog sustava upravljanja, na temelju kojeg organizacije samostalno određuju svoje specifične ekološke značajke.

Ovisno o vlastitoj disciplini (poput npr. financijskih ili okolišnih ciljeva) te različitim razinama u kojima djeluju (npr. strateške, određeni projekt, proizvod, uslugu i/ili postupak), organizacije ponuđenim ekološkim značajkama pristupaju strateški, taktički ili operativno (ISO 14001: 2015). Pritom veliki utjecaj ima i aspekt okoliša (npr. vrsta, veličina, učestalost itd.) ili sam utjecaj organizacije na okoliš (npr. jačina, trajanje, izloženost), zatim ulazni i izlazni podaci (namjerni i nenamjerni), trenutne i relevantne prošle aktivnosti, proizvodi i usluge; planirani ili novi razvoj događaja; te nove ili modificirane aktivnosti, proizvodi i usluge (ISO 14001: 2015).

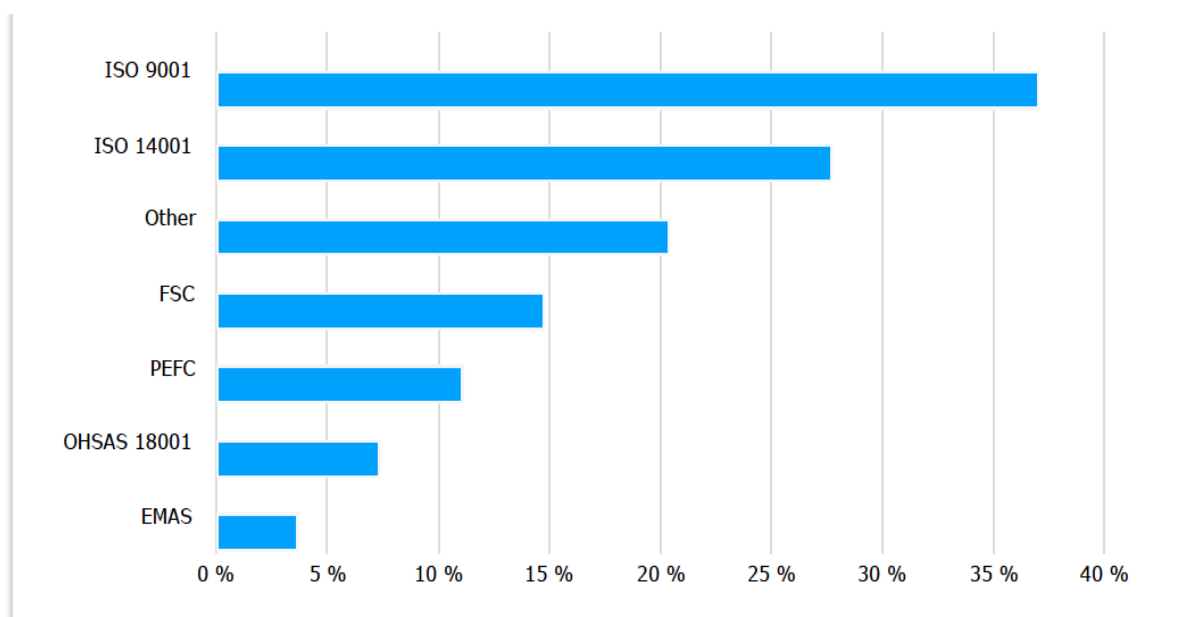
Kada govorimo o proizvodnim i uslužnim djelatnostima organizacija, treba uzeti u obzir perspektivu njihovog životnog ciklusa, pritom pažljivo razmišljajući o fazama životnog ciklusa koje organizacija može kontrolirati ili na koje može utjecati, a koje će omogućiti povezivanje ekoloških aspekata s operativnim ili proizvodnim procesima kao što su skladištenje, prijevoz proizvoda i isporuka usluga te gospodarenje otpadom koje uključuje ponovnu upotrebu, obnavljanje, recikliranje i odlaganje (ISO 14001: 2015). Tipične faze životnog ciklusa proizvoda (ili usluge) uključuju nabavu sirovina, dizajn, proizvodnju, transport/isporku, upotrebu, obradu nakon završetka životnog vijeka i konačno odlaganje (ISO 14001: 2015).

Naposljetku, ono nastoji uputiti organizacije u načine kako u svoj poslovni sustav integrirati vlastito izgrađeni sustav upravljanja okolišem – od planiranja radnji koje treba poduzeti u sustavu upravljanja okolišem do definiranja prioriternih obveza za postizanje usklađenosti (ISO 14001: 2015). Kako bi organizacija u konačnici postigla predviđene ishode vlastitog sustava upravljanja okolišem, potrebno je prilikom razmatranja vlastitih tehnoloških mogućnosti proizvoda ili usluga, razmotriti upotrebu najboljih dostupnih tehnika, tamo gdje je to ekonomski isplativo i gdje se smatra prikladnim (ISO 14001: 2015).

Zbog moguće fleksibilnosti u planiranju i definiranju vlastitih prioritetnih ekoloških obveza, ovaj priručnik je pogodan za svaki tip organizacije pa se za svrhe ove disertacije koristi za potrebe novinskih organizacija.

Kada govorimo o novinskim organizacijama na globalnoj razini, priručnik ISO 9001 (Standard upravljanja kvalitetom) ocijenjen je kao najpopularniji certifikat u poslovanju (WAN-IFRA, 2018). Odmah iza njega slijedi ISO 14001 (Sustav upravljanja okolišem) s udjelom od 28 % kod ispitanika svjetskih novinskih organizacija, dok ostali certifikati podrazumijevaju upravljanje energijom ISO 50001 te OHSAS 18001 (Standard zdravlja i sigurnost) za koji je utvrđeno da se primjenjuje u najviše regija diljem svijeta (WAN-IFRA, 2018). Iako je istraživanje pokazalo da preko 70 % ispitanih novinskih organizacija ima neki oblik certifikata, od čega većina i višestruke certifikate, također je ustanovljeno da 28 % ispitanika uopće nema nikakve certifikate u svojoj organizaciji (WAN-IFRA, 2018) (slika 1).

Koji certifikat treće strane posjeduje Vaša organizacija?



Slika 1: Prikaz certifikata koje posjeduju novinske organizacije na globalnoj razini (WAN-IFRA, 2018)

Zbog uočenog povećanog interesa svjetskih novinskih organizacija za Sustav upravljanja okolišem, u nastavku slijedi sustavna analiza trenutnog stanja medijskog sektora novinskih organizacija koja će analizirati dostupnu literaturu o proizvodnim i uslužnim procesima i na temelju toga zaključiti o mogućoj integraciji Sustava upravljanja okolišem u poslovanju novinskih organizacija.

2.2 Novinske organizacije i proizvodnja sadržaja

Promjene izazvane metamedijem – internetom, u posljednje vrijeme sve više mijenjaju osnovnu ulogu novinarstva te poziciju medija na tržištu (Stamenković, 2015). Naime, mediji i novinarstvo danas su u stalnoj neizvjesnosti uzrokovanoj pojavom novih medija (Stamenković, 2015), pa se posljednjih godina pojačava i potreba za preispitivanjem većine medijskih teorija u njihovoj srži (Schroeder, 2018).

Dosadašnja recentna istraživanja znanosti u medijima, dokazala su izvjesne promjene nastale u novinarstvu posljednjih godina koje među ostalim obuhvaćaju nove načine distribucije medijskog sadržaja i njegove produkcije (Stamenković, 2015), ali i promjene njihovih publika. U takvim novim uvjetima koji podrazumijevaju stalne promjene, nove trendove u stvarnom novinarskom svijetu te promjene koje se zbivaju preko noći, potreban je konstantni napor da se ne padne kao kolateralna žrtva nego da se što prije prilagodi promjenama (Perišin i Mlačić, 2014).

Još od pojave digitalnih sredstava za emitiranje na tržištu, uvelike se raspravlja o opstanku medijskih organizacija jer su tradicionalne novine pogođene i, u mnogo slučajeva, oštećene svojim elektronskim alternativama koje se danas sve češće koriste za konzumaciju vijesti (Appelgren, 2007).

Tako primjerice *The Economist* (2006), tiskane novine izdvaja kao ugroženu vrstu jer se za njih smatra, da od svih „tradicionalnih“ medija, najviše gube pojavom novih medija i umreženosti, poput interneta (Appelgren, 2007). Prema njima „novine još nisu počele obustavljati proizvodnju u velikom broju, ali to je samo pitanje vremena“ (Appelgren, 2007). Također, svojedobno je i glavni urednik švedskih regionalnih novina Östersundsposten, Bosse Svensson (1998), izjavio kako je očito da će publika u konačnici napustiti tiskano izdanje jer sada postoji medij koji je brži, jeftiniji i daje nebrojeno više mogućnosti personalizacije (Appelgren, 2007).

Istovremeno, digitalne vijesti, koje nastaju iz maksimizirane razmjene informacija multipliciranim kanalima i konvergiranom medijima, uspostavljaju i neke nove zakonitosti (Krajina, Perišin 2009). Tako smo danas svjedoci i korisnici novih medija koji nam omogućuju da u potpunosti zamijenimo papir, kao medij za širenje informacija (Plenković, Mustić, 2011). To u posljednje vrijeme uzrokuje i propadanje velikog broja poznatih novina i časopisa (Nylén, 2015), kada novinske organizacije sve više postaju medijske organizacije koje objavljuju informacije kroz više različitih medijskih kanala (Appelgren, 2007).

Iako proizvodnja sadržaja u novinskim organizacijama i dalje primarno podrazumijeva proizvodnju tiskanih izdanja, izdavači posljednjih godina sve više sudjeluju u digitalnim inovacijama koje potiču nove obrasce korištenja sadržaja. To pokreće i sve veći broj internetskih stranica koje se bave svakodnevnom objavom novosti (dnevno informativnih internetskih portala) i koje po svojoj osnovnoj svrsi odgovaraju funkcijama dnevnih novina (Benković i Balabanić, 2010).

Međutim, danas digitalno novinarstvo još uvijek nije pronašlo obrise svog novog identiteta jer ga i dalje dijelom određuju logika brzine, kratkotrajnosti, konkurencije i površnosti (Stamenković, 2015). To podrazumijeva i promjene rutina u radu novinara, kako u odabiru izvora informacija, tako i u komunikacijskim preferencijama, što je unijelo dodatne ključne promjene u novinarsku profesiju (Jergović, 2009).

Danas novinarstvo kreće u revolucionarne promjene, koje podrazumijevaju multimedijски karakter obrade vijesti koji mijenja obrasce prikupljanja, produkcije, uređivanja i objavlivanja vijesti (Kovačić, Musa i Tomić, 2019). Dolaskom digitalnih medija, medijski se sadržaj svojom formom sve više prilagođava razvoju ICT tehnologije (Plenković, Mustić, 2011) gdje interaktivnost, multimedijalnost, nelinearnost, povezanost, arhiviranost, neposrednost i izvornost postaju njihovi glavni elementi poslovanja (Benković i Balabanić, 2010).

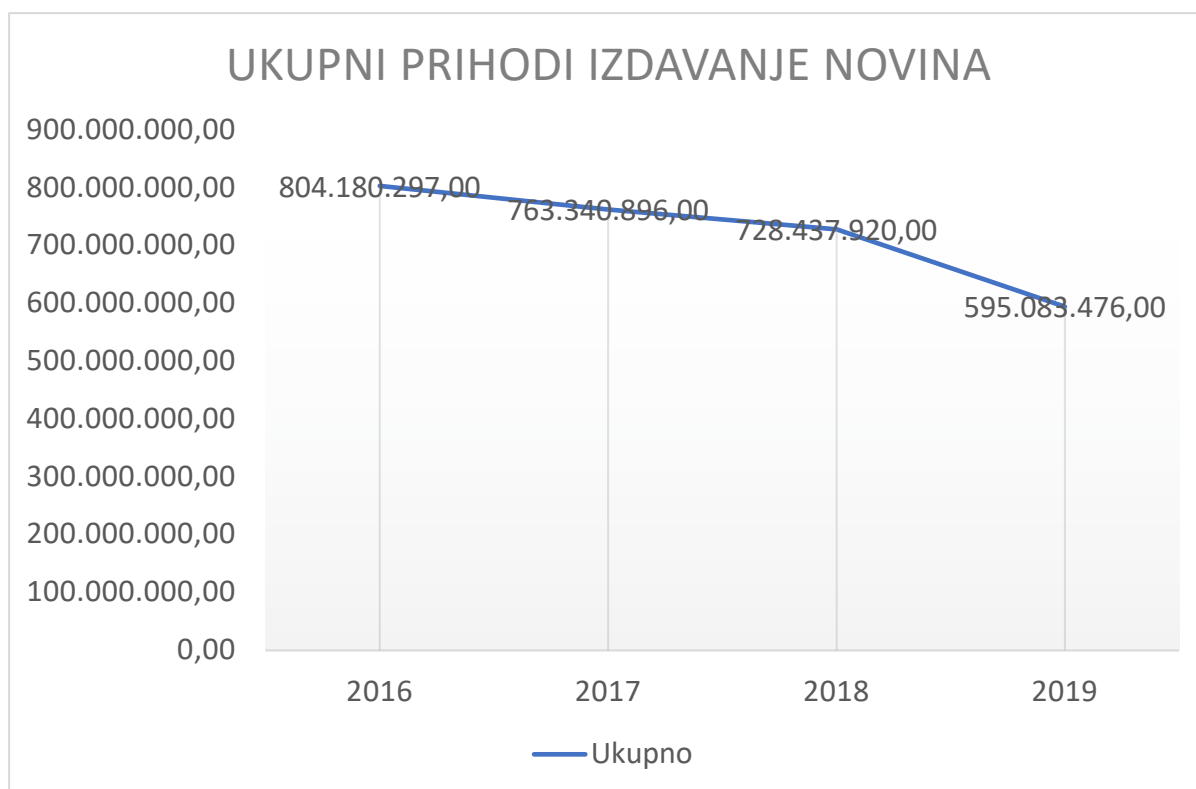
Takvo prilagođavanje konvergentnim tehnologijama, uzrokuje i novu organizaciju poslovanja suvremenih redakcija i isporuku sadržaja koji udovoljavaju zahtjevima digitalnog doba (Schlesinger i Doyle, 2015), iako i dalje u mjeri da ih kompenziraju smanjenjem prodaje tiskanih proizvoda (Nylén, 2015).

Iako takva napredna tehnologija danas nosi puno mogućnosti, ona istovremeno uzrokuje gubitak postojećih proizvoda i usluga što često dovodi novinske organizacije do financijske propasti. Naime, zbog višestrukog smanjenja cijena oglašavanja na internetu, u odnosu na cijene u tiskanim novinama, dnevno informativni internetski portali rade s nižim financijskim sredstvima, dok istovremeno moraju proizvoditi sadržaj koji kontinuirano zadovoljava njihovu publiku i razinu posjećenosti, da bi u konačnici i dalje ostali dovoljno zanimljivi oglašivačima (Benković i Balabanić, 2010).

Stoga najveći izazov za medijske organizacije, koje su se prethodno bavile isključivo tiskanim medijima, i dalje ostaje učiniti svoja elektronička izdanja financijski održivima (Moberg, 2010).

Prema dosadašnjim predviđanjima, medijski stručnjaci smatraju da će preživjeti samo one novine koje su se uspjele nametnuti novom digitalnom tržištu i oglašivačima, što se posljednjih godina naročito odražava na gospodarski položaj lokalnih izdavača (Gavranović i Naprta, 2008).

Tako primjerice u slučaju RH, a prema izvješću Hrvatske gospodarske komore, ukupni pad prihoda od izdavanja novina posljednjih nekoliko godina nezaustavljivo pada što dalje dokazuje nepovoljan utjecaj digitalnih medija na tržištu (*slika 2*).



Slika 2: Ukupni prihodi od izdavanja novina u RH 2016. – 2019. (Hrvatska gospodarska komora, 2020)

S tim u vezi, u posljednje vrijeme raste broj istraživanja uloge digitalnih tehnologija u medijima (Hischier i Reichart, 2001; Toff el i Horvath, 2004; Yagita i suradnici, 2003, Kozak, 2003) (Plenković, Mustić, 2011), naročito u odnosu na uspješne digitalne strategije koje smanjuju nakladu tiska, čineći digitalno izvještavanje, prema riječima *New York Times Co.'s Innovation Report* (eng.), "glavnim prioritetom" (The New York Times, 2014) (Thurman i suradnici, 2017).

To znači povećanje broja inicijativa na tržištu, za primjenu novih tehnologija koje će u kombinaciji s digitalnom infrastrukturom (npr. superračunala, *cloud*, ultra brze mreže) i umjetnom inteligencijom proširiti sposobnost razumijevanja i rješavanja poslovnih izazova koji uzrokuju trenutni manjak prihoda (European Green Deal, 2019).

Danas se stoga potiče otkrivanje svih blagodati digitalne transformacije kako bi se razvili precizni digitalni modeli za financijsku održivost primjenjivi na globalnoj razini (European Green Deal, 2019).

Ova disertacija to nastoji postići uz pomoć znanstvenih i industrijskih istraživanja o materijalnoj osnovi medija, s ciljem konačnog povećanja primjene informacijskih i komunikacijskih tehnologija (ICT) koje do sada nisu imale dovoljno veliku ulogu u novinskim organizacijama (Moberg, 2010). To se konkretno odnosi na istraživanja o njihovim ekološkim utjecajima koja do sada nisu u potpunosti istražena, uz izuzetak nekoliko istraživanja koja procjenjuju utjecaj proizvoda na ekologiju, i nekoliko komercijalnih izvješća koje uzimaju u obzir koristi ICT tehnologije, u istraživanjima o ekološkim utjecajima (Moberg, 2010).

ICT sektor i medijski sektor danas se preklapaju u tolikoj mjeri da neke nedavne studije tvrde kako ICT može imati odlučujuću ulogu u podržavanju različitih održivih ekoloških poslovnih strategija, pa možda i omogućiti prijelaz na ekonomiju koja se temelji na manje intenzivnom korištenju fizičkih materijala (Yevgeniya, 2016). Dakle, Yevgeniya (2016) predlaže – ono što se u ovoj disertaciji analizira – zamjenu postojećih proizvoda ICT-om ili povećanje upotrebe ICT tehnologije koja može pridonijeti održivom razvoju i smanjiti ekološki utjecaj. Iako istovremeno postoji briga o elektroničkom otpadu te sve većoj potrošnji električne energije koja može štetno utjecati na okoliš, važno je za ovu disertaciju napomenuti da se ti učinci ne mogu pripisati isključivo potrošnji internetskih vijesti jer se informacijsko-komunikacijska tehnologija također koristi u procesu tiskanja novina, koje ionako u većini imaju i svoja elektronička izdanja (WAN-IFRA, 2018).

Pitanje razvoja, posebno održivog razvoja, u proizvodnji medijskog sadržaja, neupitno se odnosi na proces i upotrebu tehnologije tiskanja koje se danas u potpunosti može zamijeniti proizvodnjom digitalnih sadržaja.

U postojećim istraživanjima ekoloških karakteristika medijskih proizvoda, oba proizvoda pokazuju određene dobrobiti i nedostatke. Primjerice, Moberg (2010) pokazuje da jedna godina čitanja novina ima veći utjecaj na ekologiju od čitanja novina na uređaju za e-čitanje, zbog čega postoji potencijal da uređaji za e-čitanje smanjuju ekološki utjecaj tiskanih novina.

Također, Yevgeniya (2016) na temelju postojećih istraživanja i studija slučaja o online novinama, zaključuje da proizvodnja i korištenje digitalnih tehnologija igraju ključnu ulogu za bolji ekološki učinak novinskih organizacija. To znači da digitalna tehnologija može imati važnu ulogu u održivom razvoju medijskih organizacija jer u konačnici vodi ka smanjenju

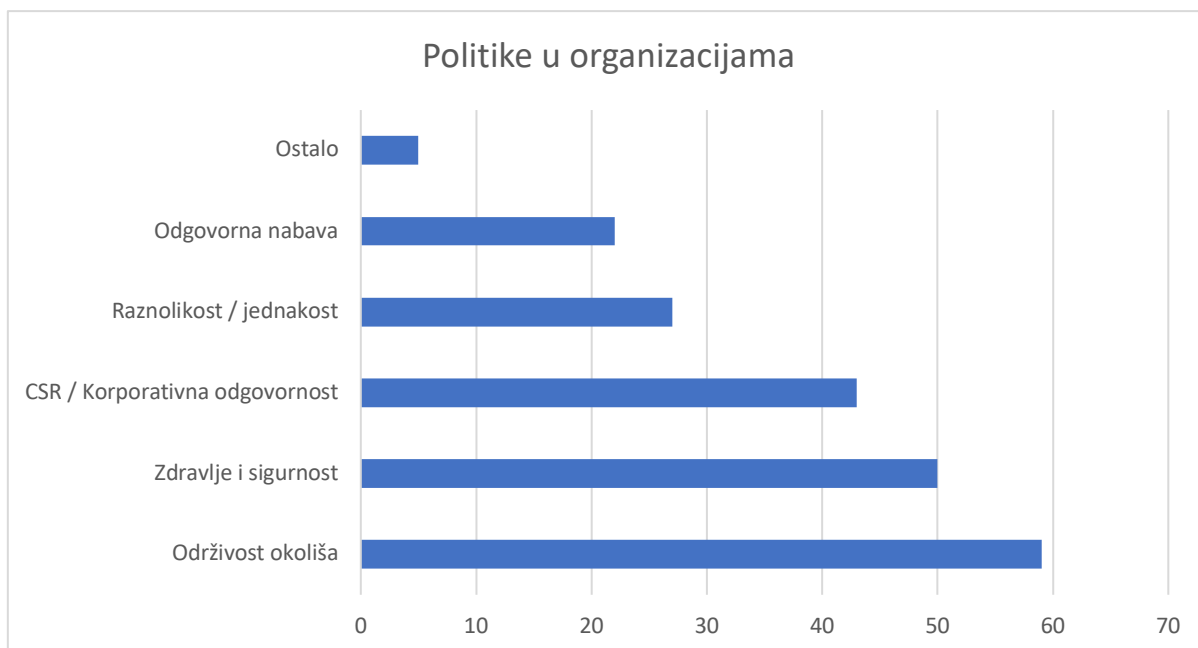
potrošnje, poboljšanju postojeće tehnologije te ekološkim poticajima i njihovoj regulaciji (Yevgeniya, 2016).

Međutim, digitalna tehnologija je još uvijek relativno nova i brzo rastuća, pa dostupni podaci o ekološkim učincima nisu veliki i vrlo brzo zastarijevaju (Yevgeniya, 2016). Također, primarni podaci rijetko su dostupni u slučaju procjena digitalne tehnologije pa mnoge studije uzastopno koriste sekundarne podatke koji povećavaju mogućnosti pogreške, i nesigurnost i pouzdanost u procjeni njihovog ekološkog učinka (Yevgeniya, 2016).

Stoga se u ovoj disertaciji analiza digitalnih tehnologija koristi isključivo u svrhu definiranja inovacijskih procesa koji će diktirati nove metode, procedure i odgovornosti, odnosno, novi proizvodni proces koji će promijeniti i proširiti strategiju novinskih organizacija u području ekološke učinkovitosti.

S obzirom na to da postojeći trendovi, kako na globalnoj razini, tako i u lokalnim sredinama poput Hrvatske, zahtijevaju daljnja istraživanja u ovom području, ova analiza o upotrebi ICT-a u poboljšanju ekološke učinkovitosti, omogućuje i daljnju analizu više ekoloških kriterija koji mogu utjecati na razvoj novih poslovnih procesa u novinskim organizacijama. Naime, predanost zaštiti okoliša ne omogućuje samo sprječavanje štetnih utjecaja na okoliš, nego također pruža okvir za primjenu ekološke strategije koja nalaže odgovarajuće aktivnosti i obveze u organizaciji koje mogu pridonijeti boljoj financijskoj neovisnosti.

Tako je primjerice, istraživanje Svjetske organizacije novinskih izdavača (WAN-IFRA) 2018. godine, omogućilo uvid u trenutne stavove sektora i aktivnosti povezanih s ekološkom održivošću. Naime, istraživanje pokazuje da 94 % ispitanika provodi barem neki oblik zaštite okoliša ili socijalne politike u svojoj organizaciji (WAN-IFRA, 2018). Među njima su najpopularnije politika zaštite okoliša ili održivost, a slijede ih zdravlje i sigurnost te društveno odgovorno poslovanje (DOP) (WAN-IFRA, 2018) (*slika 3*).



Slika 3: Primjena dobrovoljnih politika u organizacijama (WAN-IFRA, 2018)

Ulazeći dublje u problematiku, vidljivo je da novinske organizacije kontinuirano traže nove načine koji osiguravaju veću financijsku neovisnost, pa je očito da postojeće poslovne strategije u novinskoj industriji zahtijevaju nadogradnju i daljnju analizu.

U tu svrhu, u nastavku slijedi analiza proizvodnih usluga tiskanja i digitalne proizvodnje sadržaja koja istražuje fizičke uređaje i mreže za proizvodnju sadržaja, kako bi u konačnici procijenila njihovu ekološku i ekonomsku isplativost, za daljnji razvoj strategija u novinskim organizacijama. Pritom se polazi od pretpostavke da digitalni proizvodi manje zagađuju okoliš, pa pregled relevantne literature u nastavku pruža mogućnosti za povećano učenje u području medija i komunikacija, i to iz perspektive održivog razvoja.

2.2.1 Proizvodnja novina i njihov ekološki učinak

Tiskano novinarstvo je oduvijek uvelike bilo ograničeno fizičkim procesom proizvodnje jer zahtijeva korištenje velike količine papira i oduzima mnogo vremena (Nylén, 2015). Usprkos mnoštvu digitalnih ponuda trenutno dostupnih na tržištu, tiskano izdanje je i dalje najčitaniji novinski proizvod i glavni pokretač prihoda velike većine novina danas (Barthel 2016; Benton 2018; Chyi i Tenenboim 2017; Pew Research Center 2015; Thurman

2018) (Hsiang i Tenenboim, 2019). Međutim, to ne ide u korist novinskim izdavačima jer je digitalni prihod i dalje nedostižan u odnosu na tiskano izdanje (Hsiang i Tenenboim, 2019).

Prema rezultatima istraživanja koje je 2018. godine provela WAN-IFRA, 55 % ispitanih čitatelja u svijetu i dalje preferira čitati tiskane novine, dok samo 27 % ispitanika čita vijesti na računalu. Iako je prema njihovom istraživanju sklonost prema čitanju vijesti u tiskanom izdanju veća, u praksi je digitalna metoda ipak najčešće prihvaćena jer 50 % svih ispitanika odgovara da svakodnevno čita vijesti na digitalnom uređaju, a dodatnih 26 % barem jednom tjedno (WAN-IFRA, 2018).

U isto vrijeme, priča o smrti tiskanih novina uzrokovala je ozbiljne sumnje u održivost tiskanih novina. Tako je primjerice istraživanje iz 2012. izvijestilo da čak trećina američkih izdavača novina predviđa da će u jednom trenutku prestati objavljivati tiskana izdanja (Jenner 2012). Također, Centar za digitalnu budućnost Sveučilišta Južne Kalifornije (2011) predvidio je da će gotovo svi američki tiskani listovi nestati za pet godina – tj. tada do 2016. godine (Hsiang i Tenenboim, 2019).

Ove i ostale priče o smrti tiska, potaknule su još veći pad naklada (npr. Centar za digitalnu budućnost 2011; Crichton 1993) koji se tijekom recesije 2008. godine dodatno ubrzao. Tako je, primjerice u Americi, procjena ukupne naklade dnevnih novina (tiskane i digitalne zajedno) 2016. godine iznosila 35 milijuna dolara za radni dan i 38 milijuna dolara za nedjelju, a obje su pale 8 % u odnosu na prethodnu godinu. Također, tijekom vremena recesije zaposlenost u redakcijama u američkim novinama pala je za 45 %, kada su deseci tisuća novinara, uglavnom onih iz tiskane proizvodnje, izgubili posao (Grieco 2018).

Sve zajedno je u konačnici rezultiralo slabijom proizvodnjom i uzrokovalo tzv. „samoubilačku spiralu“ koja je nagovijestila smrt tiska zbog njegovog nezaustavnog smanjenja (Rosenstiel i Mitchell 2004) (Hsiang i Tenenboim, 2019). Iako je većina novina pokušala iskoristiti odanost svojih čitatelja, tako što je u jednom trenutku povećala i cijene tiskanog izdanja, to je također uzrokovalo još veći pad broja čitatelja, a u konačnici i masovni odlazak oglašivača (Hsiang i Tenenboim, 2019).

Povećanje cijene tiska, bio je prvotni kolektivni pokušaj industrije da odgovori na recesiju, u vrijeme kada su njihova digitalna izdanja ostvarivala minimalni prihod (Hsiang i Tenenboim, 2019). Drugim riječima, dok su novine patile zbog sve manje količine čitatelja, barem je dio pada bio samoiniciran povišenjem cijena (Hsiang i Tenenboim, 2019).

Osim pada naklade, istovremeno se povećavaju i troškovi proizvodnje jer papir postaje skuplji, kao i energija, komunalne usluge te svi tehnički i tehnološki *inputi* koji su vezani za cijene na svjetskom tržištu (oprema, papir, boje i slično). To pritom ne ostavlja puno prostora za smanjenje troškova procesa proizvodnje, pa se smanjenje troškova uglavnom provodi među ljudskim resursima.

Takvi uvjeti, koji traju sada već duže od jednog desetljeća, ne mogu održati proizvodnju na razini potrebne konkurentnosti i profitabilnog poslovanja (Gavranović i Naprta, 2008).

U isto vrijeme, fizička prisutnost tiska na tržištu pokazala se i kao utjecajni faktor na okoliš jer obuhvaća kontinuiranu potrošnju sirovina, energije i vode koji iza sebe ostavlja ostatke proizvoda nakon završetka njihovog životnog ciklusa (WAN-IFRA, 2018). Dakle, iako je tehnološki napredak prvotno omogućio rast utjecaja i važnosti tiska, on je također ubrzao devastaciju ograničenih prirodnih resursa i otegnuo vrijeme potrebno za njihovu obnovu (Plenković i Mustić, 2011).

Danas je industrija izdavaštva jedna od glavnih onečišćivača okoliša koja u svojem proizvodnom procesu koristi široki spektar tiskarskih tehnika, poput flaksa, digitalnog tiska, sitotiska i sl. (Plenković i Mustić, 2011). Njihov kemijski sastav jedinstveno utječe na okoliš (zemlju, zrak i vodu), zbog kemijskih materijala koji se koriste u proizvodnom procesu te otpada koji nastaju njihovom upotrebom (Plenković i Mustić, 2011).

Morberg (2010) u svom radu zaključuje da proizvodnja tiska uvelike pridonosi ukupnom štetnom učinku, tijekom proizvodnje tiskane tvari. Konkretno, to podrazumijeva grafičku industriju koja najviše utječe na onečišćenje zraka (ispuštanje različitih kemijskih elemenata u atmosferu), skladištenje opasnih materijala i kemikalija (poput otpada i fotografskog kemijskog otpada), gospodarenje otpadom (što uključuje ponovnu upotrebu, recikliranje i odlaganje boje, papira, tiskovnih obrazaca i paleta) te upotrebu energije u proizvodnom procesu i transportu (čija neracionalna upotreba doprinosi učinku staklenika i klimatskim promjenama) (Plenković i Mustić, 2011).

Također, primarna sirovina novinske industrije i dalje je papir koji obuhvaća energetske relativno intenzivnu industriju celuloze i papira, koristeći pritom i velike količine vode za njihovu proizvodnju (WAN-IFRA, 2018). Naime, obrada vode ključna je za izradu celuloze i papira jer omogućuje celuloznim vlaknima da se pročišćavaju, miješaju, transportiraju i

konačno spajaju u papir (WAN-IFRA, 2018). Voda je ključna i u obliku pare za proizvodnju električne energije, sušenju novonastalog papira te za proces hlađenja (WAN-IFRA, 2018). S obzirom na to da su celulozna vlakna primarna sirovina za proizvodnju papira, drvo je i dalje dominantan izvor proizvodnje, prvenstveno zbog svoje obnovljive prirode i mogućnosti reciklaže te svojih tehničkih predispozicija i cjelogodišnje dostupnosti (WAN-IFRA, 2018).

U konačnici, analiza tiskanog proizvoda pokazuje da postoje dva dominantna zabrinjavajuća problema: visoki troškovi proizvodnje i loš utjecaj proizvodnje na okoliš (Cifrić, 2005). Također, čovjek digitalnog doba polako postaje svjestan da novo društvo karakterizira korištenje suvremenih tehnologija i prekomjerno korištenje prirodnih resursa te ponegdje već devastiranih i degradiranih okoliša (Jakovljević, 2021).

Vođeni time, posljednjih se godina javlja trend održivosti u papirnoj industriji koji se zalaže za smanjenje sječa, manju upotrebu vode, smanjenje emisije stakleničkih plinova, manju upotrebu fosilnih goriva te manji utjecaj na lokalnu opskrbu vodom i zagađenje zraka (Moberg, 2010). Pritom se kontinuirano traže nova rješenja koja aktivno razmatraju procese održivog razvoja i koja posluju u skladu s novim ekološkim smjernicama za proizvodnju sadržaja u održivom okruženju, uz povećano korištenje proizvoda, procesa, struktura, zakonitosti i praksi informacijsko-komunikacijskih tehnologija (ICT) i njihovih ekoloških perspektiva.

2.2.2 Digitalni mediji u novinskim organizacijama

Način proizvodnje digitalne usluge medijskog sadržaja razlikuje se u usporedbi s tradicionalnim medijima, ponajviše u kontekstu ispunjavanja njihovih temeljnih društvenih funkcija (Grmuša, 2022). U općenitom smislu, digitalna usluga pružanja vijesti definira se kao digitalni informativni sadržaj, kompletiran za publiku medija, s vlastitim naslovnim stranicama, koje se kontinuirano ažuriraju (Appelgren, 2007).

Njihova svakodnevna primjena u suvremenoj novinarskoj praksi uzrokuje strukturne promjene u medijskoj industriji (Brautović, 2021) koje su kreirale nikad otvorenije, participativno okruženje u smislu komunikacije, produkcije i razmjene medijskih sadržaja (Martinoli, 2019).

Međutim, u svojim počecima, digitalni sadržaj je prvotno bio samo kopija članaka iz tiskanih izdanja, a tek se kasnije razvija u sadržaj pisan isključivo za online izdanja. Dakle, u početku su online izdanja pisana za publiku koja nije imala pristup tiskanom izdanju, s ciljem da ih oglašavaju, a s vremenom se razvijaju u samostalni kanal koji se danas kontinuirano ažurira te često osigurava i samostalne prihode (Appelgren, 2007).

Već se 2013. godine očekivalo da će internet, mobiteli i ostale platforme nadići upotrebu tradicionalnih medija (Albarran, 2015), pa je to posljednjih godina uzrokovalo i velike promjene u području novinarstva (Singer, 1998; Giussani, 1997; Prelog, 1997) koje zahtijevaju aktivno sudjelovanje u tehnološkim promjenama, a kojima se mediji danas, manje ili više, uspješno prilagođavaju (Plenković, Mustić, 2011).

Ipak, znanstvena istraživanja provedena tijekom posljednjih 20 godina pokazuju da je format tiska i dalje ostao konkurentan u odnosu na njegovu internetsku kopiju (Chyi, 2015, u: Hsiang i Tenenboim, 2019). Aktualan problem je taj da digitalna izdanja ne mogu jednostavno zamijeniti čitatelja tiskanih novina s čitateljima online sadržaja.

Prije je tiskano izdanje bilo glavni proizvod novinskih izdavača, generirajući gotovo sav prihod od oglašavanja i naklade, dok je digitalni prihod u većini slučajeva bio zanemariv (Hsiang i Tenenboim, 2019). Iako se taj trend u posljednje vrijeme nastoji obrnuti, prodaja tiskanih novina i dalje je znatno isplativija od privlačenja ljudi na web stranicu, jer se procjenjuje da novine trebaju privući oko 25-35 mrežnih čitatelja kako bi nadoknadile – u smislu prihoda od oglašavanja – gubitak od samo jednog čitatelja u tiskanom izdanju (Patterson, 2007).

Kako bi odgovorili na ove nove digitalne izazove, sredinom devedesetih godina najvažnije novine u Americi počinju istraživati digitalnu proizvodnju i isporuku na webu. Točnije, više od 2 600 američkih novina, uključujući i ne-dnevne novine, počelo je pružati svoje usluge na internetu već 1999. godine (Editor & Publisher Interactive 1999). Dakle, novinske organizacije bile su među prvim pokretačima weba jer je internet u početku bio tekstualni medij, što ga je učinilo pristupačnim za tiskani oblik vijesti.

Međutim, početna prednost je brzo nestala jer reakcija korisnika na internetske vijesti nije ispunila početna očekivanja, što je istovremeno pokrenulo i brojna pitanja o ekonomskoj održivosti novog medija (Hsiang i Mengchieh, 2009). Gotovo su sve novine u

početku besplatno dijelile svoj sadržaj na internetu – što je u konačnici proizvelo lavinu minimalnih prihoda od digitalne naklade (Hsiang i Tenenboim, 2019). Ipak, zbog naglog porasta internetskih korisnika, mobilnih mreža i ostalih naprednih komunikacijskih kanala, medijski sadržaj se nastavio prilagođavati razvoju ICT tehnologija (Plenković i Mustić, 2011).

Danas, međutim, cjelokupna putanja razvoja ICT-a otkriva važne razlike u novinskom sektoru gdje mnogo internetskih stranica ne doživljava jednaku sudbinu. Tako neke stranice privlače sve veću publiku, dok većina drugih stagnira ili gubi tlo pod nogama (Patterson, 2007).

Neovisno o tome, izdavači danas sve više izvještavaju o snažnom povećanju vlastitih digitalnih prihoda (Thurman, i suradnici, 2017) pa se prelazak s tiska na digitalnu distribuciju, u posljednje vrijeme snažno potiče. Glavni uzroci tome su mogućnost jeftinog povećanja digitalnih pretplatnika i niski krajnji troškovi (Schlesinger i Doyle, 2015).

U isto vrijeme, menadžeri nastoje pronaći načine kako ostati profitabilni, kako bi se također zadovoljila očekivanja vlasnika medijskih organizacija (Albarran, 2015). Međutim, i dalje postoji briga većine menadžera i vlasnika novinskih organizacija kako to postići jer trenutne brojke nagovještavaju da postoje značajne međunacionalne varijacije u načinu na koji publika reagira na digitalni sadržaj (Schlesinger i Doyle, 2015). Također, mnogi se menadžeri u organizacijama koje se bave digitalnim izdavaštvom svakodnevno suočavaju s izazovima poput kontinuiranog napretka tehnologije, stalnih društvenih problema, regulatornih promjena i zahtjeva potrošača što dodatno otežava zadovoljavanje potreba čitavog tržišta i vlasnika (Albarran, 2015).

Posljednjih godina, stoga, poslovni modeli postaju vrlo važan alat za definiranje digitalnih usluga u novinskim organizacijama (Appelgren, 2007). Nikada se u povijesti svjetskog, pa i novinske industrije uopće, nisu tako užurbano i nervozno tražila nova rješenja za uspostavu digitalnih modela, pa su danas u središtu pozornosti nove strategije za pridobivanje čitatelja, uz pomoć uspješnih i inovativnih modela, i najboljih praksi (Gavranović i Naprta, 2008).

Dvadeset godina nakon digitalnog eksperimenta elektronskih novina, postalo je presudno da izdavači konačno procijene sklonosti svojih čitatelja i u skladu s tim preusmjere vlastite strategije (Hsiang i Tenenboim, 2019) koje će otvoriti nove poglede za ostvarenje

financijske uspješnosti (Gavranović i Naprta, 2008). To podrazumijeva razvijanje vlastitih strategija, koje će u konačnici smanjiti proizvodne troškove, uz prilagodbu lokalnom okruženju (Gavranović i Naprta, 2008).

Takve fundamentalne promijene u strukturi tradicionalne medijske industrije, u posljednje vrijeme žarko nastoje transformirati postojeće operacije, da se prilagode izazovima i mogućnostima novog digitalnog doba (Nylén, 2015).

Do danas općenito postoje sljedeće tri strategije proizvodnje digitalnog sadržaja koje se učestalo primjenjuju unutar medijskih organizacija: (1) proizvodnja digitalnog sadržaja koji je identičan tiskanom izdanju, (2) sadržaj prilagođen isključivo digitalnom izdanju i (3) online izdanje kao ekstenzija tiskanog izdanja (Appelgren, 2007). Sve tri strategije se, neovisno o digitalnom modelu, danas uglavnom financiraju iz sredstava novinskih organizacija, pa su niski troškovi često kriterij za diktiranje njihovih radnih procesa (Appelgren, 2007). Pritom je digitalno izdanje često i dalje razdvojeno od radnih procesa tiskanog izdanja, djelujući kao potpuno automatizirani radni proces, odvojen od ostalog, ili se pak oslanja na resurse koji rade puno radno vrijeme na digitalnom izdanju (Appelgren, 2007).

Neovisno o tome, online izdanja su i dalje često nestrukturirana te im nedostaje jasni financijski plan, ciljana grupa i konačna svrha (Appelgren, 2007).

Općenito govoreći, danas postoje tri modela koja osiguravaju prihod od naplate sadržaja: *premium* (eng.), *freemium* (eng.) i *metered* (eng.) model (Barclay, 2012). *Premium* model uključuje sadržaj za koji je potrebna pretplata, dakle sadržaj koji se ne može čitati ukoliko se za njega ne plati određena naknada (Barclay, 2012). *Freemium* (eng.) model razlikuje besplatan sadržaj od *premium* (eng.) sadržaja gdje čitatelj mora platiti pretplatu ako želi pristupiti određenom *premium* (eng.) sadržaju, što zapravo osigurava kombinaciju 'besplatnog' i *premium* (eng.) sadržaja (Barclay, 2012). Naime, ovaj model se uglavnom koristi u hrvatskim novinskim organizacijama. Posljednji model mjerenja, ili *metered* (eng.) model, nudi određen broj besplatnih članaka svaki mjesec, što znači da svaki korisnik koji iskoristi besplatan broj članaka, mora platiti ako želi dalje čitati (Barclay, 2012).

Međutim, niti jedan od spomenutih modela i strategija digitalnih medija dostupnih danas, u potpunosti ne odgovara kao samostalni model izvora prihoda za digitalna izdanja, pa se često u tu svrhu predlaže da se oni kombiniraju, uz organizirani strateški pristup (Appelgren,

2007). Imajući to na umu, u nastavku slijedi analiza integracije ekoloških procesa, u procese poslovanja novinskih organizacija i njihovih digitalnih modela koje koriste digitalne tehnologije za proizvodnju sadržaja.

Konkretno, u nastavku slijedi analiza medijskih tržišta i prijedlozi za integraciju sustava upravljanja okolišem u poslovne strategije medijskih organizacija koje će istražiti povezanost digitalnih proizvoda i ekoloških strategija, i konačno se osvrnuti na hipoteze istraživanja koje ovdje istražuju njihove međusobne odnose. Dakle, u nastavku slijedi teorijska analiza, koja istražuje povezanost digitalnih i ekoloških modela poslovanja i potencijal za njihov razvoj u hrvatskim novinskim organizacijama.

2.3 Novi trendovi u svjetskom i hrvatskom izdavaštvu

Razdoblje 20. stoljeća karakteriziraju mnoge promjene i inovacije u sredstvima novinarske prakse koje nastaju pojavom novih komunikacijskih tehnologija (Karaduman i Karaduman, 2011). One su najočitije u procesu stvaranja vijesti i podrazumijevaju upotrebu novih tehnoloških alata, koji skupljaju i distribuiraju vijesti (Karaduman i Karaduman, 2011).

Kada pak govorimo o izdavaštvu, skupljanje i distribuiranje tiskanih izdanja i dalje predstavlja jedan od glavnih izvora prihoda većine novinskih organizacija koje se zbog toga uglavnom ne žele u potpunosti prebaciti na novi digitalni identitet. Istovremeno, istraživanja pokazuju da internetske stranice nekih tradicionalnih novinskih organizacija rastu puno sporije od ostalih netradicionalnih izdavača vijesti, poput posredničkih stranica, blogera i sl. (Patterson, 2007).

Zbog toga mnoge novinske organizacije danas i dalje imaju veći broj čitatelja tiskanih proizvoda, nego njihovih internetskih izdanja (Thurman i suradnici, 2017). To je među ostalim i posljedica toga što se tek u 2000-ima uzima u obzir činjenica da je web također postao središnja briga novinskih organizacija, koje tek tada shvaćaju duboke profesionalne i kulturološke posljedice koje internet ostavlja na novinarstvo (Oblak Crnić i Jontes, 2017).

S druge strane, digitalno izdavaštvo je puno brže i troškovno učinkovitije u usporedbi s fizičkim izdavaštvom. Digitalni terminali su danas dizajnirani tako da budu prenosivi i da troše minimalno električne energije, pa je trošak proizvodnje sadržaja i

pružanja usluge gotovo nikakav, u usporedbi s troškovima proizvodnje tiskanih izdanja (Appelgren, 2007).

Međutim, digitalne usluge novinskih izdavača u trenutnom obliku, prema mišljenju publike, još uvijek nisu dovoljno sofisticirane da bi se cijenile u tom smislu (Appelgren, 2007), pa se procjenjuje da je za potpuni prelazak potrebna promjena u svim fazama radnog procesa. Gledajući u budućnost, takav scenarij je još uvijek daleko od realnosti jer su ciljevi održivosti industrije i dalje jednaki kao i do sad, gdje novinske organizacije uglavnom samo mjere vlastitu financijsku učinkovitost (WAN-IFRA, 2018).

Uzmemo li ovdje za primjer ekološku interpretaciju, čini se da postojeći ograničeni resursi i nametnuti komercijalni uvjeti, ograničavaju proizvođače novina da se zainteresiraju za pitanja održivosti. To je posebno zabrinjavajuće sada, kada tiskane novine gube tlo pod nogama na putu prema digitalnim alternativama, za koje se često (s određenim opravdanjem) smatra da imaju manji utjecaj na okoliš (WAN-IFRA, 2018).

Svjesni ovih promjena, novinski izdavači u posljednje vrijeme sve više zagovaraju razvoj svojih digitalnih identiteta (Thurman i suradnici, 2017) te u tu svrhu istražuju ekološke, društvene i ekonomske interpretacije za refinanciranje koje će im omogućiti bolje digitalne financijske scenarije od postojećih. Pritom neke organizacije rade inkrementalne promjene vezane za njihove poslovne aktivnosti, dok se druge odlučuju za radikalne promjene u odnosu na njihov postojeći poslovni model (Eleftheriadis i Anagnostopoulou, 2017).

U takvim uvjetima, istraživanje novih metoda financiranja novinskih organizacija postaje važnije nego ikad prije, što je postalo vidljivo i s povećanim interesom akademske zajednice za ovu temu (Myllylahti, 2016). To dovodi i do povećanog broja istraživanja o strategijama naplate digitalnih sadržaja i pitanja koja se njima bave (Myllylahti, 2016).

Danas stoga postoji niz znanstvenih istraživanja koja zagovaraju digitalne tehnologije (Yevgeniya, 2016) u novinarstvu, a za koje se vjeruje da konačno mogu pridonijeti i konkurentskoj borbi medija na globalnom tržištu. Naime, smatra se da ekološka perspektiva digitalnih medija može izdavačima ponuditi dugoročnu strategiju isplativosti, ako se više posvete proizvodnji digitalnih sadržaja (WAN-IFRA, 2018).

To znači da upotreba digitalnih tehnologija u novinskim organizacijama, osim troškovne optimizacije u proizvodnji, može dugoročno smanjiti upotrebu električne energije i u konačnici smanjiti utjecaj na klimatske promjene (Yevgeniya, 2016).

Takvo uključivanje ekološkog menadžmenta u poslovanje novinskih organizacija, može osigurati temelje za provedbu uspješne digitalne strategije, jer osim što će smanjiti trenutna ometanja klimatskih promjena, može otkriti dodatne poslovne mogućnosti i povećati korporativne učinke (Eleftheriadis i Anagnostopoulou, 2017).

Mnogi autori danas tvrde da postoji pozitivna korelacija između prihvaćanja ekoloških strategija i organizacijskih obvezivanja, koja pokazuje pozitivan i značajan odnos između smanjenja štetnih emisija i organizacijskog menadžmenta (Eleftheriadis, Anagnostopoulou 2017). Također, dokazano je i da fizičke opasnosti klimatskih promjena izravno utječu na poslovanje organizacije te neizravno na tržište i poslovni okoliš u kojem ona djeluje, pa tako neke organizacije već danas investiraju u alternativne proizvode ili poslovne procedure koje će osigurati profitabilno poslovanje u ekološkom okruženju (Eleftheriadis i Anagnostopoulou, 2017).

Bitno je stoga pronaći metode konkurentnosti i dugoročne poslovne održivosti koje u obzir uzimaju odgovornost za okoliš, odnosno isključivo uvođenje digitalne tehnologije, koja će istaknuti potencijal ekološki osviještene proizvodnje, stvarajući i dizajnirajući radne procese, koji će drastično smanjiti štetne učinke i predložiti održive prakse koje olakšavaju proces ukidanja tiskanih izdanja.

Da bi krenule u tom smjeru, novinske organizacije moraju djelovati tako da svoje aktivnosti povežu s digitalnim predmetom proizvodnje. One moraju ulagati, kupovati i razvijati proizvode na temelju same prirode digitalnog proizvoda, odnosno moraju djelovati u smjeru smanjivanja ekološkog traga tiskanog izdanja. Moraju se baviti ekološkim pitanjima direktno, kako bi pridonijele suvremenim ekološkim akcijama te u konačnici postavile održive poslovne ciljeve koji se temelje na (digitalnom) ekološkom proizvodu.

Ovo novo partnerstvo omogućit će novinskim organizacijama rad u skladu s poslovnim globalnim izazovima, o aktualnim ekološkim pitanjima te će pomoći u pronalasku novih metoda koje mogu osigurati postizanje financijskih ciljeva u poslovanju digitalnih medija.

Isto vrijedi i za hrvatske medije, gdje ignoriranje promjena koje se u razvijenom dijelu svijeta trenutno događaju, može značiti da neki mediji neće preživjeti (Stamenković, 2015). To je naročito prisutno u području gospodarskih tržišnih odnosa, koje nameću

bespoštednu konkurentsku borbu za nacionalnim i internacionalnim medijskim prostorom, što konačno pogubno utječe na karakter i strukturu medijskih programa na lokalnoj razini (Gavranović i Naprta, 2008).

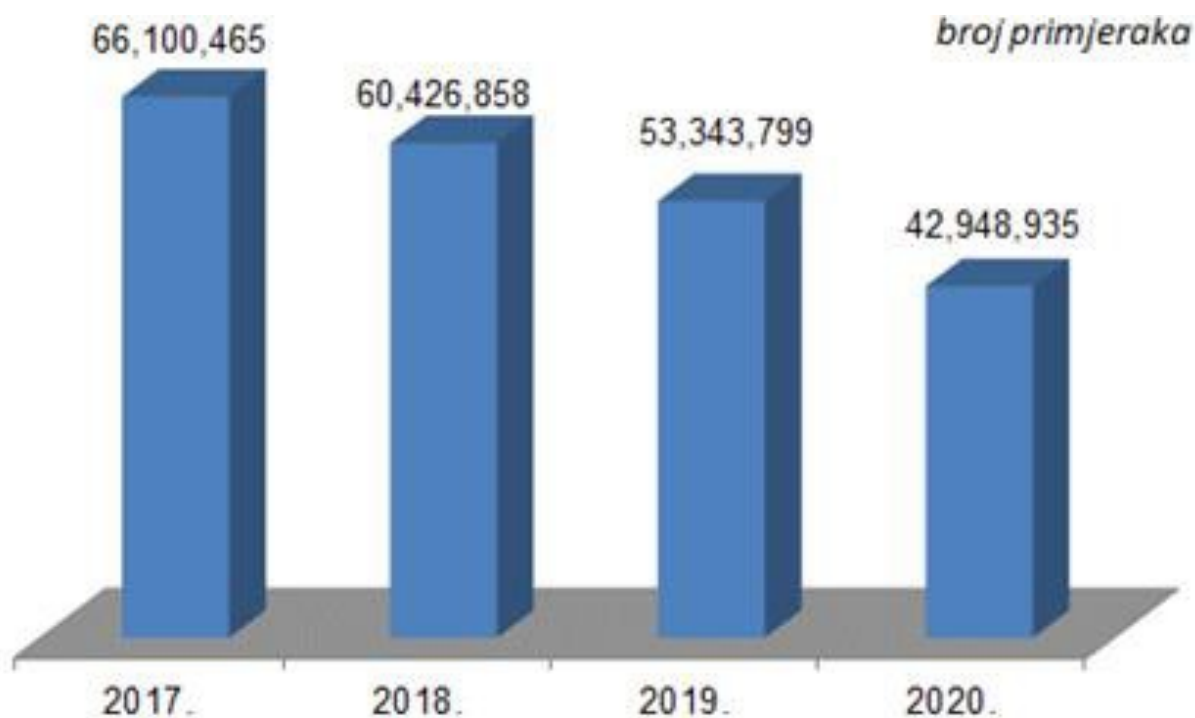
Vodeći se time, tradicionalni mediji u Hrvatskoj traže efikasne poslovne modele i modele zarade, koji će zamijeniti dosadašnje modele, koji više ne funkcioniraju (Stamenković, 2015).

U Hrvatskoj se prvi digitalni modeli javljaju još 1993. godine, neposredno nakon spajanja Hrvatske na Internet (Brautović 2010). Prvi online medij koji je redovito objavljivao informacije u RH bio je HRT i to još 1994. godine, a novi zalet online mediji i online novinarstvo dobivaju tijekom demokratskih promjena 2000. godine (Brautović 2010). Kada govorimo o online novinarstvu u Hrvatskoj, 2003. godina može se smatrati prijelomnom jer online mediji tada po broju korisnika postaju konkurentni klasičnima (Brautović 2010).

Danas u RH vijesti s interneta svakodnevno konzumira čak 33 % građana, po čemu je moguće zaključiti da online novinarstvo predstavlja jednakopravni oblik novinarstva u Hrvatskoj kao i tiskano (Brautović, 2010).

S druge strane, kada se osvrnemo na trenutne trendove u tiskanom novinarstvu, rezultati istraživanja koje je provela Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN), upućuju na to da segmenti tržišta tiska u Hrvatskoj (koji ubrajaju prodanu nakladu općeinformativnih dnevnika i tjednika te oglašavanje u dnevnicima), bilježe negativan trend u 2020. godini, što je zapravo i nastavak višegodišnjeg trenda pada prodanih naklada, ali i loših financijskih pokazatelja stanja na medijskom tržištu u Hrvatskoj. Naime, pad prodanih naklada u 2020. godini iznosio je, za općeinformativne dnevnik i tjednik 19 %, u odnosu na 2019. godinu, što je ujedno jače izražen trend pada prodane naklade, u usporedbi s prethodnim istraživanjem za 2019. godinu (AZTN, 2020). U 2020. godini prodana naklada svih dnevnika u RH iznosila je 42,9 milijuna primjeraka, gdje gotovo svi dnevnik bilježe pad prodane naklade u odnosu na 2019. godinu (AZTN, 2020).

Naklada za 2019. iznosila je 53,3 milijuna prodanih primjeraka, iz čega je vidljivo da je pad prodane naklade za 2020. godinu još jače izražen nego u 2019. i 2018. godini (AZTN, 2020). Dakle, dosadašnja analiza pokazuje da svi općeinformativni dnevnik bilježe pad prodane naklade u posljednjih nekoliko godina (*slika 4*) (AZTN, 2020).



Slika 4: Ukupna prodana naklada općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2017. do 2020. godine (AZTN, 2019)

Kada govorimo o hrvatskim novinskim organizacijama posljednjih godina, i njihovim *digital-first* (eng.) (Gavranović i Naprta, 2008) strategijama, one ih najvećim dijelom stavljaju na nepopularnu listu gubitnika, ponajviše zbog zakašnjele prilagodbe novim razvojnim pravcima koje još uvijek povećano troše financijska sredstava na marketinške aktivnosti, koje održavaju proizvodnju tiskane naklade (Gavranović i Naprta, 2008).

Kao posljedica toga, tijekom 2021. godine većina renomiranih hrvatskih novinskih izdavača, ipak započinje svoju *digital-first* (eng.) transformaciju, odnosno uvodi strategiju naplaćivanja elektroničkog sadržaja, kako bi poboljšala svoje financijske prihode od elektronskih izdanja.

Iako novine u Hrvatskoj u posljednje vrijeme sve više proširuju svoju digitalnu ponudu, to i dalje ne pruža dostatne uvjete za njihovu financijsku održivost. Stvarnost elektronskih vijesti u Hrvatskoj još uvijek je daleko od digitalnog jer prihodi od tiska i oglašavanja i dalje čine veći dio njihovih ukupnih prihoda.

Kako bi se detaljnije istražili razlozi za takve trendove, u nastavku slijedi pregled dosadašnjih istraživanja, a zatim empirijska analiza hrvatske publike i ključnih aktera novinskih organizacija u Hrvatskoj. Osim ankete koja istražuje navike hrvatskih publika, u nastavku slijedi i analiza njihovih ekoloških svjetonazora te analiza digitalnih i ekoloških trendova poslovanja u hrvatskim novinskim organizacijama koja putem dubinskog intervjua elektroničkom poštom prikuplja informacije o njihovom poslovanju.

2.4 Dosadašnja istraživanja

Danas se na lokalnoj i globalnoj razini kontinuirano pratiti i ocjenjuje stanje okoliša, kako bi se istraženi principi i prakse implementirali u ciljeve održivog razvoja (Ramos, Martins, Martinho, Douglas, Painho i Caeiro, 2014).

Kada se osvrnemo na medijsku industriju, takva istraživanja zahtijevaju primjenu interdisciplinarnе perspektive koja među ostalim kombinira ekološko-kritičku analizu i analizu političke ekonomije kreativnih industrija (Kääpä, 2018). Ova se istraživanja osobito provode jer pomažu u balansiranju njihovog ekonomskog rasta i obzirnosti prema okolišu (Moberg, 2010).

Većina takvih istraživanja do danas je uglavnom provedena na lokalnoj razini, od kojih mnoga potječu iz nordijskih zemalja (Kääpä, 2018). Iako se nordijske zemlje doživljavaju kao neke od 'najzelenijih' zemalja na svijetu te se redovito bave globalnim utjecajem industrije na okoliš, čak i oni često zanemaruju akademska istraživanja o ekološkom tragu medijskih industrija (Kääpä, 2018). Dakle, dosadašnja istraživanja o ekološkim utjecajima u novinarstvu uglavnom su lokalna (Sharakova i suradnici, 2017; Zotaj i Buza, 2014; Kovarik, 2020; Kääpä, 2018) i često usmjerena na njihov materijalni otisak (Kääpä, 2018).

U skladu s time, istraživanja materijalnih otisaka na okoliš u medijskoj industriji do danas obuhvaćaju svega nekoliko sustavnih istraživanja koja razmatraju iskorištavanje prirodnih resursa u procesu proizvodnje sadržaja. Naime, postojeća istraživanja obuhvaćaju studije o tiskanom (Moberg, 2010) i elektroničkim medijima te komparativne studije o njihovom ekološkom učinku (Yevgeniya, 2016).

Tako Moberg (2010) u svom radu zaključuje da proizvodnja tiska uvelike pridonosi ukupnom štetnom učinku na okoliš. To konkretno podrazumijeva grafičku industriju koja najviše utječe na onečišćenje zraka (ispuštanje različitih kemijskih elemenata u atmosferu),

korištenje opasnih materijala i kemikalija (poput otpada i fotografskog kemijskog otpada), gospodarenje otpadom (što uključuje ponovnu upotrebu, recikliranje i odlaganje boje, papira, tiskovnih obrazaca i paleta) te pretjeranu upotrebu energije u proizvodnom procesu i transportu (čija neracionalna upotreba doprinosi učinku staklenika i klimatskim promjenama) (Plenković i Mustić, 2011).

Također, studija o novinama, koju provodi Moberg (2010), ukazuje na to da postoji potencijal da uređaji za e-čitanje smanjuju ekološki utjecaj tiskanih novina. Njezina istraživanja potvrđuju da koordiniranje zelene strategije može dovesti do konačnog smanjenja troškova, uz konačno poboljšanje tijeka i smanjenje vremena proizvodnje koji će potom omogućiti lakše mjerenje vlastitih utjecaja te istovremeno maksimizirati poslovne prilike i minimizirati rizike (WAN-IFRA, 2018).

S druge strane, u istraživanjima o utjecaju digitalnih medija, Yevgeniya (2016) na temelju dosadašnjih istraživanja i studija slučaja o online novinama, zaključuje da proizvodnja i korištenje digitalnih tehnologija igraju ključnu ulogu za bolji ekološki učinak novinskih organizacija. To znači da digitalna tehnologija ima važnu ulogu u održivom razvoju medijskih organizacija jer vodi ka smanjenju potrošnje i poboljšanju postojeće tehnologije (Yevgeniya, 2016).

Međutim, ovdje treba naglasiti da su primarni podaci o procjeni utjecaja digitalne tehnologije rijetko dostupni, pa mnoge studije uzastopno koriste sekundarne podatke koji povećavaju mogućnosti pogreške u procjeni njihovog ekološkog učinka (Yevgeniya, 2016). S obzirom na to da je digitalna tehnologija relativno nova i brzo rastuća, dostupni podaci o ekološkim učincima često nisu brojni i vrlo brzo zastarijevaju (Yevgeniya, 2016).

U konačnici, istraživanja o učincima tiskanih i online medija, pokazuju dobiti i nedostatke obaju proizvoda. Neovisno o tome, danas su brojnija znanstvena istraživanja, koja zagovaraju da digitalne tehnologije mogu omogućiti prelazak u održivo društvo s manje intenzivnom materijalnom ekonomijom (Yevgeniya, 2016), zbog čega se u ovom radu potiče njihova primjena u poslovanju novinskih organizacija.

Osim istraživanja o materijalnim učincima suvremene medijske tehnologije na okoliš, ova disertacija analizira i istraživanja koja obuhvaćaju organizacijski menadžment i njihove radne prakse. Tako na primjeru Hrvatske, pojedina istraživanja zaključuju da su

hrvatska poduzeća i dalje pretežito orijentirana na operativni i financijski (kratkoročni) aspekt poslovanja, dok druga pokazuju da postoji svijest o nužnosti proširenja perspektive prema strateškoj i normativnoj (dugoročnoj – ekološkoj i društvenoj) perspektivi poslovanja (Osmanagić i Labaš, 2011).

U svojem istraživanju organizacijskog menadžmenta u RH, Poljak, Duboković i Lenardić (2013) potvrđuju da je društveno odgovorno poslovanje važna poluga za konkurentnost u hrvatskim poslovnim subjektima (Matešić, Pavlović i Bartoluci, 2015), obuhvaćajući pritom i karakteristike ekološkog poslovanja. Dakle, prema dosadašnjim istraživanjima moguće je zaključiti da hrvatske tvrtke još uvijek većim dijelom sporo unapređuju svoje prakse DOP-a i ekološkog poslovanja (Osmanagić Bedenik i Labaš, 2011). Jedno od mogućih objašnjenja za to jest, da se u vrijeme stalnih gospodarskih kriza i poslovnih borbi, hrvatske tvrtke suočavaju s njima puno zahtjevnijim izazovima (Osmanagić Bedenik i Labaš, 2011), a zbog kojih njihova ekološka i društvena odgovornost za sad još uvijek ispada iz fokusa.

Na globalnoj razini pak, stavovi medijskog sektora oko aktivnosti povezanih s ekološkim menadžmentom pokazuju da 94 % ispitanika provodi barem neki oblik zaštite okoliša ili socijalne politike u svojoj organizaciji (WAN-IFRA, 2018). Pritom najčešće koriste politike zaštite okoliša (među kojima i EMS), politike zdravlja i sigurnosti te društveno odgovorno poslovanje (DOP) (WAN-IFRA, 2018).

Nastavno na to, u ovoj se disertaciji detaljno razlaže međunarodni standard Sustava upravljanja okolišem (EMS) koji pruža široku lepezu dostupnih instrumenata i operativnih definicija za olakšavanje mjerenja ekološke učinkovitosti, s kojom se mnogi istraživači u području ekologije, upravljanja okolišem i studija održivosti danas često suočavaju (Dragomir, 2018). Posljednji je puta revidiran i potvrđen 2021. godine pa je njegova verzija iz 2015. godine danas i dalje aktualna.

Uzmu li se u obzir već ranije spomenuta istraživanja o materijalnim dobrima i njihovom utjecaju na ekološku učinkovitost, upotreba EMS-a dodatno identificira nematerijalna dobra u tu svrhu, poput: svijesti zaposlenika; ekološka znanja, vještine i stručnost zaposlenika; predanost menadžera; međufunkcionalna koordinacija; integracija okoliša u proces strateškog planiranja; i korištenje praksi upravljačkog računovodstva (Perez, Ruiz i Fenech, 2007).

Nadalje, EMS standard donosi mnoge prednosti lokalnim tvrtkama koje njegovom upotrebom neupitno pokazuju smanjenje operativnih troškova i poboljšanje radne učinkovitosti (Chan i Li, 2001). Neka istraživanja također sugeriraju da usmjerenost na EMS, može i pozitivno umanjiti učinak nekih institucionalnih sila u poduzećima koja primjenjuju (Kang i He, 2018). U konačnici, dosadašnja istraživanja u području organizacijskog menadžmenta obuhvaćaju ekološke alate koji mogu biti korisni u radnim procesima, a koji neupitno dokazuju učinkovitost EMS-a, naročito u području balansa za donošenje ekoloških i ekonomskih odluka (Neto, Kroeze, Hordijk i Costa, 2008).

U 2021. godini nakladnici u Hrvatskoj najavljuju planiranje novih poslovnih modela i platformi za uvođenje digitalnih pretplata, kako bi dodatno optimizirali i smanjili troškove poslovanja koji su nastali zbog pada prodaje tiskanih izdanja uzrokovane pandemijom Covid-19 (AZTN, 2020). To znači da će se preispitati, istražiti i analizirati postojeći modeli poslovanja u novinskim organizacijama, kako bi se pronašli novi načini financiranja koji su više usmjereni na digitalni sadržaj.

Nastavno na to, ova disertacija istražuje nove digitalne strategije koje mogu pridonijeti postojećem organizacijskom menadžmentu, tako što provodi empirijsko istraživanje u kojem putem metode ankete hrvatskih čitatelja i metode dubinskog intervjua rukovoditelja novinskih organizacija nastoji dati bolji uvid u nove trendove na hrvatskom tržištu i doprinijeti istraživanju novih modela digitalnog poslovanja.

Uzmemo li u obzir da danas postoji niz znanstvenih istraživanja koja zagovaraju ekološke prednosti digitalne tehnologije u medijskoj industriji te osvrnemo li se istovremeno na ranije spomenuta istraživanja koja dokazuju učinkovitost EMS-a, moguće je opravdati potrebu za ovim istraživanjem. Ono prvenstveno može osigurati alate koji će usmjeriti novinske organizacije u Hrvatskoj na pronalazak novih strategija digitalnog poslovanja, a u konačnici i pomoći u izgradnji boljih organizacijskih procesa koji će dovesti do bolje financijske neovisnosti.

Danas već postoji manji broj istraživanja koja se bave ovom tematikom, ali ne postoji nijedno istraživanje na području RH koje se konkretno bavi problematikom ekološkog menadžmenta u medijskim organizacijama. Stoga je istraživanje upotrebe ekološkog menadžmenta u hrvatskim novinskim organizacijama prvenstveno dodatak

interdisciplinarnoj znanosti zbog svojeg interdisciplinarnog karaktera te dodatak postojećoj znanstvenoj literaturi u Hrvatskoj koja se bavi istom ili sličnom tematikom.

3 EKOLOŠKA SVIJEST I PONAŠANJE PUBLIKE I NOVINSKIH ORGANIZACIJA U REPUBLICI HRVATSKOJ: EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

3.1 Metode prikupljanja podataka

Ovo empirijsko istraživanje koristi dvije metode za prikupljanje podataka, kombinirajući metodu ankete i e-mail intervju. Svi podaci se prikupljaju putem interneta, jer to omogućuje istovremeno kontaktiranje većeg broja ispitanika te lakši pristup traženim informacijama, izvan i unutar lokalne zajednice. Glavni razlog za upotrebu internetskog kanala u ovom istraživanju je velik broj korisnika koje internet može istovremeno obuhvatiti što omogućuje brz, jeftin i direktan kontakt s ispitanicima.

Anketa je u ovoj disertaciji provedena tijekom jednog mjeseca, točnije u razdoblju od 1. studenog do 1. prosinca 2021. godine na uzorku od 296 ispitanika. Osim analize sociodemografskih karakteristika ispitanika, anketa analizira ekološku svjesnost i čitalačke navike hrvatskih publika.

Metoda ankete definira se kao postupak koji na temelju anketnog upitnika istražuje i prikuplja podatke, informacije, stavove i mišljenja o predmetu istraživanja (Zelenika, 2000). U širem značenju, to je istraživački postupak koji direktno, iz prve ruke, prikuplja podatke i informacije o ekonomskim, sociološkim, demografskim, psihološkim i drugim osobinama skupine ljudi ili društvene zajednice koja se istražuje (Zelenika, 2000).

U ovoj se disertaciji koristi u svrhu analiziranja znanja i stavova ispitanika o općoj ekološkoj informiranosti i čitalačkim preferencijama, u cilju dobivanja zadovoljavajućih rezultata pogodnih za daljnju analizu i distribuciju.

Za dobivanje rezultata o ekološkoj informiranosti anketa koristi skalu nove ekološke paradigme (NEP; *New Ecological Paradigm Scale*) Dunlapa i Van Lierea (1978) koja propitkuje odnos čovjeka i prirode na posve apstraktnoj, načelnoj razini. Skala je inicijalno

objavljena 1978. godine (Dunlap i Van Liere, 1978) te revidirana 2000. godine (Dunlap i suradnici, 2000), a riječ je o jednom od najčešće korištenih i najutjecajnijih instrumenata za mjerenje općenitih stavova o odnosu čovjeka i okoliša (Kufrin, 2002). Ona je inicijalno sastavljena od 15 čestica (tvrdnji) koje govore o različitim ekološkim problemima (Cifrić, 2005), a naknadno je revidirana pa se danas koristi za solidno mjerenje općenitih stavova-vrijednosti o odnosu čovjeka i okoliša (Kufrin, 2002). U svrhu mjerenja ekoloških ponašanja ispitanika u ovom istraživanju, postavljen je niz od 15 tvrdnji koje mjere pojedinačno i društveno orijentirano ekološko ponašanje.

U dosadašnjim istraživanjima ovog tipa pojedini istraživači rabe samo neke od čestica koje su vrlo slične onima koje nalazimo u prvoj verziji skale, ali su instrumenti u kojima su se te čestice koristile, konceptualno bili bitno drukčiji od istraživanja provedenog u ovoj disertaciji te su bili usmjereni na mjerenje nekih drugih vrijednosnih entiteta (Kufrin, 2002).

Ovo empirijsko istraživanje stoga koristi instrument od 15 čestica revidirane skale, kako bi se analiziralo ponašanje ispitanika na potencijalne „zelene akcije” (Leonard, Leviston, 2017). Dakle, anketa se provodi kako bi se otkrila važnost publike u oblikovanju politike zaštite okoliša te općenito te kako bi se bolje razumio ekološki svjetonazor hrvatskih publika.

Tako dobiveni rezultati skale ekološke paradigme, ovdje ukazuju na ukupne i individualne ekološke preferencije ispitanika. Osim podataka prikupljenih putem revidirane skale ekološke paradigme, anketa u posljednjem dijelu prikuplja podatke o čitalačkim navikama hrvatskih publika, odnosno o navikama konzumiranja digitalnih i tiskanih novinskih sadržaja.

Svrha prikupljanja ovih podataka je razumijevanje učestalosti korištenja digitalnih i tiskanih novinskih sadržaja u RH. Dobiveni podaci o čitalačkim navikama u konačnici se uspoređuju s rezultatima revidirane skale ekološke paradigme, kako bi se zaključilo o mogućem stupnju povezanosti između ekološke informiranosti i čitalačkih navika hrvatskih korisnika medija.

Drugi dio empirijskog istraživanja koristi dubinski standardizirani intervju, proveden putem elektronske pošte (e-pošte).

Općenito, dubinski intervju je specijalni oblik znanstvenog razgovora koji prikuplja podatke i informacije, s ciljem da se dobivene spoznaje upotrijebe u znanstvene svrhe

(Zelenika, 2000). Zbog troškova, vremena i ograničenog pristupa sudionicima u istraživanju, dubinski intervju se ovdje provodi putem internet kanala, točnije putem elektronske pošte.

Iako se ova metoda u kvalitativnom istraživanju počela primjenjivati tek relativno nedavno, većina studija provedenih nakon 2003. godine prestaju se baviti tim metodološkim pitanjima što sugerira da je intervju e-poštom postao održiv alat za kvalitativno istraživanje (Lokman, 2006).

Intervjui su provedeni u razdoblju od 1. do 30. studenog 2021. godine na uzorku od sedam ispitanika. Intervju je formalno i sadržajno razrađen s unaprijed pripremljenim pitanjima, otvorenog i zatvorenog tipa koja su poslana ispitanicima putem elektronske pošte. Za razliku od telefonskog intervjuja i intervjuja licem-u-lice, ova se metoda ovdje koristi jer se ispitanicima u tom trenutku nije moglo osobno pristupiti iz više razloga, među kojima su nedostupnost zbog povećanog obujma dnevnog posla te tadašnja ograničenja fizičkog kontakta koje je nastupilo uslijedi širenja virusa Covid-19.

Upotreba ove metode ovdje je omogućila provedbu dubinskog intervjuja s ispitanicima višeg menadžmenta u hrvatskom novinskim organizacijama koje bi se u suprotnom vrlo teško mogli intervjuirati licem-u-lice. Intervju putem e-pošte ovdje je omogućio pristup skupu podataka do kojih je bilo teško ili nemoguće doći. Dakle, ova metoda je uklonila potrebu za dogovaranjem termina intervjuja te je omogućila istovremeno intervjuiranje više od jednog sudionika, bez obzira na njihov zemljopisni položaj ili vremensku zonu (Lokman, 2006).

Tako dobiveni podaci konačno daju uvid u poslovanje hrvatskih novinskih organizacija, naročito u odnosu na ekološki menadžment. U skladu s dosadašnjim istraživanjima, kvaliteta dobivenih odgovora u intervjuu e-poštom jednaka je onima koji su prikupljeni tradicionalnijim metodama (Lokman, 2006), pa se dobiveni podaci prikupljeni u intervjuu dalje koriste kao nadopuna podacima dobivenim putem anketnog upitnika.

3.2 Opis uzorka istraživanja

Anketa obuhvaća relevantna ekonomska, sociološka, demografska i psihološka obilježja ispitanika, u dobi od 18 do 65 godina (N=296). Takav širi dobni uzorak ispitanika odabran je

da bi omogućio relevantnije odgovore jer izričito pokazuje kako postoji „generacijski jaz“ u razmišljanju i primjeni različitih tipova medija (tiskanoga ili elektroničkoga izdanja). Također, ova je dobna grupa odabrana jer redovito koristi tehnologije za medijsku komunikaciju, zbog čega se vjeruje da može utjecati na buduće razvojne trendove komunikacijskih tehnologija (Plenković, Mustić, 2011).

Ispitanici su anketirani putem internetskog kanala gdje odgovaraju na pitanja o vlastitom razmišljanju o okolišu i vlastitim čitalačkim navikama (tiskani u odnosu na elektronički sadržaj). Odgovori na pitanja prikupljaju relevantna sociodemografska i sociokulturna obilježja ispitanika koja obuhvaćaju rodno opredjeljenje, status zaposlenja, mjesečna primanja i stupanj obrazovanja, unutar sljedećih šest regija RH: 1. Grad Zagreb i Zagrebačka županija, 2. sjeverna Hrvatska, 3. Slavonija, 4. Lika, Pokuplje i Banovina, 5. Istra, Primorje i Gorski kotar, 6. Dalmacija, kao i sve (21) županije i sva seoska i gradska naselja.

Dobiveni podaci iz anketnog upitnika dalje se kvantitativno obrađuju u poglavlju rezultata istraživanja, međutim, zbog ograničenost uzorka postoji rizik od nereprezentativnosti pa se rezultati ne mogu generalizirati na široku populaciju, nego su izričito indikativni i mogu biti korisni u sugeriranju budućih pravaca istraživanja.

Zbog manjka reprezentativnosti, anketa možda ne pruža stvarnu trenutnu sliku ekološkog svjetonazora i čitalačkih navika stanovnika u Republici Hrvatskoj, međutim takvi indeksi mogu biti dobri pokazatelji samopouzdanosti ispitanika o ekološkim temama i medijskim proizvodima. Dakle, iako konačni podaci ankete možda imaju manji znanstveni značaj, ovdje je neizostavno mišljenje građana (javnosti) koje može diktirati smjer oblikovanja politike novinskih organizacija u budućnosti.

Naposljetku, anketa ovdje ima ključnu ulogu u shvaćanju razine problema klimatskih promjena kod čitatelja koji dalje otkrivaju kolektivni svjetonazor važan za izgradnju poslovnih strategija u novinskim organizacijama. Zbog postojećih poteškoća u pribavljanju reprezentativnih podataka, drugi dio empirijske analize koristi dubinski intervju putem e-pošte.

Uzorak u intervjuu putem e-pošte obuhvaća populaciju višeg menadžmenta koji je odabran na temelju Upisnika o izdavanju i distribuciji tiska, a sukladno Zakonu o medijima i vođen podacima Hrvatske gospodarske komore, a broji ukupno četiri novinska nakladnika i distributera tiska (AZTN, 2020). Dakle, obuhvaća sedam najčitanijih dnevnih novina, u

vlasništvu četiri novinska izdavača u RH koji objavljuju tiskani i elektronski sadržaj (AZTN, 2019). Konkretno, provodi se nad ispitanicima srednjeg menadžmenta koji sudjeluju u procesima izrade poslovnih strategija za sljedeće dnevne novine (*tablica 1*): *Jutarnji list* i *Slobodna Dalmacija* (Hanza Media), *Glas Slavonije* (Glas Slavonije), *Glas Istre* (Glas Istre), *Novi list* (Novi list) te *Večernji list*, *24 sata* i *Poslovni dnevnik* (Styria grupa). Dakle, uzorak u ovom istraživanju uključuje lokalne, regionalne i nacionalne dnevnike (kao podvrste tiska, s obzirom na zemljopisnu rasprostranjenost prodaje tiska, njihov programski sadržaj, ciljane skupine čitatelja i sl.) (AZTN, 2020).

U intervjuu sudjeluje sedam rukovoditelja, od kojih svaki predstavlja jedan novinski sadržaj i njegovo tiskano i digitalno izdanje. Većina sudionika obnaša funkciju srednjeg menadžmenta (direktori sektora, voditelji odjela, voditelji službi), ima završeno visokoškolsko obrazovanje, pretežito je muškog roda i dobne skupine od 35 do 49 godina. Intervjui su provedeni tijekom mjeseca studenog 2021. godine, a nakon provedenih intervjuua njihovi se odgovori kvalitativno obrađuju u rezultatima.

NOVINSKA IZDANJA	PERIODIKA IZLASKA	NOVINSKI IZDAVAČ
Jutarnji list	Dnevno izdanje	Hanza Media
Slobodna Dalmacija	Dnevno izdanje	Hanza Media
Glas Slavonije	Dnevno izdanje	Glas Slavonije
Novi list	Dnevno izdanje	Glas Istre grupa
24sata	Dnevno izdanje	Styria grupa
Večernji list	Dnevno izdanje	Styria grupa
Poslovni dnevnik	Dnevno izdanje	Styria grupa

Tablica 1: Popis dnevnih novinskih izdanja obuhvaćenih u istraživanju. Izvor: AZTN, 2020.

Od istraženog uzorka, a prema izvorima AZTN-a, najveću prodanu nakladu u 2020. godini, kao i prethodnih godina, ostvario je dnevnik *24sata* (Styria grupa), s ostvarenim tržišnim udjelom od 30 do 40 % (AZTN, 2020). Slijedi *Večernji list* (također Styria grupa),

s ostvarenim tržišnim udjelom od 20 do 30 % i blagim rastom tržišnog udjela u 2020. godini (AZTN, 2020).

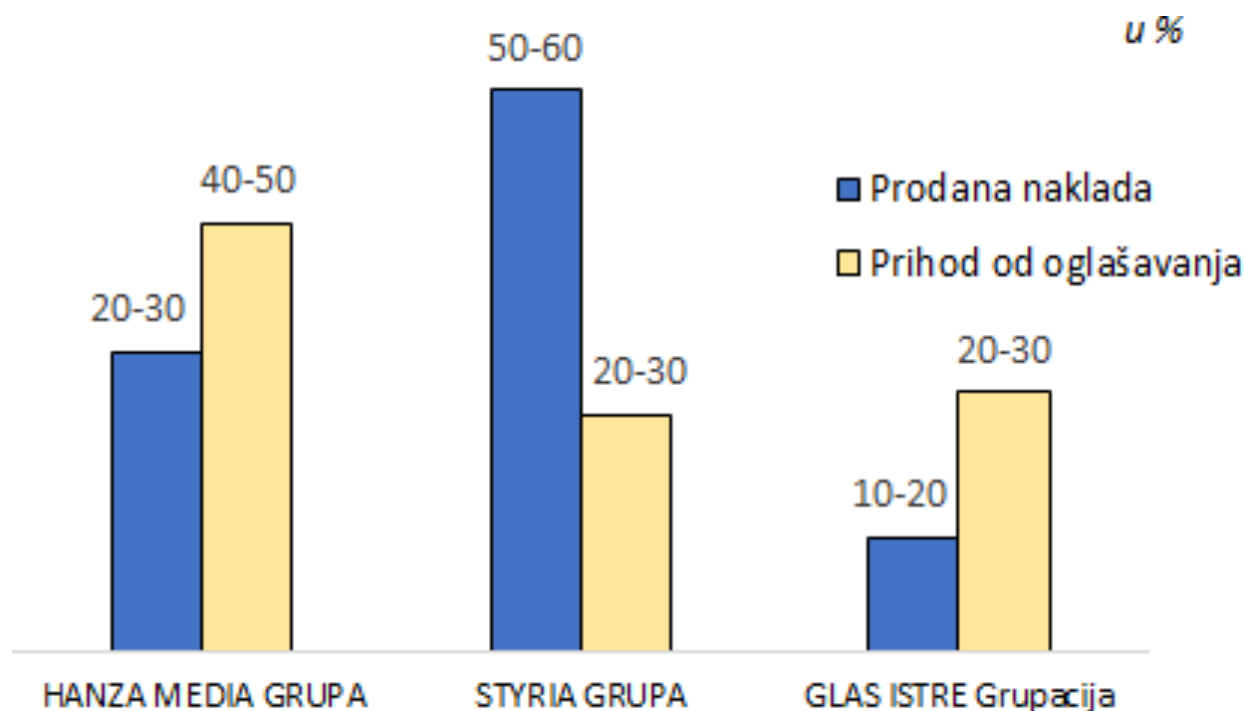
Treći po redu prema prodanoj nakladi su *Jutarnji list* (Hanza Media) s tržišnim udjelom od 10 do 20 % te *Slobodna Dalmacija* (nakladnik Slobodne Dalmacije je od 1. travnja 2019. postao poduzetnik Hanza Media) s tržišnim udjelom od 10 do 20 % i *Novi list* (Glas Istre Grupa) s tržišnim udjelom od 5 do 10 % (AZTN, 2020).

Pad prodaje jače je izražen kod svih nakladnika dnevnika u usporedbi s prethodnim istraživanjem za 2019. godinu (odnos 2019./2018.) gdje se jedino kod *Jutarnjeg lista* bilježi blaže izražen pad prodane naklade (AZTN, 2020).

Kada govorimo o nakladnicima općeinformativnih dnevnika, pad prihoda od oglašavanja u 2020. godini varira od 11 % do 36 % (AZTN, 2020). Najveći tržišni udjel u 2020. godini, od 20 do 30 % ostvario je nakladnik *Jutarnjeg lista* (Hanza Media), uz pad prihoda u odnosu na 2019., zatim slijedi *Slobodna Dalmacija* s tržišnim udjelom od 20 do 30 % i *Novi list* s udjelom od 10 do 20 % (AZTN, 2020).

Nakladnik *Večernjeg lista*, na četvrtom mjestu, bilježi tržišni udio od 10 do 20 %, a peto mjesto je nakladnik dnevnika *24 sata*, s ostvarenim tržišnom udjelom manjim od 10 % (AZTN, 2020). Na šestoj poziciji je *Glas Slavonije*, koji je prestigao *Glas Istre*, koji je trenutno na sedmom mjestu, gdje oba nakladnika bilježe nešto manje od 10 % tržišnog udjela u 2020. godini (AZTN, 2020).

Promatrano prema vlasničkim grupama, na tržištu dnevnika u 2020. godini najveći udio od 50 do 60 % ima Styria AG (*24 sata* i *Večernji list*), uz blagi rast tržišnog udjela u odnosu na prethodnu 2019. godinu što bilježi nastavak trenda rasta zajedničkog tržišnog udjela oba nakladnika Styria grupe (AZTN, 2020). Hanza Media (*Jutarnji list* i *Slobodna Dalmacija*) s udjelom od 20 do 30 % bilježi blagi pad tržišnog udjela u odnosu na 2019. godinu (AZTN, 2020). Treća grupacija nakladnika Glasa Istre (*Novi list*) ostvarila je zbirni tržišni udio od 10 do 20 % i bilježi stagnirajući trend (AZTN, 2020).



Slika 5: Tržišni udjeli grupacija nakladnika općeinformativnih dnevnika u RH u 2020. godini (prodana naklada i prihod od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima) u postocima

3.3 Koncept istraživanja

Za potrebe ovog znanstvenog istraživanja, anketni upitnik istražuje i prikuplja podatke, informacije, stavove i mišljenja o dvije sadržajne pod-domene: (1) ekološkom svjetonazoru – pomoću čestica Revidirane skale nove ekonomske paradigme (RSNEP) (Dunlap i suradnici, 2000) koje omogućuje solidno mjerenje općenitih stavova/vrijednosti o odnosu čovjeka i okoliša te (2) učestalost i navike čitanja vijesti kod medijskih publika u RH.

Individualno anketiranje provodi se pismenim putem, pomoću online ankete u programu *Survey Monkey*¹, u kojem ispitanici odgovaraju na pitanja s unaprijed ponuđenim odgovorima, kako bi se dobile informacija o stavovima i mišljenjima ispitanog uzorka. Podaci za analizu dobivaju se iz pitanja zatvorenog tipa, na temelju dobivenih odgovora petostupanjske

¹ Tvrtka koja nudi softver za razvoj online anketa (<https://www.surveymonkey.com>)

ljestvice Likerove skale procjene od 1 do 5, na sljedeći način: 1 (uopće se ne slažem); 2 (ne slažem se); 3 (ne znam/nisam siguran); 4 (slažem se); 5 (u potpunosti se slažem).

Uvodni dio, odnosno prvi dio ankete prikuplja sociodemografske i sociokulturne podatke o ispitanicima, drugi dio analizira ekološki svjetonazor ispitanika, dok posljednji dio obuhvaća analizu čitalačkih preferencija.

Za analizu ekoloških svjetonazora, anketni upitnik koristi postojeći instrumentarij, pomoću čestica *Revidirane skale nove ekološke paradigme* (RSNEP) (Dunlap i suradnici, 2000) koja utvrđuje opće stavove prema ekologiji te (ne)ekološkom ponašanju ispitanika (Plenković i Mustić, 2011). Tvrdnje koje se koriste u anketnom upitniku prikazane su na *tablici 2* koja prikazuje njihove izvorne formulacije na engleskom jeziku i detaljno opisuje sadržajnu strukturu RSNEP-a i čestice koje ju tvore. Razlog za tako ekstenzivni prikaz RSNEP-a jest prije svega taj što se pojedine čestice ne mogu prevesti bez svojevrstne interpretacije (Kufirin, 2002).

PRO-NEP STAV INDICIRA	SADRŽAJNE PODDOMENE SKALE	ČESTICE SKALE
slaganje	Stvarnost granica rasta	1 Broj ljudi koje Zemlja može uzdržavati približava se granici. (<i>We are approaching the limit of the number of people the earth can support.</i>)
neslaganje	Antiantropocentrizam	2 Čovjek ima pravo izmijeniti prirodni okoliš kako bi ga prilagodio svojim potrebama. (<i>Humans have the right to modify the natural environment to suit their needs.</i>)
slaganje	Krhkost prirodne ravnoteže	3 Čovjekovo upletanje u prirodne procese često dovodi do katastrofalnih posljedica. (<i>When humans interfere with nature it often produces disastrous consequences.</i>)
neslaganje	Odbacivanje čovjekove izuzetosti	4 Čovjekova domišljatost osigurat će da NE učinimo Zemlju nepogodnom za život. (<i>Human ingenuity will insure that we do NOT make the earth unlivable.</i>)
slaganje	Mogućnost ekološke katastrofe	5 Čovječanstvo ozbiljno zloupotrebljava okoliš. (<i>Humans are severely abusing the environment.</i>)
neslaganje	Stvarnost granica rasta	6 Na Zemlji postoji izobilje prirodnih resursa, samo ih moramo naučiti koristiti. (<i>The earth has plenty of natural resources if we just learn how to develop them.</i>)
slaganje	Antiantropocentrizam	7 Biljke i životinje imaju jednako pravo na postojanje kao i ljudi. (<i>Plants and animals have as much right as humans to exist.</i>)
neslaganje	Krhkost prirodne ravnoteže	8 Prirodna ravnoteža je dovoljno jaka da izdrži utjecaj modernih industrijskih nacija. (<i>The balance of nature is strong enough to cope with the impacts of modern industrial nations.</i>)

slaganje	Odbacivanje čovjekove izuzetosti	9 Usprkos našim izuzetnim sposobnostima, ljudska je vrsta još uvijek podložna prirodnim zakonima. (<i>Despite our special abilities humans are still subject to the Jaws of nature.</i>)
neslaganje	Mogućnost ekološke katastrofe	10 Takozvana »ekološka kriza« koja prijete čovječanstvu velikim je dijelom preuveličana. (<i>The so-called "ecological crisis" facing humankind has been greatly exaggerated.</i>)
slaganje	Stvarnost granica rasta	11 Zemlja je poput svemirskog broda s vrlo ograničenim prostorom i zalihama. (<i>The earth is like a spaceship with very limited room and resources.</i>)
neslaganje	Antiantropocentrizam	12 Smisao ljudske vrste jest da vlada ostalom prirodom. (<i>Humans were meant to rule over the rest of nature.</i>)
slaganje	Krhkost prirodne ravnoteže	13 Prirodna ravnoteža je vrlo osjetljiva i lako ju je poremetiti. (<i>The balance of nature is very delicate and easily upset.</i>)
neslaganje	Odbacivanje čovjekove izuzetosti	14 Čovjek će jednom dovoljno naučiti o prirodnim mehanizmima da bude u stanju kontrolirati prirodu. (<i>Humans will eventually learn enough about how nature works to be able to control it.</i>)
slaganje	Mogućnost ekološke katastrofe	15 Nastave li se stvari odvijati svojim sadašnjim tijekom, uskoro ćemo doživjeti veću ekološku katastrofu. (<i>If things continue on their present course, we will soon experience a major ecological catastrophe.</i>)
Ljestvica procjene cestica: 1 - potpuno se slažem (<i>strongly agree</i>); 2 - uglavnom se slažem (<i>mildly agree</i>); 3 - nisam siguran (<i>unsure</i>); 4 - uglavnom se ne slažem (<i>mildly disagree</i>); 5 - uopći se ne slažem (<i>strongly disagree</i>)		

Tablica 2: Struktura i čestice RSNEP skale (Dunlap i sur., 2000)

Neke čestice skale već su ranije korištene (u manje ili više izmijenjenom obliku), u ranijim socijalno-ekološkim istraživanjima na području RH, ali u druge svrhe i u drugim znanostima (Kufrin, 2002). RSNEP sadrži tvrdnje koji iniciraju slaganje s osam, odnosno ne neslaganje sa sedam od ponuđenih 15 tvrdnji skale.

Dunlap i Van Liere (1978), i većina ostalih autora, koriste ovaj instrument kao sumativnu (aditivnu) skalu Likertova tipa, gdje je konačni rezultat ispitanika jednak zbroju njegovih odgovora u pojedinim tvrdnjama, uz prethodno rekodiranje rezultata („okretanje skale“) na varijablama koje izjašnjavaju neslaganje s tvrdnjama (Kufrin, 2002). Dakle, što je veći ukupni rezultat na skali, to je prihvaćanje nove ekološke paradigme intenzivnije (Kufrin, 2002). Nakon empirijske provjere, Dunlap i suradnici (2000) ustvrđuju da je i revidirana skala s 15 čestica sadržajno, konstruktno i produktivno valjana (Dunlap i suradnici, 2000) te da se može koristiti kao unidimenzionalna, aditivna skala za jedinstveno prihvaćanje mjerenja ekološkog svjetonazora (Kufrin, 2002).

Posljednji dio anketnog upitnika koji analizira čitalačke preferencije hrvatske publike, ispituje navike pri odabiru digitalnih i tiskanih novinskih sadržaja za njihovu konzumaciju te

prikuplja podatke o učestalosti korištenja digitalnih i tiskanih novinskih sadržaja u RH. Pitanja su zatvorenog tipa i analiziraju navike ispitanika u odnosu na sedam dnevnih novinskih izdanja u RH, odabranih u uzorku. Odgovori na pitanja se dalje koriste u analizi rezultata anketnog upitnika, kako bi procijenili stupanj povezanosti ekološke informiranosti i čitalačkih navika.

Intervju e-poštom započinje detaljnim opisom istraživanja i svrhom sudjelovanja te objašnjava razloge za uključivanje pojedinih sudionika u istraživanje, i moguće rizike koje ono može pružiti. Kao i u slučaju ispitivanja licem-u-lice, u intervjuu se primjenjuju odredbe za zaštitu privatnosti sudionika i čuvanje povjerljivosti podataka, što podrazumijeva skrivanje korisničkih imena i svih drugih osobnih identifikatora tijekom objavljivanja i pohranjivanja podataka.

Sva pitanja u intervjuu su jasno i detaljno objašnjena, kako bi se dobili željeni odgovori, a poslana su sudionicima u samo jednoj poruci e-pošte. Intervju e-poštom je polustrukturiran, zbog čega u se u pojedinim slučajevima razmjenjuje više poruka e-pošte između ispitivača i sudionika tijekom dužeg vremenskog razdoblja. Naime, to je produžilo potrebno vrijeme za prikupljanje podataka u ovom istraživanju jer su, prema potrebi, korištena i dodatna pitanja za razradu i pojašnjenje odgovora ili za dobivanje dodatnih informacija. Broj naknadnih razmjena između istraživača i sudionika uglavnom je varirao jer je prikupljanje podataka kod nekih završilo nakon samo jedne naknadne razmjene, dok je kod drugih bilo potrebno više razmjena. Općenito, duljina razdoblja prikupljanja podataka trajala je nešto duže od očekivanog.

U intervjuu se koriste dva tipa pitanja, otvorena i zatvorena. Otvoreni tip pitanja omogućuje sudionicima da samostalno odgovore, dok zatvorena pitanja imaju unaprijed ponuđene odgovore.

Kako bi se u konačnici dobili odgovori koji pružaju stvaran pregled trendova u medijskoj industriji u RH, rezultati se analiziraju kvalitativnim putem. Analiza omogućuje uvid u njihovo trenutno poslovanje, poslovne modele i percepciju konkurencije na tržištu. Također, odgovori daju uvid u samostalnu procjenu o sposobnostima i inicijativama za digitalnu transformaciju te viziju njihovog budućeg razvoja uz primjenu odgovarajuće tehnologije. To je dalo uvid u dublje, detaljnije i bogatije podatke o hrvatskim novinskim organizacijama, s ciljem razumijevanja svakog pojedinačnog slučaja. Naposljetku,

odgovori daju uvid u trenutno stanje poslovanja i buduće poslovne ambicije, naročito u smislu ekološkog i digitalnog svjetonazora.

3.4 Metode analize podataka

Nakon provedenog anketiranja, dobiveni kvantitativni podaci prikazuju se aritmetičkom sredinom, standardnom devijacijom i centralnom vrijednosti te daljnjom statističkom obradom, koja se koristi u postojećim istraživanjima Revidirane skale ekonomske paradigme (Dunlap i suradnici, 2000).

Za statističku analizu koristi se program SPSS (verzija 26.0, SPSS Inc. Chicago, IL, SAD). Po uzoru na analizu skale Dunlapa i Van Lierea (1978), odnosno Dunlapa i suradnika (2000), provedeno je testiranje unutarnje konzistentnosti za faktore slaganje i neslaganje. Od 15 čestica naše skale, 8 je formulirano tako da pro-NEP smjer stava indicira slaganje s ponuđenim tvrdnjama, a 7 tako da pro-NEP smjer stava indicira neslaganje s ponuđenim tvrdnjama (*tablica 2*). Pritom se koristi koeficijent pouzdanosti Cronbach's Alpha koji mjeri koliko su skupovi stavki blisko povezani kao grupa.

Nadalje, podaci se testiraju putem Shapiro-Wilk testa normalnosti i Kolmogorov-Smirnov neparametarskog testa jednakosti. Varijable se putem Shapiro-Wilk testa uređuju i standardiziraju, kako bi se odredio njihov medijan i standardna devijacija. Naime, ukoliko je signifikantnost za pojedinu kategoriju veća od 0,05 ($p > 0,05$) radi se o normalnoj raspodjeli, a ako je signifikantnost manja od 0,05, raspodjela je drugačija od normalne.

U isto vrijeme, Kolmogorov-Smirnov neparametarski test jednakosti, uspoređuje dva uzorka ili uzorke s referentnom distribucijom vjerojatnosti kako bi se ustanovio način na koji su distribuirane promatrane varijable, uvrštene u statističku obradu. Tako obrađene varijable dalje su testirane putem Kruskal Wallis i Mann-Whitney U testa. Kruskal Wallis test se koristi za usporedbu dva ili više neovisnih uzoraka, jednake ili različite veličine, dok se Mann-Whitney U neparametarski test koristi za provjeru, pripadaju li dva uzorka u populaciju s istim medijanom.

Kako bi se ovdje detaljnije promotriale preferencije ispitanika s obzirom na njihove sociodemografske karakteristike, provedeno je testiranje putem Kruskal Wallis testa i Mann-Whitney U testa koji ispituju veze između ekoloških preferencija i čitalačkih navika u odnosu

na sociodemografske karakteristike poput dobne grupe, roda, stupnja obrazovanja, osobnog mjesečnog dohotka, statusa zaposlenosti te mjesta i regije stanovanja ispitanika.

Naposljetku, za ispitivanje odnosa između promatranih varijabli u postavljenim hipotezama, proveden je Spearmanov koeficijent korelacije. Korelacija je statistički postupak za izračunavanje povezanosti dviju vrijednosti i pokazuje u kojoj su mjeri promjene vrijednosti jedne varijable povezane s promjenama vrijednosti druge varijable (Udovičić, Baždarić, Bilić-Zulle, Petrovečki, 2007). Vrijednost ovog testa kreće se u intervalu $-1 \leq r \leq +1$ pri čemu - predznak korelacije označava negativnu (obrnutu) korelaciju, dok + predznak označava pozitivnu korelaciju. Što je vrijednost Spearmanovog koeficijenta korelacije veća, vrijedi da je korelacija između varijabli jača (značajnija).

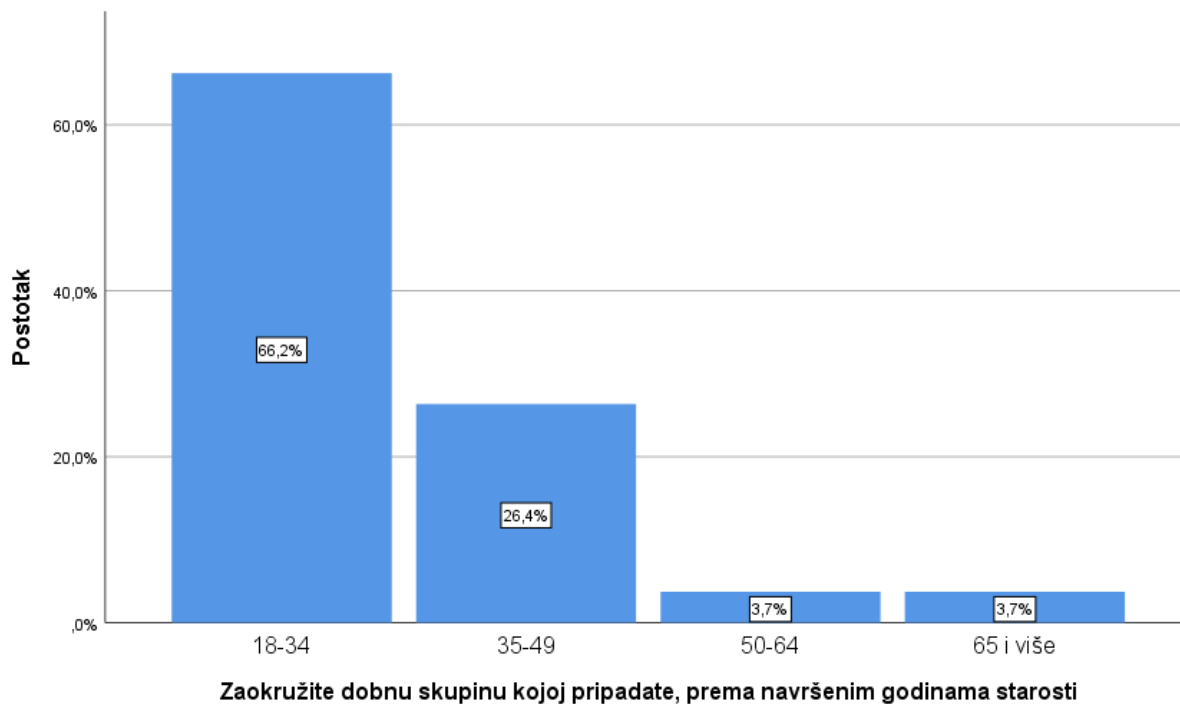
U analizi empirijskog materijala dobivenog putem intervjua e-poštom, korištena je kvalitativna metoda utemeljene teorije gdje su dobiveni odgovori obuhvaćenog uzorka deskriptivno obrađeni i kvalitativno kvantificirani, kako bi se dalje provela analize razlika (Tafra-Vlahović i Pletikosić, 2015).

4 REZULTATI ISTRAŽIVANJA

4.1 Sociodemografska obilježja

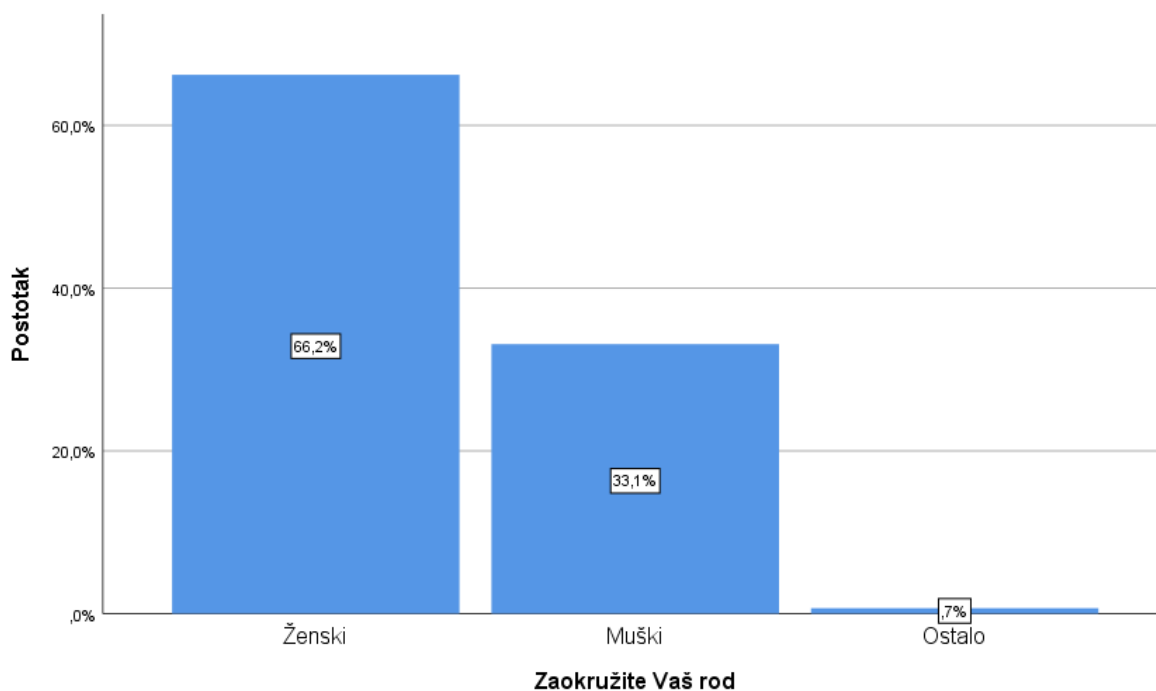
Rezultati prikupljeni u anketnom upitniku i dubinskom intervjuu, dalje se koriste za analizu odnosa varijabli u postavljenim hipotezama istraživanja, gdje se istražuje povezanost četiri skupine podataka: sociodemografske karakteristike ispitanika, odgovori ispitanika u RSNEP skali, rezultati čitalačkih navika i odgovori ispitanika u intervjuu.

Analizom sociodemografskih karakteristika ispitanika, ustanovljeno je da je većina sudionika mlađe starosne dobi, završenog diplomskog studija, zaposlena, ali bez mjesečnog dohotka te živi u naselju preko 200 000 stanovnika u Središnjoj Hrvatskoj. S obzirom na dominantan broj ispitanika bez mjesečnog dohotka, moguće je zaključiti da je većina ispitanika studentske populacije. Prema navršenim godinama starosti, većina ispitanika (66,2 %) je u dobi od 18 do 34 godine. Nadalje, 26,4 % ispitanika je starosne dobi od 35 do 49 godina, zatim 3,7 % navodi svoju starosnu dob od 50 do 64 godine, dok 3,7 % navodi 65 i više. Iz dobivenih rezultata, možemo zaključiti da je anketu u većini ispunila populacija u dobi od 18 do 49 godina (*slika 6*).



Slika 6: Dobna skupina ispitanika prema navršenim godinama starosti

Nadalje, većinsko rodno opredjeljenje obuhvaća ženski rod, sa 66,2 % ženskih ispitanika, dok je 33,1 % ispitanika odgovorio da je muškog roda. Također, 0,7 % ispitanika na pitanje roda, odgovora *ostalo* (slika 7).



Slika 7: Rodno opredjeljenje ispitanika

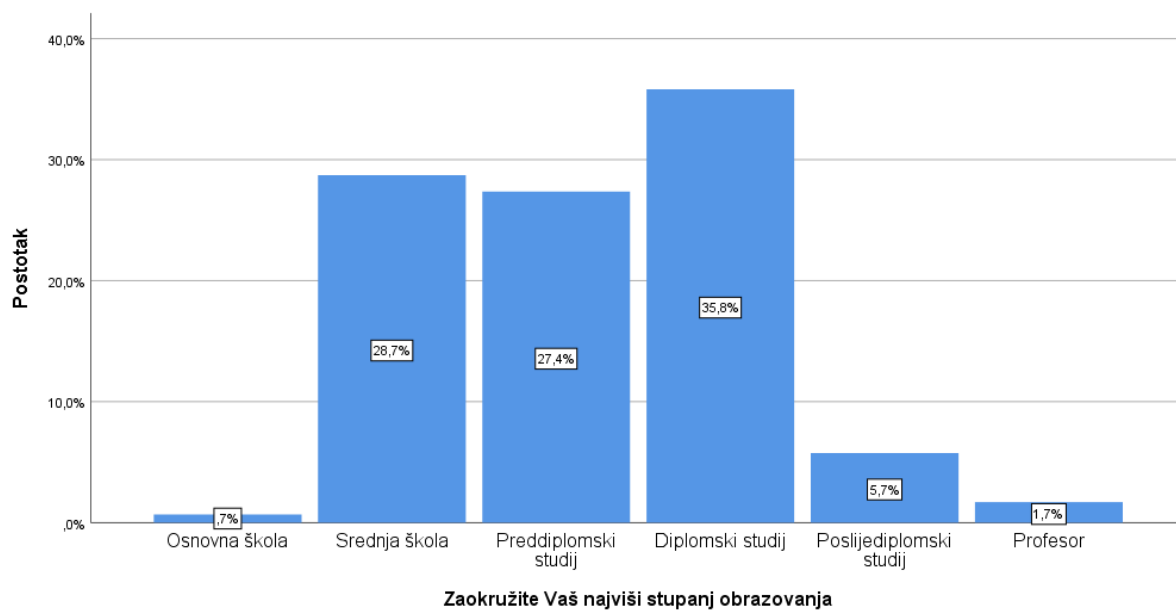
U *tablici 3* vidljivi su odgovori za rod ispitanika koji se odnosi na ostalo.

		N
Ostalo	Nebinarna osoba	1
	Trans	1

Tablica 3: Rodno opredjeljenje za odgovore ostalo

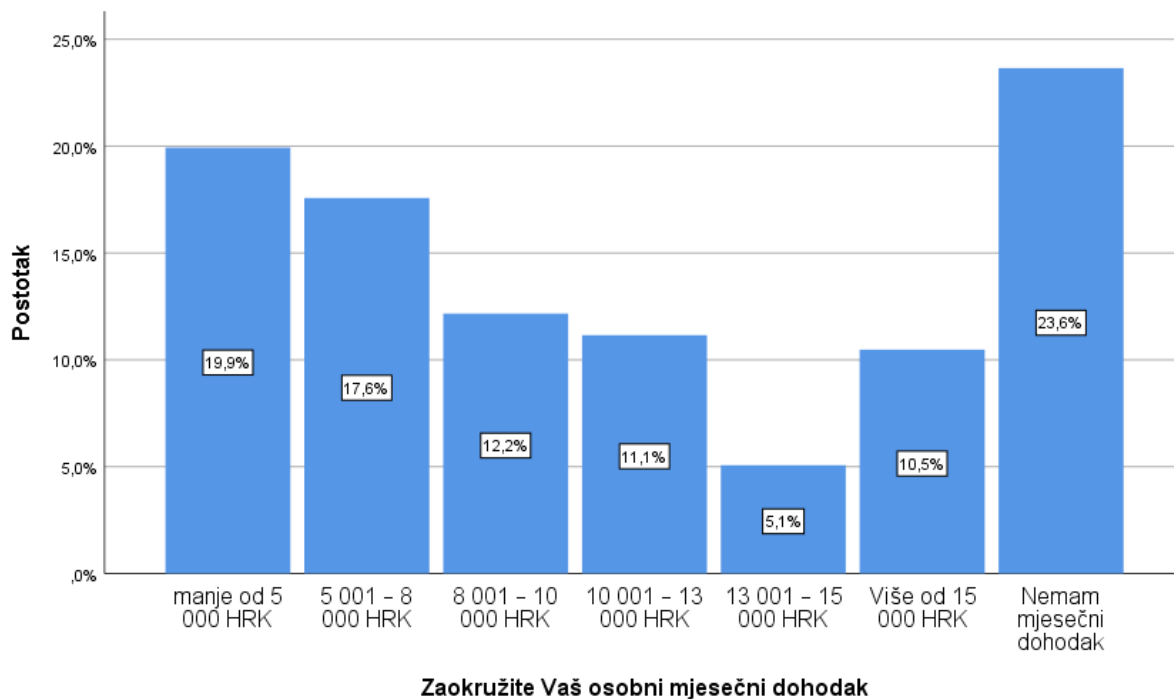
U odgovorima na pitanje o stupnju obrazovanja, 0,7 % ispitanika navodi završenu osnovnu školu, 28,7 % srednju školu, 27,4 % preddiplomski studij, 35,8 % diplomski studij, 5,7 % poslijediplomski studij, dok 1,7 % navodi profesorski stupanj obrazovanja (*tablica 4*).

Pogledaju li se rezultati grafičkim prikazom, moguće je uočiti da većina ispitanika ima završen diplomski studij (*slika 8*).



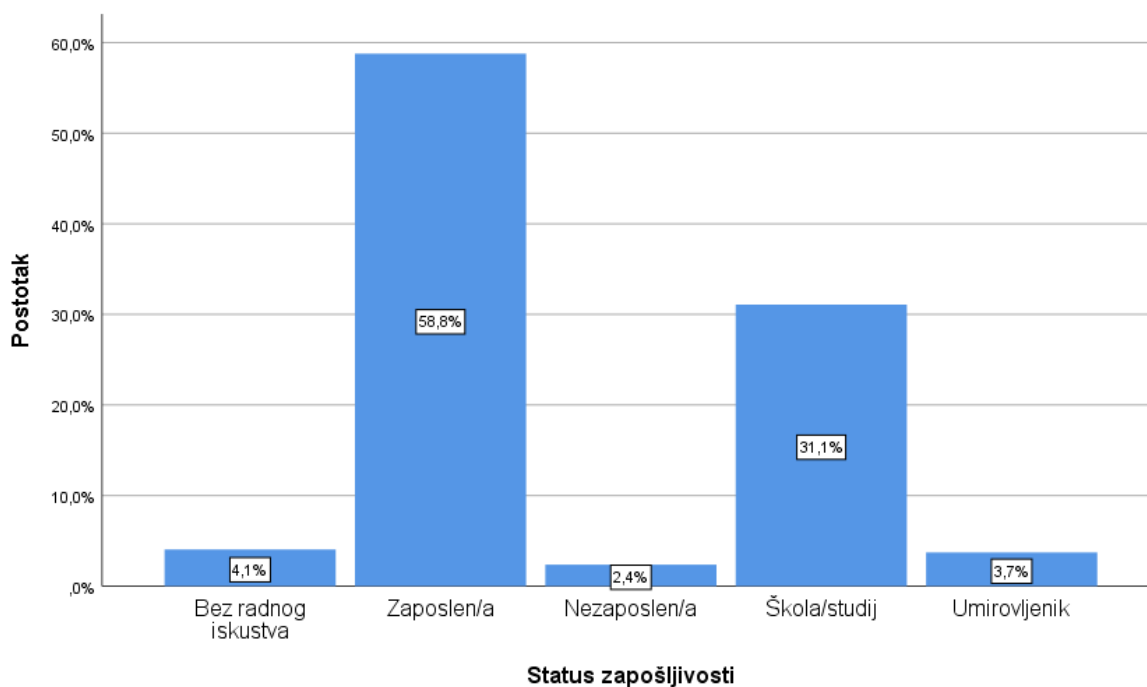
Slika 8: Stupanj obrazovanja ispitanika

Pitanje o osobnom mjesečnom dohotku ispitanika ima disperzirane odgovore, pa 19,9 % ispitanika navodi dohodak manji od 5 000 HRK, 17,6 % navodi 5 001 – 8 000 HRK, 12,2 % navodi 8 001 – 10 000 HRK, 11,1 % navodi 10 001 – 13 000 HRK, 5,1 % navodi 13 001 – 15 000 HRK, 10,5 % navodi više od 15 000 HRK, dok 23,6 % navodi kako uopće nema mjesečni dohodak (*slika 9*).



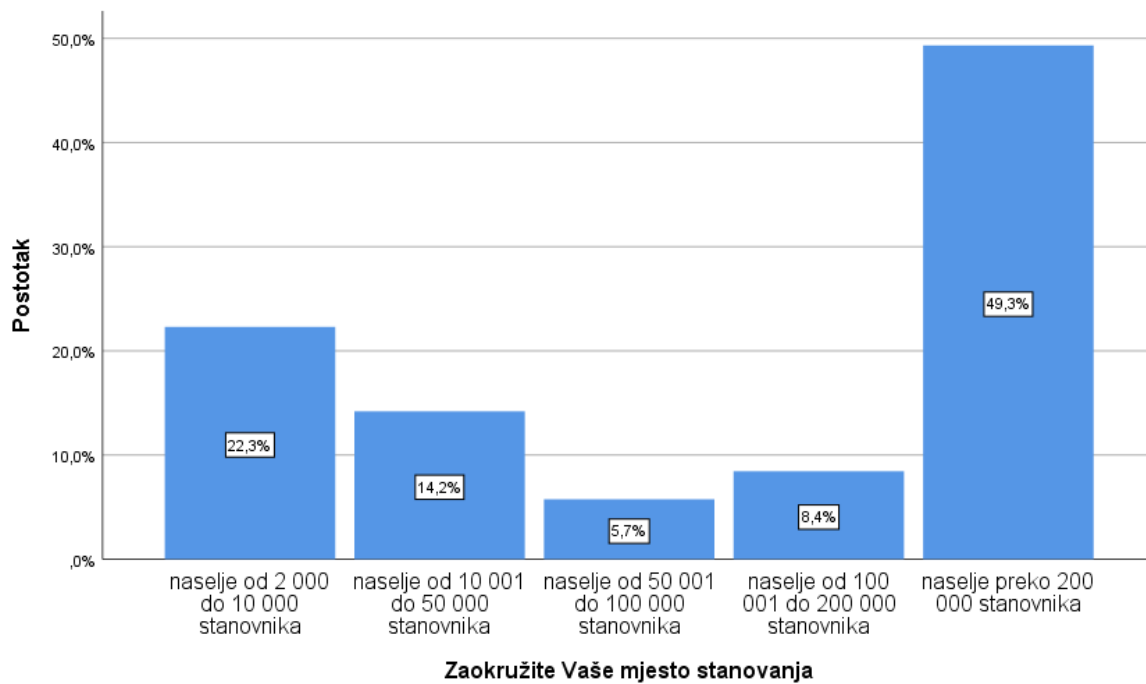
Slika 9: Mjesečni dohodak ispitanika

Među ispitanicima je najviše onih koji su zaposleni (58,8 %). Ostali odgovori, obuhvaćaju 4,1 % ispitanika koji navode da su bez radnog iskustva, 2,4 % je nezaposleno, 31,1 % navodi školu/studij kao status zaposlenja, dok 3,7 % ispitanika navodi status umirovljenika (*slika 10*).



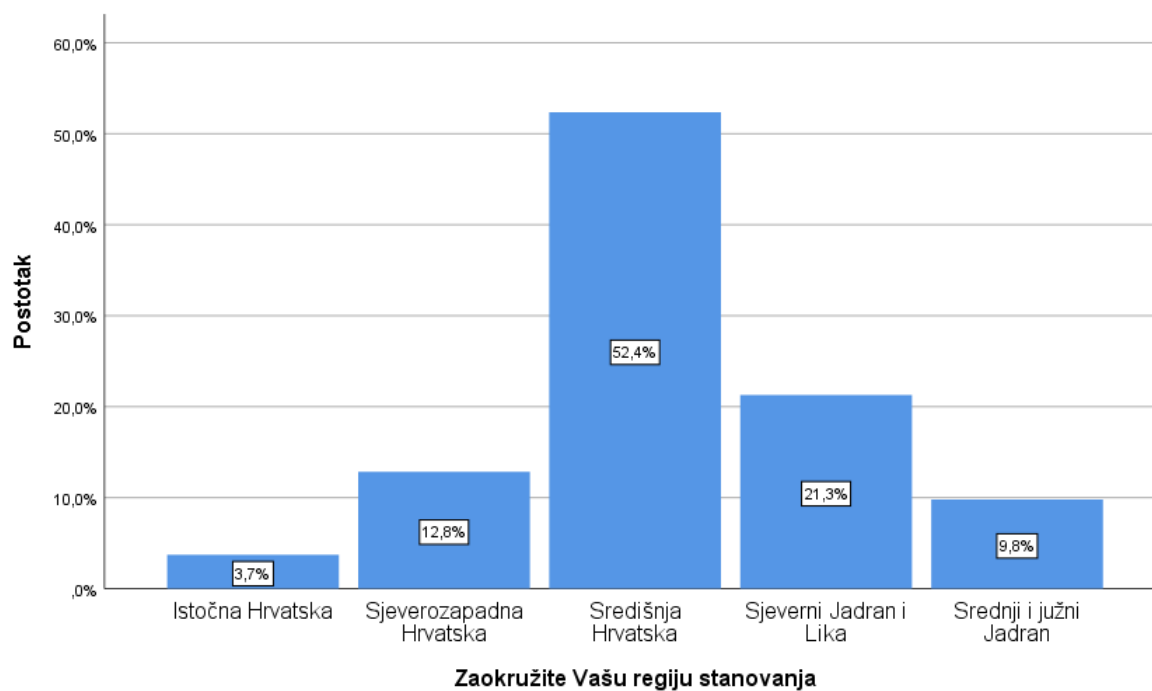
Slika 10: Status zaposlenja ispitanika

Većina ispitanika živi u naselju s preko 200 000 stanovnika (49,3 %). Nadalje, 22,3 % ispitanika živi u naselju od 2 000 do 10 000 stanovnika, 14,2 % u naselju od 10 001 do 50 000 stanovnika, 5,7 % u naselju od 50 001 do 100 000 stanovnika, dok 8,4 % ispitanika živi u naselju od 100 001 do 200 000 stanovnika (*slika 11*).



Slika 11: Mjesto stanovanja ispitanika

Primarna regija stanovanja je je Središnja Hrvatska (52,4 %), dok ostatak ispitanika navodi sljedeće regije kao mjesto stanovanja: 3,7 % ispitanika navodi istočnu Hrvatsku, 12,8 % sjeverozapadnu Hrvatsku, 21,3 % sjeverni Jadran i Lika, dok 9,8 % živi na srednjem i južnom Jadranu (*slika 12*).



Slika 12: Regija stanovanja ispitanika

		N	%
Zaokružite Vaš najviši stupanj obrazovanja	Osnovna škola	2	0,7%
	Srednja škola	85	28,7%
	Preddiplomski studij	81	27,4%
	Diplomski studij	106	35,8%
	Poslijediplomski studij	17	5,7%
	Profesor	5	1,7%
	Ukupno	296	100,0%
Zaokružite Vaš osobni mjesečni dohodak	manje od 5 000 HRK	59	19,9%
	5 001 – 8 000 HRK	52	17,6%
	8 001 – 10 000 HRK	36	12,2%
	10 001 – 13 000 HRK	33	11,1%
	13 001 – 15 000 HRK	15	5,1%
	Više od 15 000 HRK	31	10,5%
	Nemam mjesečni dohodak	70	23,6%
	Ukupno	296	100,0%
Status zapošljivosti	Bez radnog iskustva	12	4,1%
	Zaposlen/a	174	58,8%
	Nezaposlen/a	7	2,4%

	Osoba s invaliditetom	0	0,0%
	Škola/studij	92	31,1%
	Umirovljenik	11	3,7%
	Ukupno	296	100,0%
Zaokružite Vaše mjesto stanovanja	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	66	22,3%
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	42	14,2%
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	17	5,7%
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	25	8,4%
	naselje preko 200 000 stanovnika	146	49,3%
	Ukupno	296	100,0%
Zaokružite Vašu regiju stanovanja	Istočna Hrvatska	11	3,7%
	Sjeverozapadna Hrvatska	38	12,8%
	Središnja Hrvatska	155	52,4%
	Sjeverni Jadran i Lika	63	21,3%
	Srednji i južni Jadran	29	9,8%
	Ukupno	296	100,0%

Tablica 4: Sociodemografski pokazatelji

4.2 RSNEP skala

Nakon analize odgovora o sociodemografskim karakteristikama ispitanika, nastavlja se prikaz rezultata dijela anketnog upitnika, koji analizira deskriptivne odgovore na pitanja u RSNEP skali. *Tablica 5* prikazuje frekvencije i postotke te aritmetičku sredinu i standardnu devijaciju promatranih odgovora, a pitanja koja bilježe najmanje i najveće vrijednosti aritmetičke sredine odgovora ispitanika, naknadno se komentiraju.

		N	%	\bar{x}	Sd
Broj ljudi koje Zemlja može uzdržavati približava se granici	uopće se ne slažem	13	4,6%		
	ne slažem se	56	20,0%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	78	27,9%		
	slažem se	103	36,8%		
	u potpunosti se slažem	30	10,7%		
	Ukupno	280	100,0%	3,29	1,05
	uopće se ne slažem	37	13,2%		
	ne slažem se	124	44,3%		

Čovjek ima pravo izmijeniti prirodni okoliš kako bi ga prilagodio svojim potrebama	ne znam/nisam siguran/sigurna	58	20,7%		
	slažem se	59	21,1%		
	u potpunosti se slažem	2	0,7%		
	Ukupno	280	100,0%	2,52	,99
Čovjekovo upletanje u prirodne procese često dovodi do katastrofalnih posljedica	uopće se ne slažem	1	0,4%		
	ne slažem se	18	6,4%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	23	8,2%		
	slažem se	153	54,6%		
	u potpunosti se slažem	85	30,4%		
	Ukupno	280	100,0%	4,08	,82
Čovjekova domišljatost osigurat će da NE učinimo Zemlju nepogodnom za život.	uopće se ne slažem	12	4,3%		
	ne slažem se	42	15,0%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	109	38,9%		
	slažem se	104	37,1%		
	u potpunosti se slažem	13	4,6%		
	Ukupno	280	100,0%	3,23	,91
Čovječanstvo ozbiljno zloupotrebljava okoliš	uopće se ne slažem	1	0,4%		
	ne slažem se	9	3,2%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	6	2,1%		
	slažem se	167	59,6%		
	u potpunosti se slažem	97	34,6%		
	Ukupno	280	100,0%	4,25	,68
Na Zemlji postoji izobilje prirodnih resursa, samo ih moramo naučiti koristiti	uopće se ne slažem	5	1,8%		
	ne slažem se	21	7,5%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	19	6,8%		
	slažem se	149	53,2%		
	u potpunosti se slažem	86	30,7%		
	Ukupno	280	100,0%	4,04	,92
Biljke i životinje imaju jednako pravo na postojanje kao i ljudi	uopće se ne slažem	1	0,4%		
	ne slažem se	15	5,4%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	12	4,3%		
	slažem se	111	39,6%		

	u potpunosti se slažem	141	50,4%		
	Ukupno	280	100,0%	4,34	,82
Prirodna ravnoteža je dovoljno jaka da izdrži utjecaj modernih industrijskih nacija	uopće se ne slažem	41	14,6%		
	ne slažem se	145	51,8%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	79	28,2%		
	slažem se	10	3,6%		
	u potpunosti se slažem	5	1,8%		
	Ukupno	280	100,0%	2,26	,82
Usprkos našim izuzetnim sposobnostima, ljudska je vrsta još uvijek podložna prirodnim zakonima	uopće se ne slažem	1	0,4%		
	ne slažem se	1	0,4%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	28	10,0%		
	slažem se	164	58,6%		
	u potpunosti se slažem	86	30,7%		
	Ukupno	280	100,0%	4,19	,65
Takozvana „ekološka kriza“ koja prijete čovječanstvu velikim je dijelom preuveličana	uopće se ne slažem	66	23,6%		
	ne slažem se	136	48,6%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	46	16,4%		
	slažem se	24	8,6%		
	u potpunosti se slažem	8	2,9%		
	Ukupno	280	100,0%	2,19	,98
Zemlja je poput svemirskog broda s vrlo ograničenim prostorom i zalihama	uopće se ne slažem	6	2,1%		
	ne slažem se	47	16,8%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	65	23,2%		
	slažem se	129	46,1%		
	u potpunosti se slažem	33	11,8%		
	Ukupno	280	100,0%	3,49	,98
Smisao ljudske vrste jest da vlada ostalom prirodom	uopće se ne slažem	92	32,9%		
	ne slažem se	123	43,9%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	39	13,9%		
	slažem se	22	7,9%		
	u potpunosti se slažem	4	1,4%		
	Ukupno	280	100,0%	2,01	,96
	uopće se ne slažem	4	1,4%		

Prirodna ravnoteža je vrlo osjetljiva i lako ju je poremetiti	ne slažem se	29	10,4%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	51	18,2%		
	slažem se	164	58,6%		
	u potpunosti se slažem	32	11,4%		
	Ukupno	280	100,0%	3,68	,86
Čovjek će jednom dovoljno naučiti o prirodnim mehanizmima da bude u stanju kontrolirati prirodu	uopće se ne slažem	40	14,3%		
	ne slažem se	91	32,5%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	100	35,7%		
	slažem se	49	17,5%		
	u potpunosti se slažem	0	0,0%		
	Ukupno	280	100,0%	2,56	,94
Nastave li se stvari odvijati svojim sadašnjim tijekom, uskoro ćemo doživjeti veću ekološku katastrofu	uopće se ne slažem	2	0,7%		
	ne slažem se	17	6,1%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	41	14,6%		
	slažem se	148	52,9%		
	u potpunosti se slažem	72	25,7%		
	Ukupno	280	100,0%	3,97	,84

Tablica 5: Deskriptivni pokazatelji odgovora na promatrana pitanja RSNEP skale

Najviša vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika vidljiva je za dva pitanja: *biljke i životinje imaju jednako pravo na postojanje kao i ljudi*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 4,34 dok standardna devijacija iznosi 0,82, zatim za pitanje *čovječanstvo ozbiljno zloupotrebljava okoliš* gdje je aritmetička sredina odgovora ispitanika 4,25, a standardna devijacija 0,68. Najnižu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika bilježimo za sljedeća dva pitanja: *smisao ljudske vrste jest da vlada ostalom prirodom*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,01, a standardna devijacija 0,96, te za pitanje *takozvana „ekološka kriza“ koja prijete čovječanstvu velikim je dijelom preuveličana*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,19, a standardna devijacija iznosi 0,98.

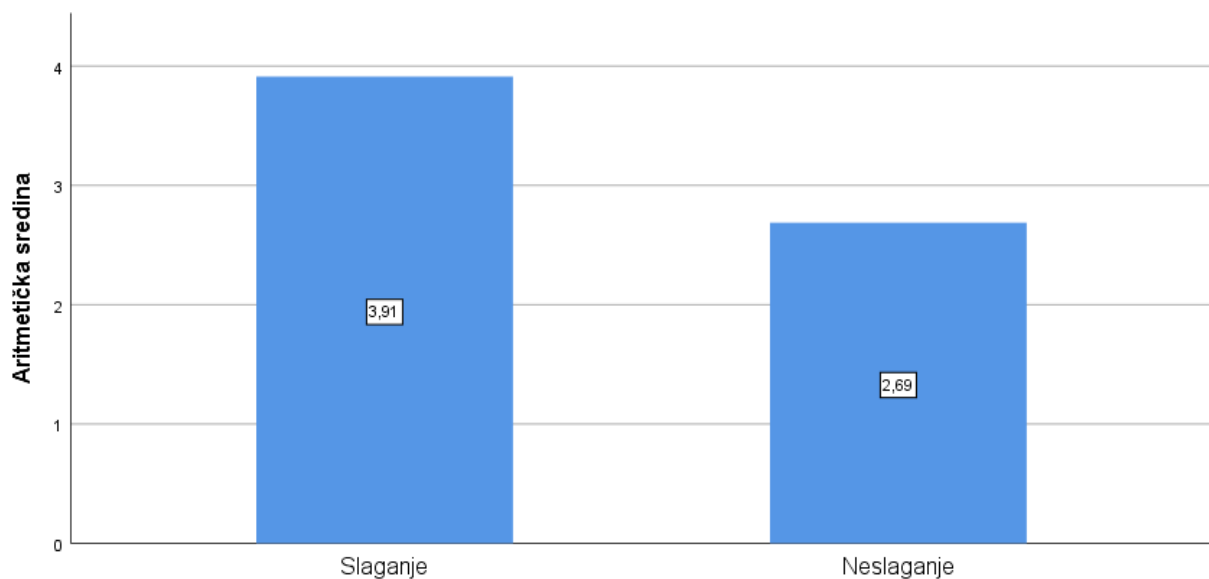
Po uzoru na analizu skale prema Dunlap i Van Liere (1978), odnosno Dunlap i sur. (2000), dodatno je provedeno testiranje za promatrana pitanja prema faktorima

slaganja/neslaganja. Dakle, u *tablici 6* su prikazani ukupni odgovori ispitanika za faktore slaganje i neslaganje.

		Slaganje	Neslaganje
N	Valjanih	280	280
	Nedostaje	16	16
\bar{x}		3,9112	2,6862
Sd		,52425	,51601
Min		1,00	1,00
Max		5,00	4,71

Tablica 6: Testiranje za promatrana pitanja, prema faktorima slaganja/neslaganja

Pogledaju li se odgovori ispitanika za *slaganje*, može se uočiti kako aritmetička sredina iznosi 3,91 uz standardnu devijaciju 0,52, dok za *neslaganje* aritmetička sredina iznosi 2,69 uz standardnu devijaciju 0,52 (*slika 13*).



Slika 13: Testiranje za promatrana pitanja, prema faktorima slaganja/neslaganja

Kako bi se testirala pouzdanost upitnika (Cronbach's Alpha) za promatrana pitanja, u odnosu na faktore slaganje i neslaganje, u *tablici 7* su prikazani rezultati za pouzdanost upitnika (Cronbach's Alpha) za faktor *slaganje*:

Cronbach's Alpha	Broj čestica
,770	8

Tablica 7: Pouzdanost za faktor slaganje, Cronbach's Alpha

Tablica 7 prikazuje da vrijednost Cronbach's Alpha iznosi 0,770 što je više od 0,7 i predstavlja visoku razinu pouzdanosti za navedeni faktor. Pri tome se na *tablici 8* može uočiti kako se pouzdanost upitnika ne povećava značajno ako se bilo koje od navedenih pitanja izostavi iz analize. Dakle, pitanja koja za potrebe ovog istraživanja ulaze u faktor slaganja su sljedeća:

	Aritmetička sredina ako je pitanje izbrisano	Varijanca ako je pitanje izbrisano	Korigirane čestice - korelacija	Cronbach's Alpha ako je pitanje obrisano
Broj ljudi koje Zemlja može uzdržavati približava se granici	28,00	13,226	,427	,757
Čovjekovo upletanje u prirodne procese često dovodi do katastrofalnih posljedica	27,21	13,548	,559	,730
Čovječanstvo ozbiljno zloupotrebljava okoliš	27,04	14,081	,593	,729
Biljke i životinje imaju jednako pravo na postojanje kao i ljudi	26,95	13,958	,480	,743
Usprkos našim izuzetnim sposobnostima, ljudska je vrsta još uvijek podložna prirodnim zakonima	27,10	15,775	,271	,773
Zemlja je poput svemirskog broda s vrlo ograničenim prostorom i zalihama	27,80	13,520	,434	,753

Prirodna ravnoteža je vrlo osjetljiva i lako ju je poremetiti	27,61	14,003	,442	,750
Nastave li se stvari odvijati svojim sadašnjim tijekom, uskoro ćemo doživjeti veću ekološku katastrofu	27,32	13,172	,605	,721

Tablica 8: Statistika ako je čestica izbrisana

Nadalje, na *tablici 9* su prikazani rezultati za pouzdanost upitnika (Cronbach's Alpha) za faktor *neslaganje*:

Cronbach's Alpha	Broj čestica
,623	7

Tablica 9: Pouzdanost neslaganja Cronbach's Alpha

Iz tablice se može uočiti kako vrijednost Cronbach's Alpha iznosi 0,623 što je vrlo blizu 0,7 i predstavlja zadovoljavajuću razinu pouzdanosti za navedeni faktor. Pri tome se na *tablici 10* može uočiti kako se pouzdanost upitnika ne povećava značajno ako se bilo koje od navedenih pitanja izostavi iz analize. U tablici su također prikazana pitanja koja za potrebe ovog istraživanja ulaze u faktor neslaganja.

	Aritmetička sredina ako je pitanje izbrisano	Varijanca ako je pitanje izbrisano	Korigirane čestice - korelacija	Cronbach's Alpha ako je pitanje obrisano
Čovjek ima pravo izmijeniti prirodni okoliš kako bi ga prilagodio svojim potrebama	16,29	9,732	,378	,571
Čovjekova domišljatost osigurat će da NE učinimo Zemlju nepogodnom za život	15,58	11,012	,199	,628
Na Zemlji postoji izobilje prirodnih resursa, samo ih moramo naučiti koristiti	14,77	11,498	,115	,653
Prirodna ravnoteža je dovoljno jaka da izdrži utjecaj modernih industrijskih nacija	16,54	10,256	,406	,566

Takozvana „ekološka kriza“ koja prijeti čovječanstvu velikim je dijelom preuveličana	16,62	9,355	,452	,544
Smisao ljudske vrste jest da vlada ostalom prirodom	16,79	9,892	,373	,573
Čovjek će jednom dovoljno naučiti o prirodnim mehanizmima da bude u stanju kontrolirati prirodu	16,24	9,573	,445	,548

Tablica 10: Statistika ako je čestica izbrisana

Nadalje, testira se i statistička normalnost, pomoću Shapiro-Wilk i Kolmogorov-Smirnov testa, kako bi se ustanovilo na koji su način distribuirane promatrane varijable uvrštene u statističku obradu.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Slaganje	,103	280	,000	,942	280	,000
Neslaganje	,086	280	,000	,986	280	,010

Tablica 11: Test statističke normalnost, Shapiro-Wilk i Kolmogorov-Smirnov test

U *tablici 11* može se uočiti kako raspodjela između promatranih kategorija ne slijedi normalnu distribuciju jer za većinu promatranih varijabli vrijednost signifikantnosti Shapiro-Wilk i Kolmogorov-Smirnov testa nije veća od 0,05. Naime, ako je signifikantnost za pojedinu kategoriju veća od 0,05 ($p > 0,05$) radi se o normalnoj raspodjeli, a ako je signifikantnost manja od 0,05 raspodjela je drugačija od normalne. U skladu s tim, navedene varijable dalje su testirane uz pomoć neparametrijskih statističkih testova.

Dakle, kako bi naposljetku zaključili o dominantnom sustavu vrijednosti ispitanika RSNEP-a, u odnosu na tvrdnje slaganje i neslaganje, nužno je prvo istražiti rezultate iz analize čitalačkih navika koja će kasnije dati bolji uvid u jakost korelacije između ekoloških svjetonazora i čitalačkih navika, ispitanih u hipotezi H1.

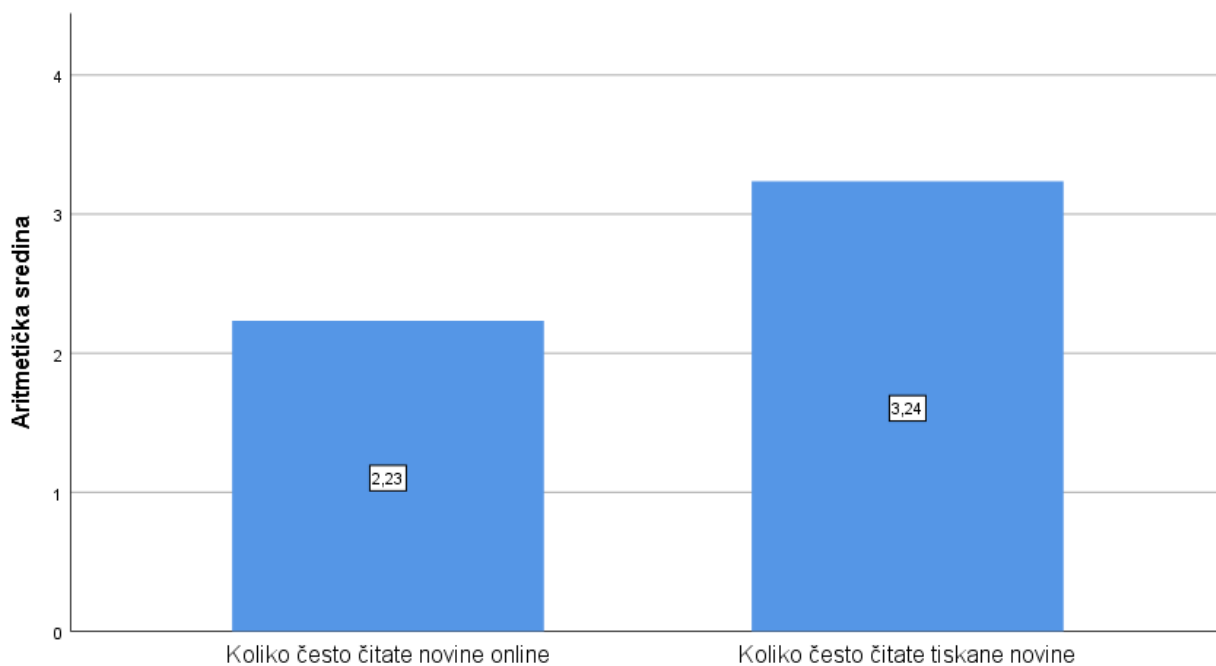
4.3 Analiza čitalačkih navika

Naime, analiza čitalačkih navika ispitanika, pokazuje rezultate odgovora koji upućuju na učestalost korištenja digitalnih i tiskanih novinskih sadržaja. Analizom odgovora, zaključuje se da online novine često čita 105 ispitanika, odnosno 39,3 %, dok tiskane sadržaje često čita samo 22 ispitanika, odnosno 8,2 % (*tablica 12*).

		N	%	\bar{x}	Sd
Koliko često čitate novine online	Uvijek	62	23,2%		
	Često	105	39,3%		
	Rijetko	76	28,5%		
	Nikad	24	9,0%		
	Ukupno	267	100,0%	2,23	,91
Koliko često čitate tiskane novine	Uvijek	6	2,2%		
	Često	22	8,2%		
	Rijetko	142	53,2%		
	Nikad	97	36,3%		
	Ukupno	267	100,0%	3,24	,69

Tablica 12: Učestalost čitanja medijskih proizvoda

Međutim, kada promatramo aritmetičku sredinu za pitanje *koliko često čitate novine online*, ona iznosi 2,23 uz standardnu devijaciju 0,91, dok za pitanje *koliko često čitate tiskane novine* aritmetička sredina iznosi 3,24 uz standardnu devijaciju 0,69, što znači da ispitanici koji čitaju tiskane novine, ipak u prosjeku češće čitaju medijske sadržaje. Kako bi se jasnije prezentirao omjer promatranih aritmetičkih sredina, isto je prikazano grafom na *slici 14*.



Slika 14: Učestalost čitanja medijskih proizvoda

U analizi čitalačkih navika, a u odnosu na specifične elektroničke sadržaje, vidljivo je da najvišu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika bilježimo za pitanje: *koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 3,82 dok standardna devijacija iznosi 0,50. S druge strane, najnižu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika bilježimo za pitanje: *koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,87 dok standardna devijacija iznosi 0,91 (tablica 13).

		N	%	\bar{x}	Sd
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	Uvijek	20	7,5%		
	Često	68	25,7%		
	Rijetko	104	39,2%		
	Nikad	73	27,5%		
	Ukupno	265	100,0%	2,87	,91
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	Uvijek	11	4,2%		
	Često	47	18,1%		

	Rijetko	108	41,5%		
	Nikad	94	36,2%		
	Ukupno	260	100,0%	3,10	,84
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	Uvijek	11	4,3%		
	Često	48	18,6%		
	Rijetko	93	36,0%		
	Nikad	106	41,1%		
	Ukupno	258	100,0%	3,14	,87
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	Uvijek	4	1,6%		
	Često	2	0,8%		
	Rijetko	29	11,3%		
	Nikad	222	86,4%		
	Ukupno	257	100,0%	3,82	,50
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	Uvijek	8	3,1%		
	Često	24	9,3%		
	Rijetko	58	22,6%		
	Nikad	167	65,0%		
	Ukupno	257	100,0%	3,49	,79
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	Uvijek	6	2,3%		
	Često	21	8,1%		
	Rijetko	72	27,8%		
	Nikad	160	61,8%		
	Ukupno	259	100,0%	3,49	,74
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	Uvijek	6	2,3%		
	Često	16	6,2%		
	Rijetko	79	30,5%		
	Nikad	158	61,0%		
	Ukupno	259	100,0%	3,50	,72

Tablica 13: Analiza čitalačkih navika za pojedinačne digitalne medijske sadržaje

Također, u analizi čitalačkih navika specifičnih tiskanih sadržaja, najvišu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika ponovno bilježimo za isti sadržaj, konkretno za pitanje: *koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 3,90 dok standardna devijacija iznosi 0,42. Najnižu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika također bilježimo za isti sadržaj, odnosno

za pitanje: koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: *Jutarnji list*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 3,37 dok standardna devijacija iznosi 0,81 (tablica 14).

		N	%	\bar{x}	Sd
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: <i>Jutarnji list</i>	Uvijek	8	3,0%		
	Često	31	11,7%		
	Rijetko	80	30,2%		
	Nikad	146	55,1%		
	Ukupno	265	100,0%	3,37	,81
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: <i>Večernji list</i>	Uvijek	8	3,1%		
	Često	23	8,8%		
	Rijetko	75	28,7%		
	Nikad	155	59,4%		
	Ukupno	261	100,0%	3,44	,78
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	Uvijek	6	2,3%		
	Često	20	7,8%		
	Rijetko	72	28,0%		
	Nikad	159	61,9%		
	Ukupno	257	100,0%	3,49	,74
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: <i>Glas Slavonije</i>	Uvijek	3	1,2%		
	Često	2	0,8%		
	Rijetko	12	4,7%		
	Nikad	239	93,4%		
	Ukupno	256	100,0%	3,90	,42
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: <i>Novi list</i>	Uvijek	6	2,3%		
	Često	13	5,1%		
	Rijetko	35	13,7%		
	Nikad	202	78,9%		
	Ukupno	256	100,0%	3,69	,68
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: <i>Poslovni dnevnik</i>	Uvijek	2	0,8%		
	Često	5	1,9%		
	Rijetko	30	11,7%		
	Nikad	220	85,6%		
	Ukupno	257	100,0%	3,82	,48
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: <i>Slobodna Dalmacija</i>	Uvijek	4	1,6%		
	Često	6	2,3%		
	Rijetko	40	15,6%		

	Nikad	207	80,5%		
	Ukupno	257	100,0%	3,75	,57

Tablica 14: Analiza čitalačkih navika specifičnih tiskanih sadržaja

Daljnjom analizom odgovora, vidljivo je da velika većina ispitanika s pouzdanošću rijetko ili nikad ne čita *Glas Slavonije*, u bilo kojem sadržajnom obliku, dok je najviša raspršenost u odgovorima uočena za *Jutarnji list* te ukazuje na najvišu učestalost čitanja. Ipak, pogledamo li pojedinačno rezultate ispitanika koji čitaju novine *uvijek, često i rijetko* vidljivo je da su *Jutarnji list* i *Večernji list*, gotovo u jednakoj mjeri, najčešće konzumirani sadržaji.

Osim analize najčešće korištenih medijskih sadržaja kod ispitanika, u anketi se istražuju razlozi za odabir specifičnih medijskih sadržaja tijekom konzumacije vijesti koji će u konačnici omogućiti uvid u istinitost hipoteza H2 i H3, tako što će se ovi odgovori konačno usporediti s odgovorima dobivenim u intervjuu. Analizom odgovora dobivenih u anketi, a koji se odnose na razloge odabira pojedinog medijskog sadržaja, nije uočena značajna važnost između varijable društveno odgovornog poslovanja i izbora medijskog sadržaja. Ipak, najviša vrijednost aritmetičke sredine uočena je za pitanje: *sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,84 sa standardnom devijacijom 0,67. S druge strane, najnižu vrijednost aritmetičkih sredina odgovora ispitanika bilježimo za pitanje: *sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata*, gdje aritmetička sredina odgovora ispitanika iznosi 2,72, a standardna devijacija iznosi 0,70 (tablica 15).

		N	%	\bar{x}	Sd
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	uopće se ne slažem	17	6,5%		
	ne slažem se	31	11,8%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	191	72,6%		
	slažem se	24	9,1%		
	u potpunosti se slažem	0	0,0%		
	Ukupno	263	100,0%	2,84	,67
	uopće se ne slažem	17	6,5%		

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	ne slažem se	36	13,8%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	196	75,1%		
	slažem se	12	4,6%		
	u potpunosti se slažem	0	0,0%		
	Ukupno	261	100,0%	2,78	,63
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	uopće se ne slažem	22	8,5%		
	ne slažem se	40	15,5%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	185	71,7%		
	slažem se	9	3,5%		
	u potpunosti se slažem	2	0,8%		
	Ukupno	258	100,0%	2,72	,70
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	uopće se ne slažem	17	6,6%		
	ne slažem se	28	10,8%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	204	78,8%		
	slažem se	10	3,9%		
	u potpunosti se slažem	0	0,0%		
	Ukupno	259	100,0%	2,80	,61
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	uopće se ne slažem	17	6,5%		
	ne slažem se	28	10,8%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	198	76,2%		
	slažem se	16	6,2%		
	u potpunosti se slažem	1	0,4%		
	Ukupno	260	100,0%	2,83	,65
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	uopće se ne slažem	17	6,5%		
	ne slažem se	25	9,6%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	209	80,1%		
	slažem se	7	2,7%		
	u potpunosti se slažem	3	1,1%		
	Ukupno	261	100,0%	2,82	,63
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	uopće se ne slažem	15	5,8%		
	ne slažem se	30	11,6%		
	ne znam/nisam siguran/sigurna	204	78,8%		

	slažem se	10	3,9%		
	u potpunosti se slažem	0	0,0%		
	Ukupno	259	100,0%	2,81	,59

Tablica 15: Razlozi za odabir pojedinih medijskih sadržaja

Također, u *tablici 16*, prikazani su odgovori ispitanika o važnosti društveno odgovornog poslovanja (ekološke i socijalno osjetljive teme, itd.) u odabiru pojedinog medijskog sadržaja. Konkretno, prikazani su u sklopu odgovora ispitanika na pitanje *navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene online novine*.

		N	%
Jutarnji list (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	115	38,9%
	ne	181	61,1%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Besplatan sadržaj)	da	79	26,7%
	ne	217	73,3%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Informiranost)	da	98	33,1%
	ne	198	66,9%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	11	3,7%
	ne	285	96,3%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Povjerenje u izvor informacija)	da	21	7,1%
	ne	275	92,9%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	88	29,7%
	ne	208	70,3%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	102	34,5%
	ne	194	65,5%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Besplatan sadržaj)	da	70	23,6%
	ne	226	76,4%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Informiranost)	da	83	28,0%

	ne	213	72,0%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	13	4,4%
	ne	283	95,6%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Povjerenje u izvor informacija)	da	22	7,4%
	ne	274	92,6%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	103	34,8%
	ne	193	65,2%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	87	29,4%
	ne	209	70,6%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Besplatan sadržaj)	da	53	17,9%
	ne	243	82,1%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Informiranost)	da	51	17,2%
	ne	245	82,8%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	6	2,0%
	ne	290	98,0%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Povjerenje u izvor informacija)	da	5	1,7%
	ne	291	98,3%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	130	43,9%
	ne	166	56,1%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	17	5,7%
	ne	279	94,3%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Besplatan sadržaj)	da	9	3,0%
	ne	287	97,0%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Informiranost)	da	19	6,4%
	ne	277	93,6%

	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	4	1,4%
	ne	292	98,6%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Povjerenje u izvor informacija)	da	4	1,4%
	ne	292	98,6%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	221	74,7%
	ne	75	25,3%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	47	15,9%
	ne	249	84,1%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Besplatan sadržaj)	da	38	12,8%
	ne	258	87,2%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Informiranost)	da	49	16,6%
	ne	247	83,4%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	11	3,7%
	ne	285	96,3%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Povjerenje u izvor informacija)	da	20	6,8%
	ne	276	93,2%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	171	57,8%
	ne	125	42,2%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	36	12,2%
	ne	260	87,8%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Besplatan sadržaj)	da	24	8,1%
	ne	272	91,9%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Informiranost)	da	61	20,6%
	ne	235	79,4%
	Ukupno	296	100,0%

Poslovni dnevnik (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	9	3,0%
	ne	287	97,0%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Povjerenje u izvor informacija)	da	24	8,1%
	ne	272	91,9%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	175	59,1%
	ne	121	40,9%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Jednostavan pristup (tehnološki aspekt))	da	43	14,5%
	ne	253	85,5%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Besplatan sadržaj)	da	26	8,8%
	ne	270	91,2%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Informiranost)	da	35	11,8%
	ne	261	88,2%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	8	2,7%
	ne	288	97,3%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Povjerenje u izvor informacija)	da	8	2,7%
	ne	288	97,3%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	183	61,8%
	ne	113	38,2%
	Ukupno	296	100,0%

Tablica 16: Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene online novine

Nadalje, u *tablici 17* prikazani su odgovori ispitanika o važnosti društveno odgovornog poslovanja (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.) u odabiru pojedinog medijskog sadržaja, u odnosu na pitanje *navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine.*

		N	%
Jutarnji list (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	40	13,5%
	ne	256	86,5%

	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	12	4,1%
	ne	284	95,9%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Informiranost)	da	70	23,6%
	ne	226	76,4%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	10	3,4%
	ne	286	96,6%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Povjerenje u izvor informacija)	da	11	3,7%
	ne	285	96,3%
	Ukupno	296	100,0%
Jutarnji list (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	168	56,8%
	ne	128	43,2%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	26	8,8%
	ne	270	91,2%
	Ukupno	296	100,0%
Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine: Večernji list (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	10	3,4%
	ne	286	96,6%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Informiranost)	da	64	21,6%
	ne	232	78,4%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	8	2,7%
	ne	288	97,3%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Povjerenje u izvor informacija)	da	12	4,1%
	ne	284	95,9%
	Ukupno	296	100,0%
Večernji list (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	179	60,5%
	ne	117	39,5%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	30	10,1%
	ne	266	89,9%
	Ukupno	296	100,0%

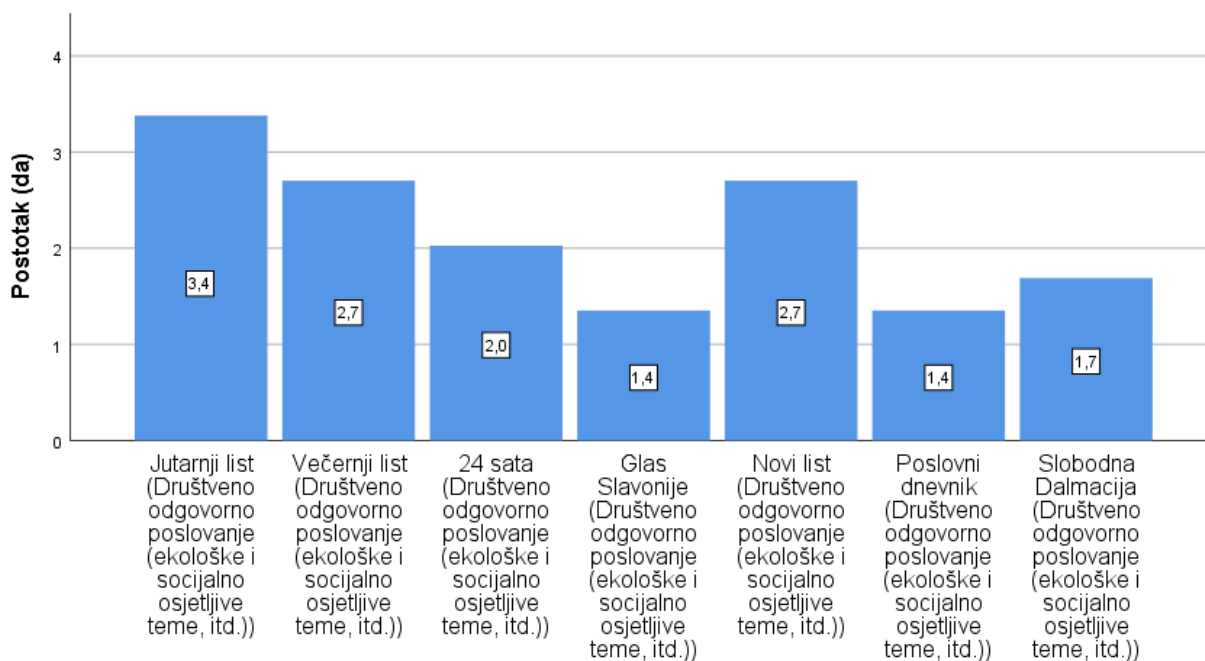
24 sata (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	6	2,0%
	ne	290	98,0%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Informiranost)	da	41	13,9%
	ne	255	86,1%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	6	2,0%
	ne	290	98,0%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Povjerenje u izvor informacija)	da	3	1,0%
	ne	293	99,0%
	Ukupno	296	100,0%
24 sata (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	188	63,5%
	ne	108	36,5%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	3	1,0%
	ne	293	99,0%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	0	0,0%
	ne	296	100,0%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Informiranost)	da	14	4,7%
	ne	282	95,3%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	4	1,4%
	ne	292	98,6%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Povjerenje u izvor informacija)	da	2	0,7%
	ne	294	99,3%
	Ukupno	296	100,0%
Glas Slavonije (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	241	81,4%
	ne	55	18,6%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	20	6,8%
	ne	276	93,2%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	4	1,4%

	ne	292	98,6%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Informiranost)	da	31	10,5%
	ne	265	89,5%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	8	2,7%
	ne	288	97,3%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Povjerenje u izvor informacija)	da	12	4,1%
	ne	284	95,9%
	Ukupno	296	100,0%
Novi list (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	213	72,0%
	ne	83	28,0%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	7	2,4%
	ne	289	97,6%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	5	1,7%
	ne	291	98,3%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Informiranost)	da	25	8,4%
	ne	271	91,6%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	4	1,4%
	ne	292	98,6%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Povjerenje u izvor informacija)	da	8	2,7%
	ne	288	97,3%
	Ukupno	296	100,0%
Poslovni dnevnik (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	227	76,7%
	ne	69	23,3%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Tiskani materijal (tehnološki aspekt))	da	14	4,7%
	ne	282	95,3%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Vjerodostojnost plaćenog sadržaja)	da	3	1,0%
	ne	293	99,0%

	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Informiranost)	da	24	8,1%
	ne	272	91,9%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.))	da	5	1,7%
	ne	291	98,3%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Povjerenje u izvor informacija)	da	5	1,7%
	ne	291	98,3%
	Ukupno	296	100,0%
Slobodna Dalmacija (Ne čitam ovaj sadržaj)	da	219	74,0%
	ne	77	26,0%
	Ukupno	296	100,0%

Tablica 17: Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine

U oba slučaja nije uočena značajnost varijable društveno odgovornog poslovanja (DOP) (ekološke i socijalno osjetljive teme, itd.) u odabiru specifičnog medijskog sadržaja, pokazujući pritom slabu povezanost između načina poslovanja novinskih organizacija i čitalačkih navika ispitanika. Ipak, za potrebe ovog istraživanja i za potrebe daljnje analize, izdvojit će se rezultati za *Jutarnji list* koji, prema mišljenju ispitanika, ukupno ima nešto višu vrijednost odgovora za pitanje o upotrebi DOP-a u poslovanju digitalnih sadržaja (*slika 15*).



Slika 15: Prikaz odgovora DA za pitanje: Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine: Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme itd.) na temelju tablice 17.

4.4 Preferencije ispitanika u odnosu na njihove sociodemografske karakteristike

Kako bi se detaljnije promotriale preferencije ispitanika s obzirom na njihove sociodemografske karakteristike, dalje se analiziraju karakteristike ispitanika u odnosu na ekološki svjetonazor i čitalačke navike. Testiranje je provedeno putem Kruskal Wallis testa i Mann-Whitney U testa koji prikazuje karakteristike ispitanika u odnosu na faktore slaganje/neslaganje te u odnosu na čitalačke navike. Dakle, u nastavku se ispituju veze između promatranih anketnih pitanja i sociodemografskih karakteristika dobne grupe, roda, stupnja obrazovanja, osobnog mjesečnog dohotka, statusa zaposlenja te mjesta i regije stanovanja ispitanika. Vodeći se time, u *tablici 18* vidljivi su rangovi odnosa za promatrana pitanja i sociodemografski rezultati za dobnu grupu ispitanika.

	Zaokružite dobnu skupinu kojoj pripadate, prema navršenim godinama starosti	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	18-34	182	141,60
	35-49	76	142,40
	50-64	11	132,95
	65 i više	11	116,68
	Ukupno	280	
Neslaganje	18-34	182	137,76
	35-49	76	135,93
	50-64	11	188,36
	65 i više	11	169,55
	Ukupno	280	
Koliko često čitate novine online	18-34	174	147,44
	35-49	74	110,06
	50-64	10	87,30
	65 i više	9	122,89
	Ukupno	267	
Koliko često čitate tiskane novine	18-34	174	147,37
	35-49	74	114,93
	50-64	10	83,10
	65 i više	9	88,83
	Ukupno	267	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	18-34	173	151,05
	35-49	74	103,47
	50-64	10	84,75
	65 i više	8	76,06
	Ukupno	265	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	18-34	171	147,08
	35-49	72	96,30
	50-64	9	100,50
	65 i više	8	117,69
	Ukupno	260	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	18-34	171	127,53
	35-49	71	135,52
	50-64	9	104,61

	65 i više	7	148,64
	Ukupno	258	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	18-34	170	135,14
	35-49	71	122,74
	50-64	9	62,83
	65 i više	7	128,57
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	18-34	170	130,26
	35-49	71	136,58
	50-64	9	72,83
	65 i više	7	93,64
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	18-34	171	147,10
	35-49	72	98,88
	50-64	9	54,22
	65 i više	7	129,79
	Ukupno	259	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	18-34	170	137,15
	35-49	73	121,12
	50-64	9	85,67
	65 i više	7	106,00
	Ukupno	259	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	18-34	173	145,90
	35-49	74	111,22
	50-64	10	102,30
	65 i više	8	93,88
	Ukupno	265	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	18-34	173	141,01
	35-49	73	114,83
	50-64	8	99,88
	65 i više	7	87,86
	Ukupno	261	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	18-34	171	130,99
	35-49	72	127,58
	50-64	8	120,25
	65 i više	6	101,00
	Ukupno	257	

Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	18-34	170	132,51
	35-49	72	122,60
	50-64	8	89,94
	65 i više	6	137,00
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	18-34	170	128,90
	35-49	71	130,18
	50-64	8	111,06
	65 i više	7	121,64
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	18-34	169	139,26
	35-49	73	111,96
	50-64	9	76,11
	65 i više	6	126,67
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	18-34	171	137,51
	35-49	72	114,21
	50-64	8	107,69
	65 i više	6	92,25
	Ukupno	257	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	18-34	173	131,32
	35-49	74	130,64
	50-64	10	174,35
	65 i više	8	139,56
	Ukupno	265	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	18-34	172	131,56
	35-49	73	128,02
	50-64	9	159,28
	65 i više	7	111,93
	Ukupno	261	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	18-34	172	128,79
	35-49	73	131,37
	50-64	9	189,89
	65 i više	6	79,83
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	18-34	169	129,70
	35-49	73	124,47

	50-64	8	159,94
	65 i više	6	101,75
	Ukupno	256	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	18-34	171	132,93
	35-49	73	117,56
	50-64	9	168,39
	65 i više	7	157,36
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	18-34	170	124,04
	35-49	74	138,06
	50-64	9	192,67
	65 i više	6	105,33
	Ukupno	259	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	18-34	171	130,64
	35-49	73	122,95
	50-64	8	162,94
	65 i više	6	132,17
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	18-34	172	136,38
	35-49	74	123,17
	50-64	9	128,61
	65 i više	8	123,25
	Ukupno	263	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	18-34	172	135,85
	35-49	74	121,66
	50-64	8	132,19
	65 i više	7	109,07
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	18-34	171	133,47
	35-49	73	124,49
	50-64	8	135,13
	65 i više	6	69,67
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	18-34	172	135,56
	35-49	73	121,08
	50-64	8	129,06
	65 i više	6	80,50

	Ukupno	259	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	18-34	172	136,74
	35-49	73	118,65
	50-64	8	113,44
	65 i više	7	120,21
	Ukupno	260	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	18-34	172	133,87
	35-49	74	122,30
	50-64	9	168,22
	65 i više	6	100,33
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	18-34	172	135,56
	35-49	73	121,47
	50-64	8	98,00
	65 i više	6	117,17
	Ukupno	259	

Tablica 18: Rangovi prema dobnim skupinama ispitanika

Promatrani parametri dalje se testiraju putem Kruskal Wallis testa kako bi se ustanovila statistička razlika u odgovorima za dobnu skupinu (*tablica 19*).

	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Slaganje	1,133	3	,769
Neslaganje	5,759	3	,124
Koliko često čitate novine online	17,972	3	,000
Koliko često čitate tiskane novine	21,419	3	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	32,129	3	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	28,419	3	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	2,330	3	,507
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	24,838	3	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	10,529	3	,015
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	41,163	3	,000

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	8,656	3	,034
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	18,129	3	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	13,102	3	,004
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	1,500	3	,682
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	17,221	3	,001
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	1,077	3	,783
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	31,307	3	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	15,240	3	,002
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	3,731	3	,292
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	2,211	3	,530
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	9,506	3	,023
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	4,050	3	,256
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	7,260	3	,064
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	12,227	3	,007
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	3,191	3	,363
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	2,755	3	,431
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	4,248	3	,236
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	7,523	3	,057

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	9,032	3	,029
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	6,360	3	,095
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	9,086	3	,028
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	6,923	3	,074

Tablica 19: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite dobnu skupinu kojoj pripadate, prema navršenim godinama starosti

Pogleda li se vrijednost analizirane signifikantnosti za pitanja *Koliko često čitate novine online, Koliko često čitate tiskane novine, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.):* može se uočiti da p za *Poslovni dnevnik* iznosi manje od 5 % $p < 0,05$ dakle može se zaključiti, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na *dob ispitanika*. Pri tome se na *tablici 19* može uočiti kako su rangovi u odnosu na promatrana pitanja uglavnom viši (vrijednost odgovora je veća) kod mlađih ispitanika.

Nadalje, u *tablici 20* prikazani su rangovi odnosa za promatrana pitanja i sociodemografske pokazatelje, s obzirom na rod ispitanika.

	Zaokružite Vaš rod	N	Aritmetička sredina rangova	Suma rangova
Slaganje	Ženski	187	148,03	27682,00
	Muški	91	121,97	11099,00
	Ukupno	278		
Neslaganje	Ženski	187	126,35	23628,00
	Muški	91	166,52	15153,00
	Ukupno	278		
Koliko često čitate novine online	Ženski	177	136,58	24175,50
	Muški	88	125,79	11069,50
	Ukupno	265		
Koliko često čitate tiskane novine	Ženski	177	137,46	24330,00
	Muški	88	124,03	10915,00
	Ukupno	265		
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	Ženski	176	133,01	23409,00
	Muški	87	129,97	11307,00
	Ukupno	263		
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	Ženski	172	127,47	21924,50
	Muški	86	133,56	11486,50
	Ukupno	258		
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	Ženski	171	118,33	20235,00
	Muški	85	148,95	12661,00
	Ukupno	256		
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	Ženski	170	126,79	21554,50
	Muški	85	130,42	11085,50
	Ukupno	255		
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	Ženski	170	123,60	21012,00
	Muški	85	136,80	11628,00
	Ukupno	255		
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	Ženski	172	134,57	23146,00
	Muški	85	117,73	10007,00
	Ukupno	257		
	Ženski	172	123,87	21305,50

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	Muški	85	139,38	11847,50
	Ukupno	257		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	Ženski	176	134,59	23688,50
	Muški	87	126,75	11027,50
	Ukupno	263		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	Ženski	173	128,50	22231,00
	Muški	86	133,01	11439,00
	Ukupno	259		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	Ženski	171	123,56	21129,00
	Muški	84	137,04	11511,00
	Ukupno	255		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	Ženski	170	129,26	21973,50
	Muški	84	123,95	10411,50
	Ukupno	254		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	Ženski	171	126,55	21640,50
	Muški	83	129,45	10744,50
	Ukupno	254		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	Ženski	171	135,19	23118,00
	Muški	84	113,36	9522,00
	Ukupno	255		
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	Ženski	171	129,46	22138,50
	Muški	84	125,02	10501,50
	Ukupno	255		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	Ženski	176	136,39	24004,50
	Muški	87	123,12	10711,50
	Ukupno	263		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	Ženski	172	132,84	22848,00
	Muški	87	124,39	10822,00
	Ukupno	259		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	Ženski	173	128,05	22153,00
	Muški	85	132,45	11258,00
	Ukupno	258		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	Ženski	170	128,38	21824,50
	Muški	84	125,72	10560,50
	Ukupno	254		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	Ženski	173	134,47	23264,00
	Muški	85	119,38	10147,00

	Ukupno	258		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	Ženski	172	128,73	22141,50
	Muški	85	129,55	11011,50
	Ukupno	257		
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	Ženski	172	134,10	23066,00
	Muški	84	117,02	9830,00
	Ukupno	256		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	Ženski	175	133,83	23420,50
	Muški	86	125,24	10770,50
	Ukupno	261		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	Ženski	173	130,58	22591,00
	Muški	86	128,83	11079,00
	Ukupno	259		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	Ženski	172	129,99	22359,00
	Muški	84	125,44	10537,00
	Ukupno	256		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	Ženski	173	131,45	22740,50
	Muški	84	123,96	10412,50
	Ukupno	257		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	Ženski	174	133,54	23236,50
	Muški	84	121,13	10174,50
	Ukupno	258		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	Ženski	173	132,58	22937,00
	Muški	86	124,80	10733,00
	Ukupno	259		
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	Ženski	173	132,21	22873,00
	Muški	84	122,38	10280,00
	Ukupno	257		

Tablica 20: Rangovi prema rodu ispitanika

Promatrani parametri dalje se testiraju putem Mann-Whitney U testa, kako bi se ustanovila statistička razlika u odgovorima za rodno opredjeljenje (*tablica 21*).

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2- tailed)
Slaganje	6913,000	11099,000	-2,548	,011
Neslaganje	6050,000	23628,000	-3,926	,000
Koliko često čitate novine online	7153,500	11069,500	-1,138	,255
Koliko često čitate tiskane novine	6999,000	10915,000	-1,503	,133
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	7479,000	11307,000	-,321	,748
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	7046,500	21924,500	-,661	,508
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	5529,000	20235,000	-3,325	,001
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	7019,500	21554,500	-,620	,535
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	6477,000	21012,000	-1,592	,111
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	6352,000	10007,000	-1,980	,048
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	6427,500	21305,500	-1,821	,069
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	7199,500	11027,500	-,876	,381
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	7180,000	22231,000	-,520	,603
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	6423,000	21129,000	-1,590	,112
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	6841,500	10411,500	-1,251	,211
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	6934,500	21640,500	-,413	,679
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	5952,000	9522,000	-3,635	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	6931,500	10501,500	-,656	,512

Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	6883,500	10711,500	-1,455	,146
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	6994,000	10822,000	-,942	,346
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	7102,000	22153,000	-,472	,637
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	6990,500	10560,500	-,347	,728
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	6492,000	10147,000	-1,753	,080
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	7263,500	22141,500	-,097	,922
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	6260,000	9830,000	-2,082	,037
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	7029,500	10770,500	-1,105	,269
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	7338,000	11079,000	-,236	,814
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	6967,000	10537,000	-,585	,559
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	6842,500	10412,500	-1,066	,287
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	6604,500	10174,500	-1,684	,092
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	6992,000	10733,000	-1,135	,256
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	6710,000	10280,000	-1,399	,162

Tablica 21: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite Vaš rod

Pogleda li se vrijednost signifikantnosti za *Slaganje, Neslaganje, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija* vidljivo je da p iznosi manje od 5 % $p < 0,05$, pa je moguće zaključiti, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na rod *ispitanika*. Pri tome se na *tablici 21* može uočiti kako su rangovi za promatrana pitanja viši (vrijednost odgovora je veća) kod slaganja za ženske ispitanike, dok su rangovi kod neslaganja viši za muške.

Kada se promotre rezultati za odnos promatranih pitanja i sociodemografske pokazatelja, s obzirom na stupanj obrazovanja, ponovno se može uočiti statistički značajna razlika (*tablica 22*).

	Zaokružite Vaš najviši stupanj obrazovanja	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	Osnovna škola	2	34,00
	Srednja škola	78	136,62
	Preddiplomski studij	77	153,01
	Diplomski studij	101	134,00
	Poslijediplomski studij	17	147,71
	Profesor	5	158,00
	Ukupno	280	
Neslaganje	Osnovna škola	2	136,50
	Srednja škola	78	137,52
	Preddiplomski studij	77	133,11
	Diplomski studij	101	148,21
	Poslijediplomski studij	17	141,88
	Profesor	5	141,90
	Ukupno	280	
Koliko često čitate novine online	Osnovna škola	2	73,25
	Srednja škola	75	156,29
	Preddiplomski studij	74	146,32
	Diplomski studij	95	112,19
	Poslijediplomski studij	16	106,31
	Profesor	5	144,50

	Ukupno	267	
Koliko često čitate tiskane novine	Osnovna škola	2	51,50
	Srednja škola	75	143,43
	Preddiplomski studij	74	153,20
	Diplomski studij	95	122,34
	Poslijediplomski studij	16	103,31
	Profesor	5	61,10
	Ukupno	267	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	Osnovna škola	2	75,50
	Srednja škola	75	159,23
	Preddiplomski studij	73	142,98
	Diplomski studij	94	111,99
	Poslijediplomski studij	16	103,38
	Profesor	5	106,60
	Ukupno	265	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	Osnovna škola	2	59,25
	Srednja škola	74	141,78
	Preddiplomski studij	71	139,84
	Diplomski studij	92	122,29
	Poslijediplomski studij	16	100,56
	Profesor	5	106,40
	Ukupno	260	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	Osnovna škola	2	20,75
	Srednja škola	74	119,13
	Preddiplomski studij	70	134,12
	Diplomski studij	92	132,20
	Poslijediplomski studij	15	156,30
	Profesor	5	131,70
	Ukupno	258	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	Osnovna škola	2	74,50
	Srednja škola	74	137,81
	Preddiplomski studij	69	133,54
	Diplomski studij	92	121,54
	Poslijediplomski studij	15	129,77
	Profesor	5	92,60
	Ukupno	257	
	Osnovna škola	2	89,25

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	Srednja škola	74	123,17
	Preddiplomski studij	70	130,51
	Diplomski studij	92	131,45
	Poslijediplomski studij	15	136,50
	Profesor	4	145,88
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	Osnovna škola	2	91,50
	Srednja škola	75	151,17
	Preddiplomski studij	70	140,38
	Diplomski studij	92	108,54
	Poslijediplomski studij	15	122,27
	Profesor	5	100,60
	Ukupno	259	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	Osnovna škola	2	92,00
	Srednja škola	75	143,69
	Preddiplomski studij	69	128,99
	Diplomski studij	93	121,64
	Poslijediplomski studij	15	122,03
	Profesor	5	133,10
	Ukupno	259	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	Osnovna škola	2	98,50
	Srednja škola	75	154,15
	Preddiplomski studij	73	143,60
	Diplomski studij	94	117,33
	Poslijediplomski studij	16	89,19
	Profesor	5	109,70
	Ukupno	265	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	Osnovna škola	2	12,25
	Srednja škola	75	142,40
	Preddiplomski studij	70	142,76
	Diplomski studij	93	122,06
	Poslijediplomski studij	16	94,78
	Profesor	5	125,10
	Ukupno	261	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	Osnovna škola	2	10,00
	Srednja škola	75	132,88
	Preddiplomski studij	69	132,63

	Diplomski studij	91	127,98
	Poslijediplomski studij	15	110,27
	Profesor	5	143,10
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	Osnovna škola	2	69,50
	Srednja škola	74	137,00
	Preddiplomski studij	69	131,41
	Diplomski studij	91	121,65
	Poslijediplomski studij	15	128,63
	Profesor	5	110,50
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	Osnovna škola	1	3,50
	Srednja škola	75	126,59
	Preddiplomski studij	70	131,16
	Diplomski studij	90	128,67
	Poslijediplomski studij	15	123,90
	Profesor	5	155,50
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	Osnovna škola	2	74,50
	Srednja škola	74	144,12
	Preddiplomski studij	69	140,00
	Diplomski studij	91	112,58
	Poslijediplomski studij	16	121,66
	Profesor	5	97,50
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	Osnovna škola	2	78,25
	Srednja škola	75	149,06
	Preddiplomski studij	69	130,38
	Diplomski studij	91	114,08
	Poslijediplomski studij	15	119,53
	Profesor	5	129,30
	Ukupno	257	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	Osnovna škola	2	72,25
	Srednja škola	75	130,93
	Preddiplomski studij	73	139,38
	Diplomski studij	94	129,36
	Poslijediplomski studij	16	149,66

	Profesor	5	110,30
	Ukupno	265	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	Osnovna škola	2	12,50
	Srednja škola	74	137,55
	Preddiplomski studij	69	132,59
	Diplomski studij	95	128,93
	Poslijediplomski studij	16	133,06
	Profesor	5	92,20
	Ukupno	261	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	Osnovna škola	2	53,75
	Srednja škola	75	137,07
	Preddiplomski studij	70	130,13
	Diplomski studij	93	130,07
	Poslijediplomski studij	15	125,40
	Profesor	5	91,20
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	Osnovna škola	2	12,50
	Srednja škola	74	129,16
	Preddiplomski studij	69	122,92
	Diplomski studij	91	135,91
	Poslijediplomski studij	15	124,40
	Profesor	5	119,60
	Ukupno	256	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	Osnovna škola	2	13,00
	Srednja škola	75	134,68
	Preddiplomski studij	71	131,66
	Diplomski studij	92	131,57
	Poslijediplomski studij	15	126,53
	Profesor	5	90,60
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	Osnovna škola	2	11,50
	Srednja škola	74	123,38
	Preddiplomski studij	69	118,43
	Diplomski studij	93	146,13
	Poslijediplomski studij	16	132,69
	Profesor	5	126,40
	Ukupno	259	

Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	Osnovna škola	2	77,25
	Srednja škola	75	129,99
	Preddiplomski studij	69	129,12
	Diplomski studij	92	134,36
	Poslijediplomski studij	15	117,33
	Profesor	5	95,40
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	Osnovna škola	2	130,25
	Srednja škola	75	136,61
	Preddiplomski studij	72	138,27
	Diplomski studij	93	124,89
	Poslijediplomski studij	16	135,34
	Profesor	5	94,80
	Ukupno	263	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	Osnovna škola	2	132,25
	Srednja škola	75	141,71
	Preddiplomski studij	69	134,91
	Diplomski studij	94	120,48
	Poslijediplomski studij	16	135,34
	Profesor	5	99,80
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	Osnovna škola	2	131,75
	Srednja škola	75	144,61
	Preddiplomski studij	69	128,30
	Diplomski studij	92	121,73
	Poslijediplomski studij	15	122,93
	Profesor	5	81,30
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	Osnovna škola	2	9,00
	Srednja škola	75	142,61
	Preddiplomski studij	70	131,81
	Diplomski studij	92	121,54
	Poslijediplomski studij	15	129,93
	Profesor	5	119,80
	Ukupno	259	
	Osnovna škola	2	20,25
	Srednja škola	75	141,43

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	Preddiplomski studij	71	138,58
	Diplomski studij	92	120,11
	Poslijediplomski studij	15	127,93
	Profesor	5	94,80
	Ukupno	260	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	Osnovna škola	2	78,00
	Srednja škola	75	137,32
	Preddiplomski studij	70	132,97
	Diplomski studij	93	127,43
	Poslijediplomski studij	16	131,06
	Profesor	5	96,00
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	Osnovna škola	2	77,75
	Srednja škola	75	138,40
	Preddiplomski studij	70	134,73
	Diplomski studij	92	122,82
	Poslijediplomski studij	15	128,23
	Profesor	5	96,20
	Ukupno	259	

Tablica 22: Rangovi prema stupnju obrazovanja

Promatrani rangovi dalje se testiraju putem Kruskal Wallis testa, kako bi se pritom ustanovila statistička razlika u odgovorima za stupanj obrazovanja (*tablica 23*).

	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Slaganje	6,553	5	,256
Neslaganje	1,689	5	,890
Koliko često čitate novine online	21,150	5	,001
Koliko često čitate tiskane novine	21,378	5	,001
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	23,518	5	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	9,943	5	,077
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	9,125	5	,104
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	12,708	5	,026
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	2,124	5	,832

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	22,011	5	,001
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	5,870	5	,319
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	21,316	5	,001
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	17,459	5	,004
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	8,970	5	,110
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	18,401	5	,002
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	7,339	5	,197
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	30,022	5	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	21,800	5	,001
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	3,850	5	,571
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	8,350	5	,138
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	4,614	5	,465
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	10,325	5	,067
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	8,684	5	,122
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	15,932	5	,007
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	4,056	5	,541
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	4,568	5	,471
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	7,722	5	,172

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	10,039	5	,074
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	16,968	5	,005
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	17,255	5	,004
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	5,856	5	,321
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	7,982	5	,157

Tablica 23: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite najviši stupanj obrazovanja

Pogleda li se vrijednost signifikantnosti za analizirana pitanja *Koliko često čitate novine online, Koliko često čitate tiskane novine, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.):* može se uočiti kako p za *Novi list* iznosi manje od 5 % $p < 0,05$, pa se može zaključiti, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na *stupanj obrazovanja ispitanika*. Pri tome se na *tablici 23* može uočiti kako su rangovi viši (vrijednost odgovora je veća) kod ispitanika s nižim obrazovanjem za čitanje online novina, dok su rangovi kod tiskanih novina viši za ispitanike s višim obrazovanjem.

Kada promotrimo sociodemografske rezultate za osobni mjesečni dohodak, u odnosu na promatrana pitanja, može se uočiti statistički značajna razlika za pojedine rangove (*tablica 24*).

	Zaokružite Vaš osobni mjesečni dohodak	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	manje od 5 000 HRK	54	148,16
	5 001 – 8 000 HRK	50	135,76
	8 001 – 10 000 HRK	35	158,39
	10 001 – 13 000 HRK	31	122,95
	13 001 – 15 000 HRK	14	158,89
	Više od 15 000 HRK	31	127,61
	Nemam mjesečni dohodak	65	138,71
	Ukupno	280	
Neslaganje	manje od 5 000 HRK	54	123,17
	5 001 – 8 000 HRK	50	141,45
	8 001 – 10 000 HRK	35	141,36
	10 001 – 13 000 HRK	31	164,74
	13 001 – 15 000 HRK	14	132,96
	Više od 15 000 HRK	31	153,42
	Nemam mjesečni dohodak	65	137,61
	Ukupno	280	
Koliko često čitate novine online	manje od 5 000 HRK	50	142,31
	5 001 – 8 000 HRK	47	128,54
	8 001 – 10 000 HRK	34	103,75
	10 001 – 13 000 HRK	28	128,23
	13 001 – 15 000 HRK	14	122,96
	Više od 15 000 HRK	31	104,18
	Nemam mjesečni dohodak	63	167,49
	Ukupno	267	
Koliko često čitate tiskane novine	manje od 5 000 HRK	50	140,46
	5 001 – 8 000 HRK	47	122,88
	8 001 – 10 000 HRK	34	111,43
	10 001 – 13 000 HRK	28	119,59
	13 001 – 15 000 HRK	14	133,64
	Više od 15 000 HRK	31	130,42
	Nemam mjesečni dohodak	63	157,60

	Ukupno	267	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	manje od 5 000 HRK	49	150,10
	5 001 – 8 000 HRK	46	126,98
	8 001 – 10 000 HRK	34	102,79
	10 001 – 13 000 HRK	28	120,96
	13 001 – 15 000 HRK	14	100,68
	Više od 15 000 HRK	31	108,92
	Nemam mjesečni dohodak	63	164,78
	Ukupno	265	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	manje od 5 000 HRK	49	138,31
	5 001 – 8 000 HRK	46	131,09
	8 001 – 10 000 HRK	31	102,68
	10 001 – 13 000 HRK	28	113,54
	13 001 – 15 000 HRK	13	90,04
	Više od 15 000 HRK	31	124,15
	Nemam mjesečni dohodak	62	157,13
	Ukupno	260	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	manje od 5 000 HRK	47	126,61
	5 001 – 8 000 HRK	46	122,21
	8 001 – 10 000 HRK	31	127,65
	10 001 – 13 000 HRK	28	137,50
	13 001 – 15 000 HRK	13	135,65
	Više od 15 000 HRK	30	150,62
	Nemam mjesečni dohodak	63	123,02
	Ukupno	258	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	manje od 5 000 HRK	46	137,91
	5 001 – 8 000 HRK	46	129,39
	8 001 – 10 000 HRK	31	134,35
	10 001 – 13 000 HRK	28	105,50
	13 001 – 15 000 HRK	13	135,42
	Više od 15 000 HRK	30	125,58
	Nemam mjesečni dohodak	63	130,32
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	manje od 5 000 HRK	46	121,68
	5 001 – 8 000 HRK	46	149,32
	8 001 – 10 000 HRK	31	138,18
	10 001 – 13 000 HRK	28	119,36

	13 001 – 15 000 HRK	13	156,69
	Više od 15 000 HRK	30	137,52
	Nemam mjesečni dohodak	63	109,51
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	manje od 5 000 HRK	47	148,11
	5 001 – 8 000 HRK	47	113,34
	8 001 – 10 000 HRK	32	98,89
	10 001 – 13 000 HRK	28	115,55
	13 001 – 15 000 HRK	13	100,96
	Više od 15 000 HRK	29	103,02
	Nemam mjesečni dohodak	63	169,56
	Ukupno	259	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	manje od 5 000 HRK	47	131,88
	5 001 – 8 000 HRK	46	126,91
	8 001 – 10 000 HRK	32	138,28
	10 001 – 13 000 HRK	28	111,93
	13 001 – 15 000 HRK	13	122,15
	Više od 15 000 HRK	30	136,30
	Nemam mjesečni dohodak	63	133,29
	Ukupno	259	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	manje od 5 000 HRK	48	144,77
	5 001 – 8 000 HRK	47	125,35
	8 001 – 10 000 HRK	34	109,62
	10 001 – 13 000 HRK	28	132,77
	13 001 – 15 000 HRK	14	115,89
	Više od 15 000 HRK	31	115,52
	Nemam mjesečni dohodak	63	154,87
	Ukupno	265	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	manje od 5 000 HRK	49	136,47
	5 001 – 8 000 HRK	44	131,39
	8 001 – 10 000 HRK	33	114,91
	10 001 – 13 000 HRK	28	116,64
	13 001 – 15 000 HRK	13	118,31
	Više od 15 000 HRK	31	123,16
	Nemam mjesečni dohodak	63	147,76
	Ukupno	261	
	manje od 5 000 HRK	47	134,44

Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	5 001 – 8 000 HRK	44	116,60
	8 001 – 10 000 HRK	32	127,80
	10 001 – 13 000 HRK	28	133,84
	13 001 – 15 000 HRK	13	135,38
	Više od 15 000 HRK	30	145,23
	Nemam mjesečni dohodak	63	123,02
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	manje od 5 000 HRK	47	131,26
	5 001 – 8 000 HRK	44	128,44
	8 001 – 10 000 HRK	32	129,16
	10 001 – 13 000 HRK	28	109,52
	13 001 – 15 000 HRK	13	126,81
	Više od 15 000 HRK	30	128,63
	Nemam mjesečni dohodak	62	134,98
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	manje od 5 000 HRK	47	120,86
	5 001 – 8 000 HRK	44	142,03
	8 001 – 10 000 HRK	32	132,53
	10 001 – 13 000 HRK	27	121,76
	13 001 – 15 000 HRK	13	146,38
	Više od 15 000 HRK	30	135,75
	Nemam mjesečni dohodak	63	118,44
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	manje od 5 000 HRK	47	136,41
	5 001 – 8 000 HRK	45	130,06
	8 001 – 10 000 HRK	32	116,25
	10 001 – 13 000 HRK	27	113,80
	13 001 – 15 000 HRK	13	118,65
	Više od 15 000 HRK	31	114,00
	Nemam mjesečni dohodak	62	145,48
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	manje od 5 000 HRK	47	134,41
	5 001 – 8 000 HRK	44	133,83
	8 001 – 10 000 HRK	32	123,13
	10 001 – 13 000 HRK	28	108,25
	13 001 – 15 000 HRK	13	125,50
	Više od 15 000 HRK	30	123,48

	Nemam mjesečni dohodak	63	137,14
	Ukupno	257	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	manje od 5 000 HRK	48	125,83
	5 001 – 8 000 HRK	47	142,02
	8 001 – 10 000 HRK	34	119,34
	10 001 – 13 000 HRK	28	123,54
	13 001 – 15 000 HRK	14	137,00
	Više od 15 000 HRK	31	137,68
	Nemam mjesečni dohodak	63	140,12
	Ukupno	265	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	manje od 5 000 HRK	48	130,98
	5 001 – 8 000 HRK	45	137,73
	8 001 – 10 000 HRK	34	120,25
	10 001 – 13 000 HRK	28	135,38
	13 001 – 15 000 HRK	13	130,23
	Više od 15 000 HRK	31	120,61
	Nemam mjesečni dohodak	62	135,40
	Ukupno	261	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	manje od 5 000 HRK	47	125,84
	5 001 – 8 000 HRK	45	129,06
	8 001 – 10 000 HRK	34	120,15
	10 001 – 13 000 HRK	28	137,48
	13 001 – 15 000 HRK	13	131,31
	Više od 15 000 HRK	30	122,67
	Nemam mjesečni dohodak	63	141,06
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	manje od 5 000 HRK	47	116,70
	5 001 – 8 000 HRK	44	132,66
	8 001 – 10 000 HRK	34	115,53
	10 001 – 13 000 HRK	27	144,57
	13 001 – 15 000 HRK	13	126,92
	Više od 15 000 HRK	30	114,42
	Nemam mjesečni dohodak	61	141,97
	Ukupno	256	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	manje od 5 000 HRK	48	130,32
	5 001 – 8 000 HRK	44	127,13
	8 001 – 10 000 HRK	34	113,53

	10 001 – 13 000 HRK	28	140,32
	13 001 – 15 000 HRK	14	123,57
	Više od 15 000 HRK	30	104,55
	Nemam mjesečni dohodak	62	152,02
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	manje od 5 000 HRK	47	104,00
	5 001 – 8 000 HRK	44	140,90
	8 001 – 10 000 HRK	34	140,78
	10 001 – 13 000 HRK	28	129,89
	13 001 – 15 000 HRK	13	158,77
	Više od 15 000 HRK	31	136,85
	Nemam mjesečni dohodak	62	126,65
	Ukupno	259	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	manje od 5 000 HRK	47	127,49
	5 001 – 8 000 HRK	44	131,15
	8 001 – 10 000 HRK	34	121,72
	10 001 – 13 000 HRK	28	138,20
	13 001 – 15 000 HRK	13	121,42
	Više od 15 000 HRK	30	108,85
	Nemam mjesečni dohodak	62	141,88
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	manje od 5 000 HRK	47	137,37
	5 001 – 8 000 HRK	46	116,96
	8 001 – 10 000 HRK	34	129,93
	10 001 – 13 000 HRK	28	118,38
	13 001 – 15 000 HRK	14	134,36
	Više od 15 000 HRK	31	129,60
	Nemam mjesečni dohodak	63	146,81
	Ukupno	263	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	manje od 5 000 HRK	49	137,06
	5 001 – 8 000 HRK	44	118,94
	8 001 – 10 000 HRK	34	126,49
	10 001 – 13 000 HRK	28	120,61
	13 001 – 15 000 HRK	13	140,54
	Više od 15 000 HRK	31	117,37
	Nemam mjesečni dohodak	62	146,75
	Ukupno	261	

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	manje od 5 000 HRK	47	125,70
	5 001 – 8 000 HRK	44	123,00
	8 001 – 10 000 HRK	34	129,56
	10 001 – 13 000 HRK	28	124,30
	13 001 – 15 000 HRK	13	126,65
	Više od 15 000 HRK	30	118,98
	Nemam mjesečni dohodak	62	144,99
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	manje od 5 000 HRK	47	132,86
	5 001 – 8 000 HRK	44	115,53
	8 001 – 10 000 HRK	34	126,37
	10 001 – 13 000 HRK	28	116,57
	13 001 – 15 000 HRK	13	136,85
	Više od 15 000 HRK	30	121,75
	Nemam mjesečni dohodak	63	148,41
	Ukupno	259	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	manje od 5 000 HRK	48	135,71
	5 001 – 8 000 HRK	44	115,99
	8 001 – 10 000 HRK	34	130,19
	10 001 – 13 000 HRK	28	114,64
	13 001 – 15 000 HRK	13	125,38
	Više od 15 000 HRK	30	114,93
	Nemam mjesečni dohodak	63	152,35
	Ukupno	260	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	manje od 5 000 HRK	47	125,30
	5 001 – 8 000 HRK	45	131,00
	8 001 – 10 000 HRK	34	125,74
	10 001 – 13 000 HRK	28	120,43
	13 001 – 15 000 HRK	13	127,38
	Više od 15 000 HRK	31	129,00
	Nemam mjesečni dohodak	63	144,52
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	manje od 5 000 HRK	47	131,18
	5 001 – 8 000 HRK	44	115,47
	8 001 – 10 000 HRK	34	130,29
	10 001 – 13 000 HRK	28	119,66
	13 001 – 15 000 HRK	13	127,77

	Više od 15 000 HRK	30	125,08
	Nemam mjesečni dohodak	63	146,51
	Ukupno	259	

Tablica 24: Rangovi prema osobnom mjesečnom dohotku

Promatrani rangovi dalje se testiraju putem Kruskal Wallis testa, kako bi se ustanovila statistička razlika u odgovorima za mjesečni dohodak (*tablica 25*).

	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Slaganje	5,404	6	,493
Neslaganje	6,312	6	,389
Koliko često čitate novine online	25,417	6	,000
Koliko često čitate tiskane novine	13,923	6	,031
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	27,820	6	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	20,522	6	,002
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	4,351	6	,629
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	10,740	6	,097
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	15,919	6	,014
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	47,037	6	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	3,500	6	,744
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	15,185	6	,019
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	8,587	6	,198
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	4,775	6	,573
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	12,831	6	,046
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	8,886	6	,180
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	19,160	6	,004
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	7,952	6	,242

Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	3,913	6	,688
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	2,342	6	,886
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	2,988	6	,810
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	11,010	6	,088
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	14,565	6	,024
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	13,215	6	,040
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	7,141	6	,308
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	8,774	6	,187
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	10,475	6	,106
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	6,186	6	,403
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	13,668	6	,034
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	17,568	6	,007
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	6,297	6	,391
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	10,601	6	,102

Tablica 25: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite osobni mjesečni dohodak

Pogleda li se vrijednost signifikantnosti za sljedeća promatrana pitanja *Koliko često čitate novine online, Koliko često čitate tiskane novine, Koje od navedenih novina čitate online*

i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): može se uočiti kako p za *Novi list* iznosi manje od 5% $p < 0,05$ dakle može se zaključiti, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika za promatrana pitanja s obzirom na *osobni mjesečni dohodak*. Pri tome se na *tablici 25* može uočiti kako su rangovi viši (vrijednost odgovora je veća) kod ispitanika s nižim primanjima za čitanje online novina, dok su rangovi kod tiskanih novina viši za ispitanike s višim primanjima.

Kada promotrimo sociodemografske rezultate za mjesto stanovanja, u odnosu na promatrana pitanja, ponovno je uočena statistički značajna razlika za pojedine rangove (*tablica 26*).

	Zaokružite Vaše mjesto stanovanja	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	62	149,36
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	40	119,26
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	153,84
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	22	129,70
	naselje preko 200 000 stanovnika	140	142,81
	Ukupno	280	
Neslaganje	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	62	142,37
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	40	140,75
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	122,16

	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	22	142,34
	naselje preko 200 000 stanovnika	140	141,41
	Ukupno	280	
Koliko često čitate novine online	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	61	143,43
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	38	150,89
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	149,81
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	139,15
	naselje preko 200 000 stanovnika	132	122,08
	Ukupno	267	
Koliko često čitate tiskane novine	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	61	141,52
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	38	140,38
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	134,06
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	161,13
	naselje preko 200 000 stanovnika	132	124,57
	Ukupno	267	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	60	149,08
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	38	157,34
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	15	155,77
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	149,98
	naselje preko 200 000 stanovnika	132	113,52
	Ukupno	265	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	146,99
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	128,88
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	146,66
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	151,38
	naselje preko 200 000 stanovnika	129	118,31
	Ukupno	260	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	59	100,53
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	35	133,34

	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	157,56
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	123,20
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	139,28
	Ukupno	258	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	126,17
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	35	142,91
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	113,97
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	120,48
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	129,69
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	59	106,14
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	35	155,59
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	143,31
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	85,73
	naselje preko 200 000 stanovnika	127	137,31
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	57	154,60
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	145,89
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	144,69
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	145,18
	naselje preko 200 000 stanovnika	129	110,40
	Ukupno	259	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	130,26
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	121,64
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	140,50
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	134,28
	naselje preko 200 000 stanovnika	129	130,25
	Ukupno	259	

Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	60	145,82
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	38	143,51
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	146,66
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	155,82
	naselje preko 200 000 stanovnika	131	118,92
	Ukupno	265	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	138,74
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	131,66
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	137,81
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	158,55
	naselje preko 200 000 stanovnika	130	122,28
	Ukupno	261	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	112,44
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	131,18
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	139,03
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	146,82
	naselje preko 200 000 stanovnika	127	131,87
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	130,18
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	137,00
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	113,03
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	19	130,39
	naselje preko 200 000 stanovnika	127	126,99
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	111,31
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	145,63
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	139,19
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	91,45

	naselje preko 200 000 stanovnika	126	136,04
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	57	138,36
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	147,50
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	131,88
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	147,50
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	116,38
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	136,48
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	124,36
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	137,13
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	147,82
	naselje preko 200 000 stanovnika	127	122,91
	Ukupno	257	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	60	140,07
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	38	126,43
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	137,09
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	151,65
	naselje preko 200 000 stanovnika	131	128,32
	Ukupno	265	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	57	131,82
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	36	139,83
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	136,72
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	146,70
	naselje preko 200 000 stanovnika	132	125,17
	Ukupno	261	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	133,81
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	153,85
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	97,06

	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	128,40
	naselje preko 200 000 stanovnika	129	126,79
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	56	133,96
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	127,70
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	124,19
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	19	153,26
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	123,20
	Ukupno	256	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	59	148,38
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	118,58
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	119,44
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	166,08
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	121,53
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	56	124,13
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	117,65
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	133,66
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	133,65
	naselje preko 200 000 stanovnika	130	135,03
	Ukupno	259	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	57	136,46
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	130,41
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	125,13
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	146,90
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	123,97
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	59	145,12
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	38	134,42

(briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	135,34
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	142,28
	naselje preko 200 000 stanovnika	130	123,35
	Ukupno	263	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	57	140,23
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	141,05
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	141,84
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	148,38
	naselje preko 200 000 stanovnika	131	120,17
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	57	143,23
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	144,20
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	124,94
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	126,30
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	120,21
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	144,10
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	134,35
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	131,59
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	150,82
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	118,90
	Ukupno	259	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	59	147,38
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	137,46
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	121,91
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	148,13
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	119,03
	Ukupno	260	

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	136,19
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	136,70
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	130,81
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	150,90
	naselje preko 200 000 stanovnika	130	124,02
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	58	136,47
	naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	37	140,64
	naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	16	124,16
	naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	20	156,57
	naselje preko 200 000 stanovnika	128	120,57
	Ukupno	259	

Tablica 26: Rangovi prema mjestu stanovanja

Promatrani rangovi dalje se testiraju putem Kruskal Wallis testa, kako bi se ustanovila statistička razlika u odgovorima za mjesto stanovanja (*tablica 27*).

	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Slaganje	4,473	4	,346
Neslaganje	,891	4	,926
Koliko često čitate novine online	7,349	4	,119
Koliko često čitate tiskane novine	6,586	4	,159
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	19,199	4	,001
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	9,686	4	,046
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	15,493	4	,004
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	6,323	4	,176
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	26,661	4	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	24,356	4	,000

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	1,115	4	,892
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	11,318	4	,023
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	6,711	4	,152
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	6,130	4	,190
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	6,810	4	,146
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	23,122	4	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	21,789	4	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	6,448	4	,168
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	2,998	4	,558
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	2,708	4	,608
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	8,084	4	,089
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	5,122	4	,275
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	14,356	4	,006
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	2,783	4	,595
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	3,377	4	,497
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	6,303	4	,178
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	9,756	4	,045
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	8,689	4	,069

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	12,839	4	,012
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	13,613	4	,009
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	6,152	4	,188
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	11,419	4	,022

Tablica 27: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite Vaše mjesto stanovanja

Pogleda li se vrijednost signifikantnosti za sljedeća promatrana pitanja *Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.):* može se uočiti kako p za *Slobodnu Dalmaciju* iznosi manje od 5 % $p < 0,05$ dakle može se reći, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na *mjesto stanovanja ispitanika*. Pri tome se na *tablici 27* može uočiti kako su rangovi viši (vrijednost odgovora je veća) kod ispitanika koji žive u naseljima preko 200 000 stanovnika.

Kada promotrimo sociodemografske rezultate za status zaposlenja, u odnosu na promatrana pitanja, ponovno je uočena statistički značajna razlika za pojedine rangove (*tablica 28*).

	Status zaposlenja	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	Bez radnog iskustva	12	146,63
	Zaposlen/a	166	138,58
	Nezaposlen/a	7	103,29
	Škola/studij	84	149,65
	Umirovljenik	11	116,68
	Ukupno	280	
Neslaganje	Bez radnog iskustva	12	149,96
	Zaposlen/a	166	144,69
	Nezaposlen/a	7	170,64
	Škola/studij	84	124,55
	Umirovljenik	11	169,55
	Ukupno	280	
Koliko često čitate novine online	Bez radnog iskustva	11	165,86
	Zaposlen/a	161	120,40
	Nezaposlen/a	6	131,25
	Škola/studij	80	157,82
	Umirovljenik	9	128,44
	Ukupno	267	
Koliko često čitate tiskane novine	Bez radnog iskustva	11	146,36
	Zaposlen/a	161	124,97
	Nezaposlen/a	6	112,00
	Škola/studij	80	157,20
	Umirovljenik	9	88,83
	Ukupno	267	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	Bez radnog iskustva	11	157,05
	Zaposlen/a	160	119,97
	Nezaposlen/a	6	127,00
	Škola/studij	80	160,82
	Umirovljenik	8	86,81
	Ukupno	265	
	Bez radnog iskustva	10	155,25

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	Zaposlen/a	156	120,89
	Nezaposlen/a	6	116,42
	Škola/studij	80	148,49
	Umirovljenik	8	117,69
	Ukupno	260	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	Bez radnog iskustva	11	95,73
	Zaposlen/a	154	133,86
	Nezaposlen/a	6	82,50
	Škola/studij	80	128,84
	Umirovljenik	7	134,43
	Ukupno	258	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	Bez radnog iskustva	11	133,68
	Zaposlen/a	154	126,36
	Nezaposlen/a	6	125,58
	Škola/studij	79	135,38
	Umirovljenik	7	110,64
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	Bez radnog iskustva	11	163,77
	Zaposlen/a	154	142,54
	Nezaposlen/a	6	85,33
	Škola/studij	79	104,22
	Umirovljenik	7	93,64
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	Bez radnog iskustva	11	168,95
	Zaposlen/a	156	111,89
	Nezaposlen/a	6	94,42
	Škola/studij	79	164,52
	Umirovljenik	7	113,21
	Ukupno	259	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	Bez radnog iskustva	11	148,18
	Zaposlen/a	156	132,20
	Nezaposlen/a	6	73,83
	Škola/studij	79	128,01
	Umirovljenik	7	122,93
	Ukupno	259	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	Bez radnog iskustva	11	161,68
	Zaposlen/a	160	122,28

	Nezaposlen/a	6	107,92
	Škola/studij	80	156,30
	Umirovljenik	8	93,88
	Ukupno	265	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	Bez radnog iskustva	11	152,64
	Zaposlen/a	157	122,03
	Nezaposlen/a	6	80,00
	Škola/studij	80	151,80
	Umirovljenik	7	104,29
	Ukupno	261	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	Bez radnog iskustva	11	131,82
	Zaposlen/a	154	128,79
	Nezaposlen/a	6	101,00
	Škola/studij	80	133,23
	Umirovljenik	6	101,00
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	Bez radnog iskustva	11	137,00
	Zaposlen/a	154	126,19
	Nezaposlen/a	6	95,17
	Škola/studij	79	133,70
	Umirovljenik	6	137,00
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	Bez radnog iskustva	11	155,50
	Zaposlen/a	152	135,88
	Nezaposlen/a	6	96,25
	Škola/studij	80	113,79
	Umirovljenik	7	121,64
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	Bez radnog iskustva	10	147,50
	Zaposlen/a	155	120,05
	Nezaposlen/a	6	105,83
	Škola/studij	80	145,94
	Umirovljenik	6	126,67
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	Bez radnog iskustva	11	154,00
	Zaposlen/a	154	125,77
	Nezaposlen/a	6	71,67

	Škola/studij	80	137,29
	Umirovljenik	6	112,83
	Ukupno	257	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	Bez radnog iskustva	11	105,86
	Zaposlen/a	160	126,92
	Nezaposlen/a	6	150,33
	Škola/studij	80	148,20
	Umirovljenik	8	127,00
	Ukupno	265	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	Bez radnog iskustva	10	93,35
	Zaposlen/a	158	124,93
	Nezaposlen/a	6	164,83
	Škola/studij	80	146,82
	Umirovljenik	7	111,93
	Ukupno	261	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	Bez radnog iskustva	11	144,95
	Zaposlen/a	157	128,27
	Nezaposlen/a	6	137,58
	Škola/studij	80	134,14
	Umirovljenik	6	106,75
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	Bez radnog iskustva	10	125,95
	Zaposlen/a	155	122,48
	Nezaposlen/a	6	148,50
	Škola/studij	79	139,77
	Umirovljenik	6	119,83
	Ukupno	256	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	Bez radnog iskustva	10	95,90
	Zaposlen/a	157	117,56
	Nezaposlen/a	6	184,50
	Škola/studij	80	155,10
	Umirovljenik	7	142,79
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	Bez radnog iskustva	10	117,80
	Zaposlen/a	157	133,15
	Nezaposlen/a	6	161,00
	Škola/studij	80	124,86

	Umirovljenik	6	105,33
	Ukupno	259	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	Bez radnog iskustva	10	120,95
	Zaposlen/a	156	121,01
	Nezaposlen/a	6	157,83
	Škola/studij	80	146,06
	Umirovljenik	6	115,33
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	Bez radnog iskustva	11	143,68
	Zaposlen/a	159	125,54
	Nezaposlen/a	6	124,92
	Škola/studij	79	146,15
	Umirovljenik	8	109,81
	Ukupno	263	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	Bez radnog iskustva	10	139,90
	Zaposlen/a	158	123,81
	Nezaposlen/a	6	112,83
	Škola/studij	80	147,37
	Umirovljenik	7	109,07
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	Bez radnog iskustva	10	143,75
	Zaposlen/a	156	126,78
	Nezaposlen/a	6	80,00
	Škola/studij	80	139,82
	Umirovljenik	6	88,42
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	Bez radnog iskustva	11	136,95
	Zaposlen/a	156	121,51
	Nezaposlen/a	6	108,83
	Škola/studij	80	149,44
	Umirovljenik	6	99,83
	Ukupno	259	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	Bez radnog iskustva	11	134,23
	Zaposlen/a	156	119,91
	Nezaposlen/a	6	142,50
	Škola/studij	80	150,64
	Umirovljenik	7	120,21

	Ukupno	260	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	Bez radnog iskustva	11	136,36
	Zaposlen/a	158	125,61
	Nezaposlen/a	6	145,50
	Škola/studij	80	142,13
	Umirovljenik	6	100,33
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	Bez radnog iskustva	11	136,86
	Zaposlen/a	156	123,83
	Nezaposlen/a	6	89,00
	Škola/studij	80	146,47
	Umirovljenik	6	99,33
	Ukupno	259	

Tablica 28: Rangovi prema statusu zaposlenja

Promatrani rangovi dalje se testiraju putem Kruskal Wallis testa, kako bi se ustanovila statistička razlika u odgovorima za status zaposlenja (*tablica 29*).

	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Slaganje	3,697	4	,449
Neslaganje	6,309	4	,177
Koliko često čitate novine online	16,095	4	,003
Koliko često čitate tiskane novine	16,565	4	,002
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	21,288	4	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	9,887	4	,042
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	5,924	4	,205
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	3,557	4	,469
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	27,963	4	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	41,183	4	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	5,742	4	,219
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	18,409	4	,001

Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	16,723	4	,002
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	2,671	4	,614
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	10,633	4	,031
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	14,475	4	,006
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	20,500	4	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	13,473	4	,009
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	7,037	4	,134
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	10,464	4	,033
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	1,559	4	,816
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	5,519	4	,238
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	24,487	4	,000
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	3,577	4	,466
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	10,317	4	,035
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	7,931	4	,094
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	10,936	4	,027
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	10,468	4	,033
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	17,535	4	,002

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	16,423	4	,003
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	7,852	4	,097
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	15,349	4	,004

Tablica 29: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite status zaposlenja

Pogleda li se vrijednost signifikantnosti za promatrana pitanja *Koliko često čitate novine online, Koliko često čitate tiskane novine, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.):* može se uočiti kako p za Slobodnu Dalmaciju iznosi manje od 5 % $p < 0,05$ dakle može se reći, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na status zaposlenja. Pri tome se na tablici 29 može uočiti kako su rangovi

viši (vrijednost odgovora je veća) kod ispitanika bez radnog iskustva za čitanje online novina, dok su rangovi kod tiskanih novina viši za ispitanike sa školom/studijom.

Kada promotrimo sociodemografske rezultate za regiju stanovanja, u odnosu na promatrana pitanja, ponovno je uočena statistički značajna razlika za pojedine rangove (*tablica 30*).

	Zaokružite Vašu regiju stanovanja	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	Istočna Hrvatska	11	108,95
	Sjeverozapadna Hrvatska	35	136,33
	Središnja Hrvatska	148	142,55
	Sjeverni Jadran i Lika	57	145,05
	Srednji i južni Jadran	29	138,07
	Ukupno	280	
Neslaganje	Istočna Hrvatska	11	118,59
	Sjeverozapadna Hrvatska	35	154,80
	Središnja Hrvatska	148	143,28
	Sjeverni Jadran i Lika	57	136,56
	Srednji i južni Jadran	29	125,09
	Ukupno	280	
Koliko često čitate novine online	Istočna Hrvatska	11	141,82
	Sjeverozapadna Hrvatska	33	128,76
	Središnja Hrvatska	142	128,02
	Sjeverni Jadran i Lika	53	150,48
	Srednji i južni Jadran	28	136,23
	Ukupno	267	
Koliko često čitate tiskane novine	Istočna Hrvatska	11	118,05
	Sjeverozapadna Hrvatska	33	132,09
	Središnja Hrvatska	142	130,74
	Sjeverni Jadran i Lika	53	142,92
	Srednji i južni Jadran	28	142,18
	Ukupno	267	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	Istočna Hrvatska	11	137,18
	Sjeverozapadna Hrvatska	33	112,24
	Središnja Hrvatska	141	123,32
	Sjeverni Jadran i Lika	52	161,31

	Srednji i južni Jadran	28	152,02
	Ukupno	265	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	Istočna Hrvatska	11	125,45
	Sjeverozapadna Hrvatska	30	123,57
	Središnja Hrvatska	139	120,63
	Sjeverni Jadran i Lika	52	156,45
	Srednji i južni Jadran	28	140,71
	Ukupno	260	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	Istočna Hrvatska	11	138,36
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	130,57
	Središnja Hrvatska	138	126,07
	Sjeverni Jadran i Lika	52	122,24
	Srednji i južni Jadran	28	155,30
	Ukupno	258	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	Istočna Hrvatska	11	48,77
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	124,86
	Središnja Hrvatska	138	132,61
	Sjeverni Jadran i Lika	51	134,20
	Srednji i južni Jadran	28	137,54
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	Istočna Hrvatska	11	138,14
	Sjeverozapadna Hrvatska	28	142,95
	Središnja Hrvatska	138	140,23
	Sjeverni Jadran i Lika	52	72,01
	Srednji i južni Jadran	28	161,95
	Ukupno	257	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	Istočna Hrvatska	11	127,64
	Sjeverozapadna Hrvatska	31	124,42
	Središnja Hrvatska	139	117,68
	Sjeverni Jadran i Lika	50	159,54
	Srednji i južni Jadran	28	145,52
	Ukupno	259	
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	Istočna Hrvatska	11	142,86
	Sjeverozapadna Hrvatska	30	135,88
	Središnja Hrvatska	139	133,01
	Sjeverni Jadran i Lika	51	137,06
	Srednji i južni Jadran	28	90,82

	Ukupno	259	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	Istočna Hrvatska	11	129,27
	Sjeverozapadna Hrvatska	33	118,97
	Središnja Hrvatska	141	124,94
	Sjeverni Jadran i Lika	52	156,37
	Srednji i južni Jadran	28	148,18
	Ukupno	265	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	Istočna Hrvatska	11	121,41
	Sjeverozapadna Hrvatska	30	133,10
	Središnja Hrvatska	140	122,23
	Sjeverni Jadran i Lika	52	151,18
	Srednji i južni Jadran	28	138,88
	Ukupno	261	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	Istočna Hrvatska	11	136,95
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	145,36
	Središnja Hrvatska	137	122,94
	Sjeverni Jadran i Lika	52	128,65
	Srednji i južni Jadran	28	139,23
	Ukupno	257	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	Istočna Hrvatska	11	78,45
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	128,10
	Središnja Hrvatska	137	129,60
	Sjeverni Jadran i Lika	51	134,35
	Srednji i južni Jadran	28	132,52
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	Istočna Hrvatska	11	141,68
	Sjeverozapadna Hrvatska	28	146,18
	Središnja Hrvatska	136	136,43
	Sjeverni Jadran i Lika	53	81,82
	Srednji i južni Jadran	28	155,50
	Ukupno	256	
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	Istočna Hrvatska	11	111,50
	Sjeverozapadna Hrvatska	28	120,09
	Središnja Hrvatska	138	125,23
	Sjeverni Jadran i Lika	52	139,95
	Srednji i južni Jadran	28	143,04
	Ukupno	257	

Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	Istočna Hrvatska	11	140,23
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	136,17
	Središnja Hrvatska	137	128,05
	Sjeverni Jadran i Lika	52	139,31
	Srednji i južni Jadran	28	102,66
	Ukupno	257	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	Istočna Hrvatska	11	118,59
	Sjeverozapadna Hrvatska	33	126,05
	Središnja Hrvatska	141	131,75
	Sjeverni Jadran i Lika	52	149,78
	Srednji i južni Jadran	28	122,00
	Ukupno	265	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	Istočna Hrvatska	11	118,18
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	116,83
	Središnja Hrvatska	142	131,07
	Sjeverni Jadran i Lika	51	146,02
	Srednji i južni Jadran	28	122,98
	Ukupno	261	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	Istočna Hrvatska	11	113,95
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	125,33
	Središnja Hrvatska	140	134,14
	Sjeverni Jadran i Lika	52	138,01
	Srednji i južni Jadran	28	110,20
	Ukupno	260	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	Istočna Hrvatska	11	129,59
	Sjeverozapadna Hrvatska	28	117,14
	Središnja Hrvatska	139	127,30
	Sjeverni Jadran i Lika	50	142,70
	Srednji i južni Jadran	28	120,04
	Ukupno	256	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	Istočna Hrvatska	11	109,91
	Sjeverozapadna Hrvatska	30	119,28
	Središnja Hrvatska	139	123,59
	Sjeverni Jadran i Lika	52	173,38
	Srednji i južni Jadran	28	105,27
	Ukupno	260	
	Istočna Hrvatska	11	123,41

Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	Sjeverozapadna Hrvatska	29	121,86
	Središnja Hrvatska	141	135,67
	Sjeverni Jadran i Lika	50	129,18
	Srednji i južni Jadran	28	113,95
	Ukupno	259	
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	Istočna Hrvatska	11	97,09
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	124,38
	Središnja Hrvatska	139	128,08
	Sjeverni Jadran i Lika	51	143,74
	Srednji i južni Jadran	28	128,68
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	Istočna Hrvatska	11	97,09
	Sjeverozapadna Hrvatska	33	131,41
	Središnja Hrvatska	140	125,48
	Sjeverni Jadran i Lika	52	149,61
	Srednji i južni Jadran	27	146,83
	Ukupno	263	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	Istočna Hrvatska	11	102,09
	Sjeverozapadna Hrvatska	30	139,92
	Središnja Hrvatska	141	121,50
	Sjeverni Jadran i Lika	51	150,27
	Srednji i južni Jadran	28	145,55
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	Istočna Hrvatska	11	105,64
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	134,86
	Središnja Hrvatska	139	123,70
	Sjeverni Jadran i Lika	51	140,93
	Srednji i južni Jadran	28	141,29
	Ukupno	258	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	Istočna Hrvatska	11	99,18
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	124,09
	Središnja Hrvatska	139	122,58
	Sjeverni Jadran i Lika	52	153,07
	Srednji i južni Jadran	28	142,23
	Ukupno	259	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o	Istočna Hrvatska	11	97,27
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	122,48

okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	Središnja Hrvatska	139	122,46
	Sjeverni Jadran i Lika	53	160,16
	Srednji i južni Jadran	28	135,63
	Ukupno	260	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	Istočna Hrvatska	11	98,73
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	132,41
	Središnja Hrvatska	141	125,43
	Sjeverni Jadran i Lika	52	146,25
	Srednji i južni Jadran	28	141,93
	Ukupno	261	
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	Istočna Hrvatska	11	98,82
	Sjeverozapadna Hrvatska	29	125,78
	Središnja Hrvatska	139	124,12
	Sjeverni Jadran i Lika	52	150,99
	Srednji i južni Jadran	28	136,82
	Ukupno	259	

Tablica 30: Rangovi prema regiji stanovanja

Promatrani rangovi dalje se testiraju putem Kruskal Wallis testa, kako bi se ustanovila statistička razlika u odgovorima za regiju stanovanja (*tablica 31*).

	Kruskal-Wallis H	df	Asymp. Sig.
Slaganje	2,082	4	,721
Neslaganje	3,286	4	,511
Koliko često čitate novine online	3,936	4	,415
Koliko često čitate tiskane novine	2,201	4	,699
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list	15,002	4	,005
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list	10,752	4	,029
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: 24 sata	4,893	4	,298
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije	39,116	4	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list	56,595	4	,000
Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik	17,406	4	,002

Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija	11,884	4	,018
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list	10,727	4	,030
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Večernji list	7,977	4	,092
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: 24 sata	4,015	4	,404
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije	29,312	4	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list	55,906	4	,000
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Poslovni dnevnik	9,416	4	,052
Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija	10,679	4	,030
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list	4,501	4	,342
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Večernji list	4,433	4	,351
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: 24 sata	4,010	4	,405
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Glas Slavonije	4,729	4	,316
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list	29,908	4	,000
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Poslovni dnevnik	3,478	4	,481
Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Slobodna Dalmacija	5,932	4	,204
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list	11,654	4	,020
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list	15,051	4	,005
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): 24 sata	6,395	4	,172

Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije	17,820	4	,001
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list	22,352	4	,000
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik	11,325	4	,023
Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Slobodna Dalmacija	14,069	4	,007

Tablica 31: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite Vašu regiju stanovanja

Pogleda li se vrijednost signifikantnosti za *Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Večernji list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Novi list, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Poslovni dnevnik, Koje od navedenih novina čitate online i koliko često: Slobodna Dalmacija, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Jutarnji list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Glas Slavonije, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Novi list, Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često: Slobodna Dalmacija, Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina: Novi list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Večernji list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Glas Slavonije, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Novi list, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Poslovni dnevnik, Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.):* može se uočiti kako p za Slobodnu Dalmaciju iznosi manje od

5 % $p < 0,05$, pa se može zaključiti, s razinom pouzdanosti od 95 %, kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na *regiju stanovanja*.

4.5 Spearmanov test za izračunavanje koeficijenta korelacije

Naposljetku, kako bismo bolje ispitali odnose između promatranih varijabli u istraživačkim hipotezama, proveden je Spearmanov test za izračunavanje koeficijenta korelacije. Naime, Spearmanovom korelacijom izražava se međusobna povezanost dvije varijable, a vrijednost ovog testa kreće se u intervalu $-1 \leq r \leq +1$ pri čemu - predznak korelacije označava negativnu (obrnutu) korelaciju, dok + predznak označava pozitivnu korelaciju. Što je vrijednost Spearmanovog koeficijenta korelacije veća, vrijedi da je korelacija između varijabli jača (značajnija). Također se obično uzima u obzir i sljedeće:

- $r > 0,80$ radi se o jakoj pozitivnoj korelaciji
- $0,5 < r \leq 0,80$, radi se o srednje jakoj pozitivnoj korelaciji
- $0 < r \leq 0,5$, radi se o slaboj pozitivnoj korelaciji

		Slaganje	Neslaganje	Koliko često čitate novine online	Koliko često čitate tiskane novine
Slaganje	r	1,000	-,496**	-,061	,108
	p	.	,000	,318	,079
	N	280	280	267	267
Neslaganje	r	-,496**	1,000	,075	-,162**
	p	,000	.	,220	,008
	N	280	280	267	267
Koliko često čitate novine online	r	-,061	,075	1,000	,395**
	p	,318	,220	.	,000
	N	267	267	267	267
Koliko često čitate tiskane novine	r	,108	-,162**	,395**	1,000
	p	,079	,008	,000	.
	N	267	267	267	267

** Korelacija je signifikantna na razini 0.01

Tablica 32: Spearmanov koeficijent korelacije

U *tablici 32* može se uočiti kako je zabilježena pozitivna i negativna korelacija između promatranih varijabli, međutim, radi se o vrlo slabim korelacijama pa se one mogu uzeti samo kao indikatori pozitivnog ili negativnog odnosa. Pritom su najveće korelacije zabilježene između faktora *slaganje* i *neslaganje* ($r = -0,496$; $p < 0,01$), *koliko često čitate novine online* i *koliko često čitate tiskane novine* ($r = 0,395$; $p < 0,01$) te *Neslaganje* i *Koliko često čitate tiskane novine* ($r = -0,162$; $p < 0,01$). Dakle, može se uočiti kako je čitanje tiskanih medija i online medija u pozitivnoj korelaciji, dok je slaganje i neslaganje te neslaganje i čitanje tiskanih novina u slaboj negativnoj korelaciji.

Nadalje, dodatno je proveden Mann-Whitney U i Kruskal-Wallis H test, kako se dodatno utvrdila razlika s obzirom na promatrane pokazatelje u analizi (*tablica 33 i 34*).

	Koliko često čitate novine online	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	Uvijek	62	149,86
	Često	105	123,60
	Rijetko	76	140,63
	Nikad	24	117,56
	Ukupno	267	
Neslaganje	Uvijek	62	121,98
	Često	105	138,38
	Rijetko	76	131,18
	Nikad	24	154,83
	Ukupno	267	

Tablica 33: Mann-Whitney U i Kruskal-Wallis H test

	Slaganje	Neslaganje
Kruskal-Wallis H	6,225	3,719
df	3	3
Asymp. Sig.	,101	,293

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Koliko često čitate novine online

Tablica 34: Testna statistika a, b

Pogleda li se pak razina signifikantnosti, može se uočiti kako vrijednost značajnosti *Kruskal-Wallis H testa* iznosi $p > 0,05$, što znači da nije uočena statistički značajna razlika s obzirom na pitanje *koliko često čitate novine online*.

S druge strane, pogleda li se vrijednost signifikantnosti za *neslaganje* može se uočiti kako p iznosi manje od 5 % $p < 0,05$, dakle, može se reći s razinom pouzdanosti od 95 % kako postoji statistički značajna razlika s obzirom na pitanje *koliko često čitate tiskane novine*. Pri tome se na *tablici 33* može uočiti kako su rangovi najviši (vrijednost odgovora je najveća) kod ispitanika koji navode često (*tablica 35 i 36*).

	Koliko često čitate tiskane novine	N	Aritmetička sredina rangova
Slaganje	Uvijek	6	117,42
	Često	22	135,27
	Rijetko	142	125,97
	Nikad	97	146,49
	Total	267	
Neslaganje	Uvijek	6	99,42
	Često	22	160,75
	Rijetko	142	143,10
	Nikad	97	116,75
	Total	267	

Tablica 35: Rangovi

	Slaganje	Neslaganje
Kruskal-Wallis H	4,394	10,750
df	3	3
Asymp. Sig.	,222	,013

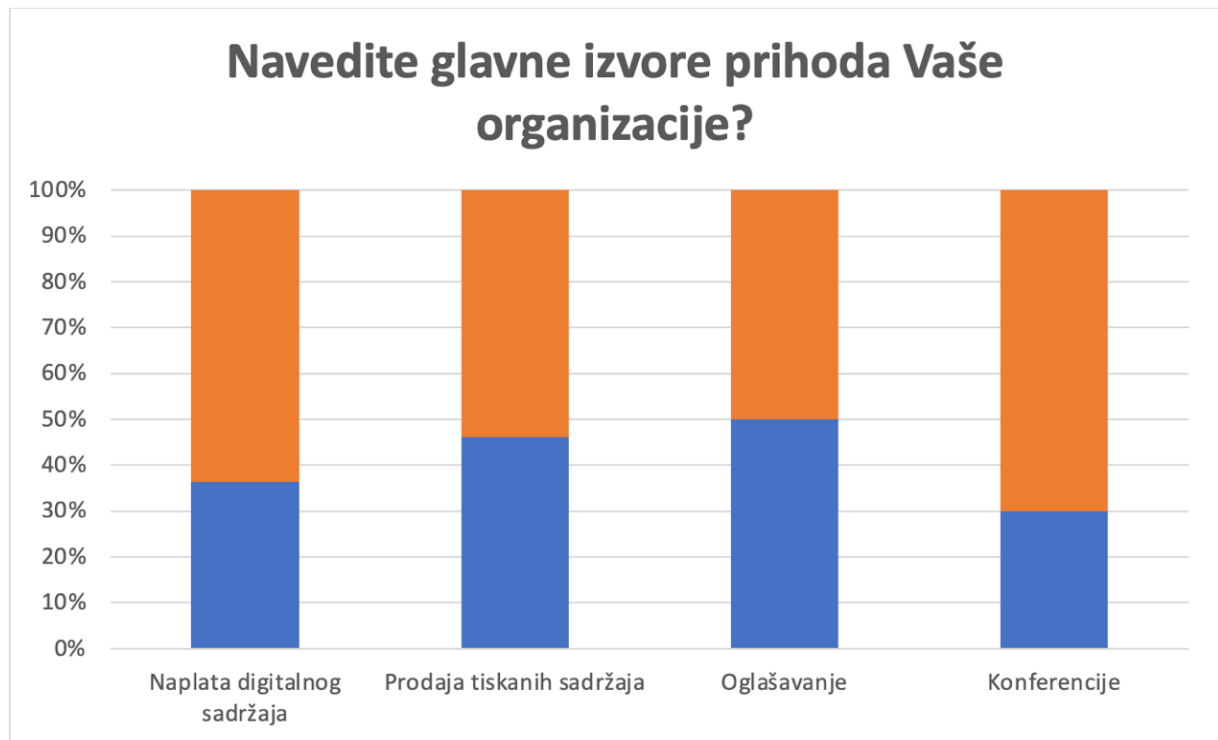
a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Koliko često čitate tiskane novine

Tablica 36: Testna statistika a, b

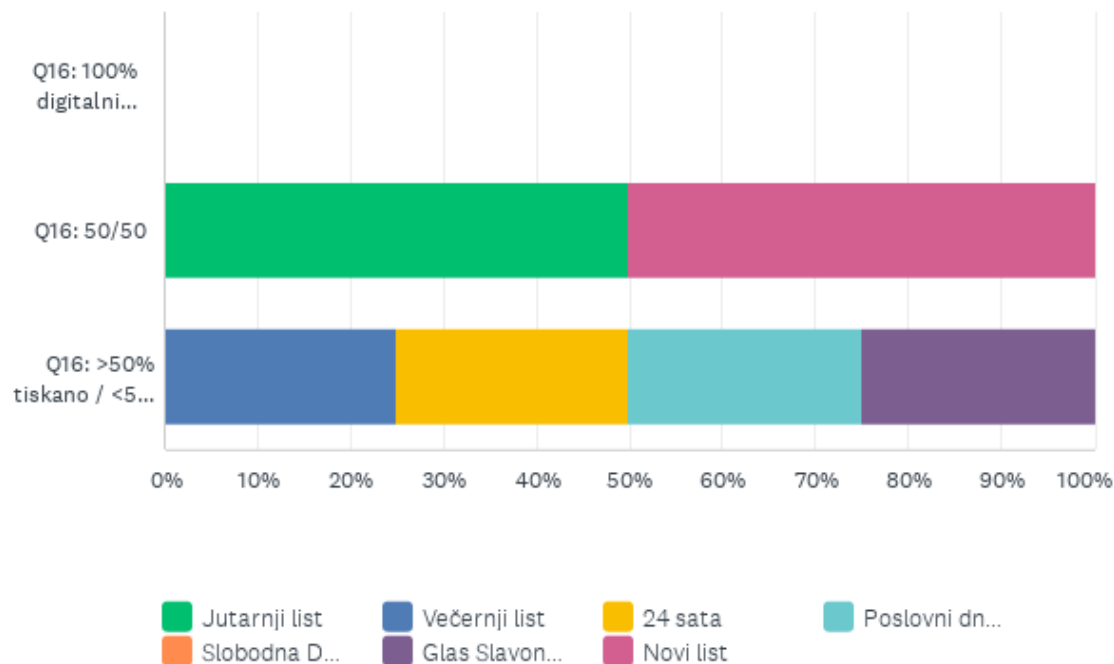
4.6 Rezultati odgovora u intervjuu e-poštom

Kada se osvrnemo na odgovore sudionika u intervjuu, moguće je reći da se većina novina i dalje većinski financira od oglašavanja i prodaje tiskanih sadržaja. Međutim, više od polovice sudionika također se izjasnilo o novim izvorima prihoda koji obuhvaćaju prihode od digitalnih sadržaja i različitih tipova konferencija (*Slika 16*).



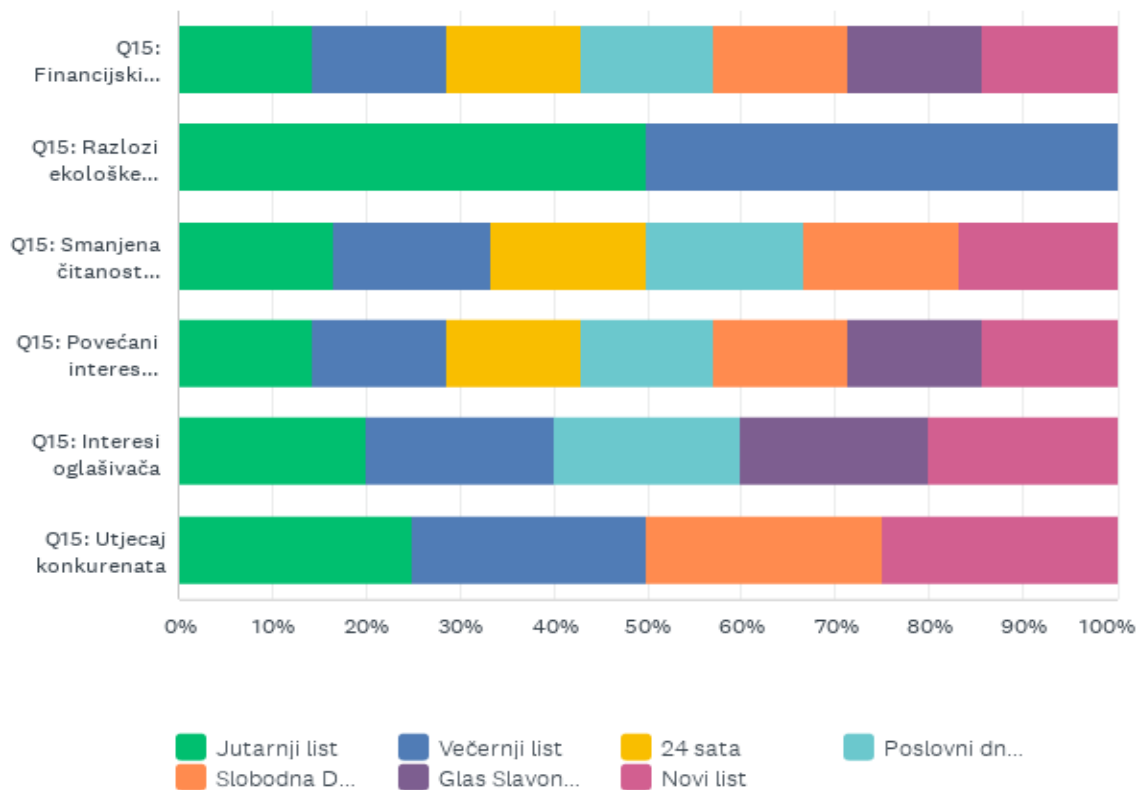
Slika 16: Glavni izvori prihoda istraženih novinskih organizacija

Kada se osvrnemo na trenutni omjer proizvodnje digitalnih i tiskanih sadržaja, iz odgovora je vidljivo da većina sudionika i dalje više proizvodi tiskani novinski sadržaj, gdje je više od 50 % medijskog sadržaja tiskano, uz iznimku *Jutarnjeg lista* i *Novog lista* koji svoj omjer procjenjuju na 50 % tiskanog i 50 % digitalnog sadržaja (*slika 17*).



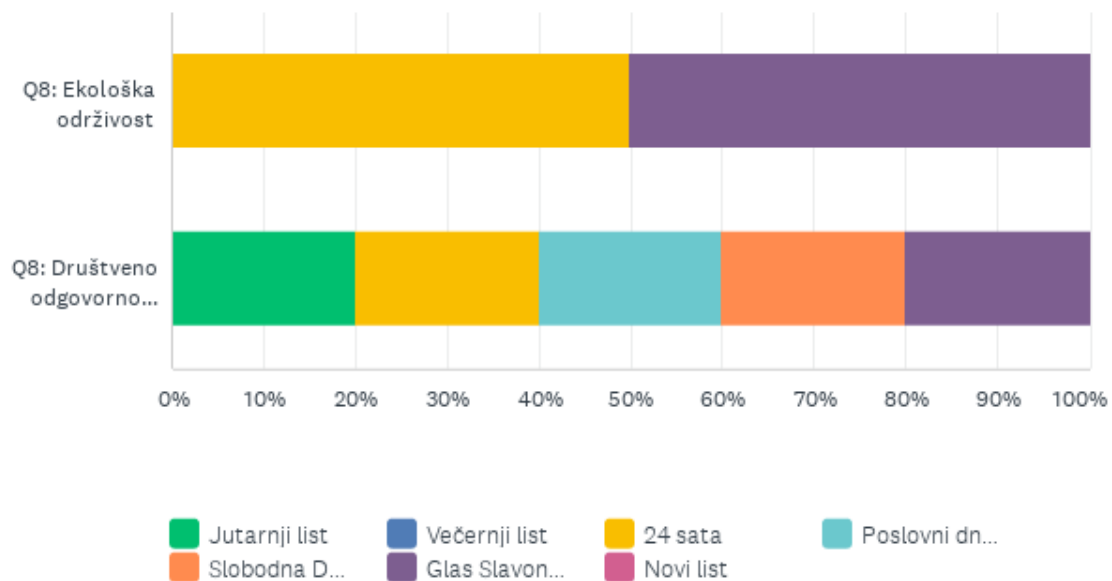
Slika 17: Približan omjer trenutne distribucije tiskanog i digitalnog sadržaja istraženih novinskih organizacija

Za pitanje *zaokružite razloge uvođenja digitalnog sadržaja u Vašu organizaciju (mogućnost odabira viša odgovora)* svi sudionici navode financijske razloge i povećani interes čitatelja za digitalnim sadržajima kao glavne, dok samo *Večernji list* i *Jutarnji list* među ostalim navode i ekološke razloge (*slika 18*).



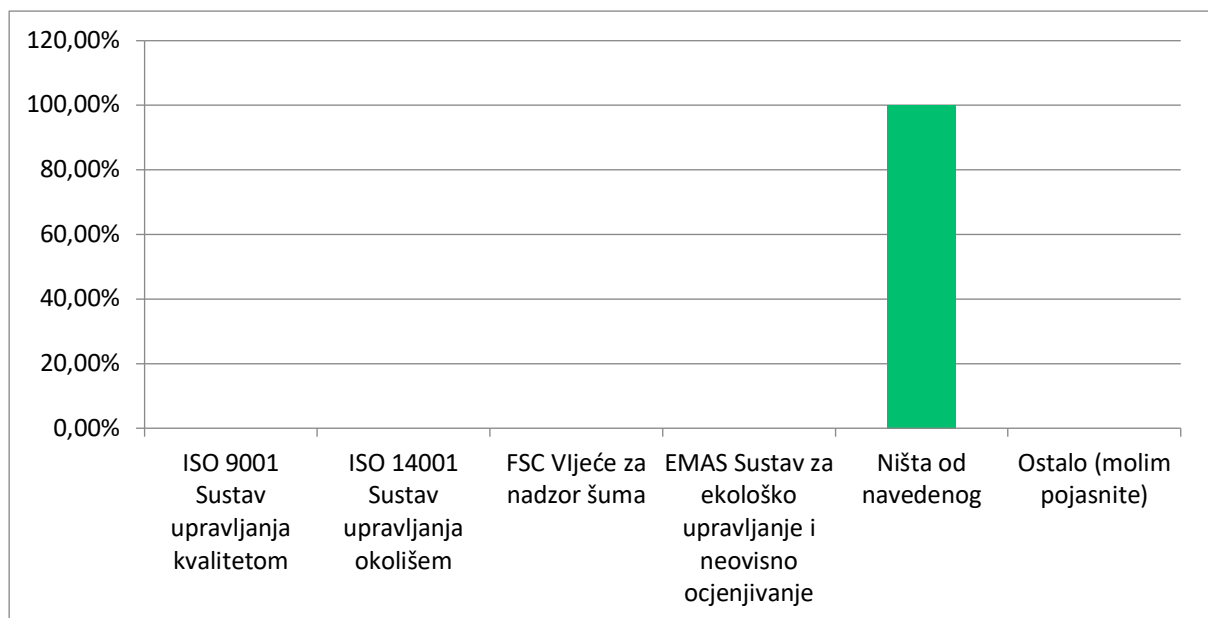
Slika 18: Razlozi uvođenja digitalnog sadržaja kod istraženih novinskih organizacija

Nadalje, samo dva sudionika intervjua odgovaraju da dobrovoljno primjenjuju odrednice ekološke održivosti u svom poslovanju: *24 sata* i *Glas Slavonije*, dok društveno odgovorno poslovanje primjenjuje njih pet: *Jutarnji list*, *24 sata*, *Poslovni dnevnik*, *Slobodna Dalmacija* i *Glas Slavonije* (Slika 19).



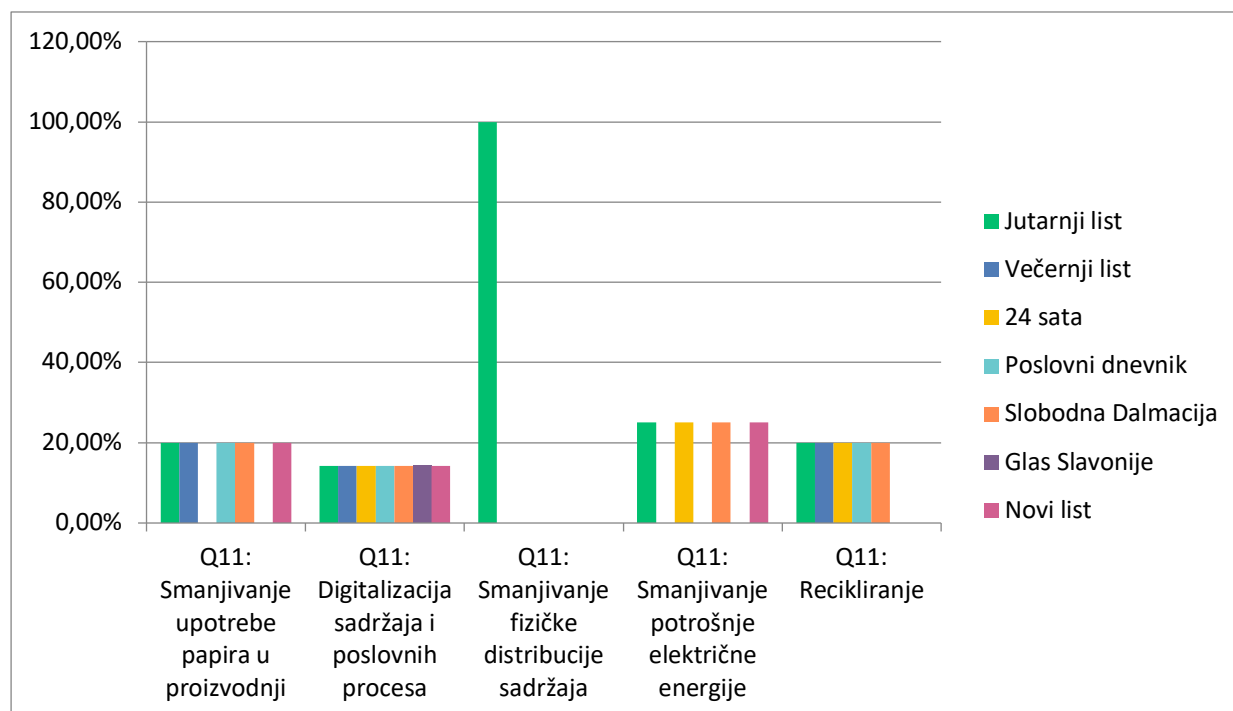
Slika 19: Najčešće korištena dobrovoljna poslovna pravila/obveza kod istraženih novinskih izdavača

Međutim, značajno je da nitko od sudionika ne navodi posjedovanje poslovnih certifikata trećih strana, pa tako ni za *ISO 14001: Sustava za upravljanje okolišem* (Slika 21).



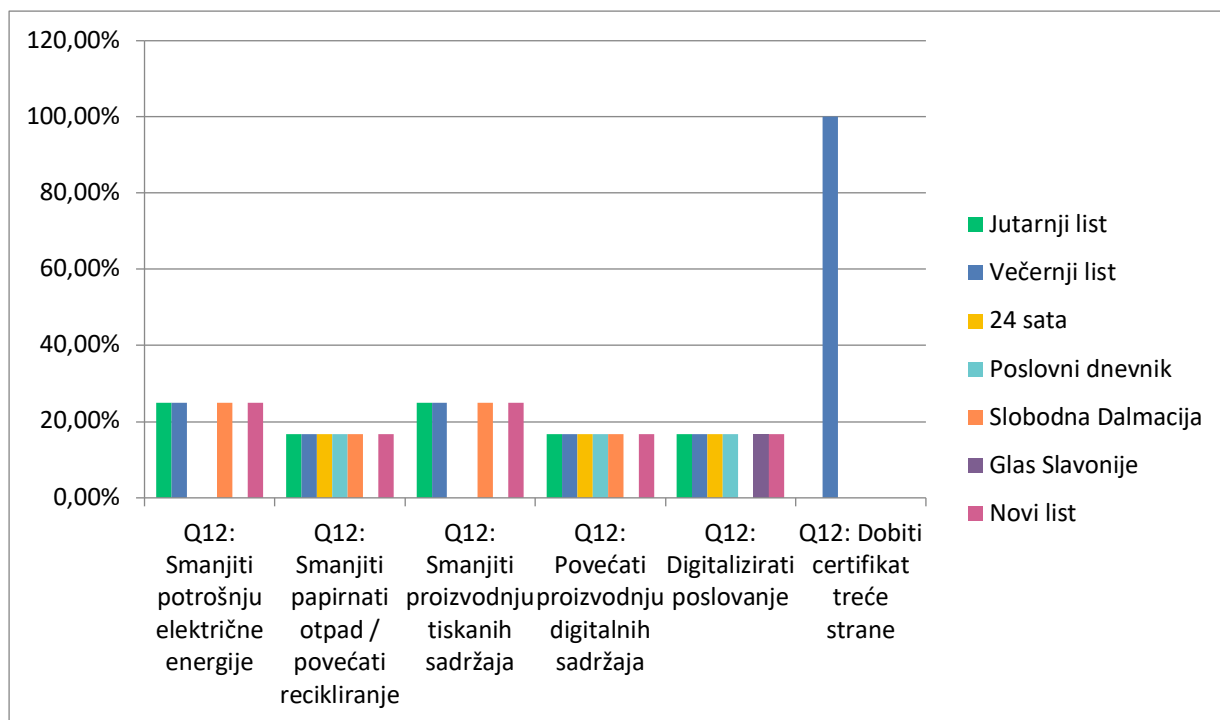
Slika 20: Poslovni certifikati trećih strana koje posjeduju istražene novinske organizacije

Na pitanje *Koji poslovni procesi u Vašim organizacijama najviše utječu na ekologiju*, najveći broj sudionika odgovara *potrošnja električne energije i proizvodnja tiskanog sadržaja*. U nastojanju da to poboljšaju, svi sudionici u svojem poslovanju aktivno provode digitalizaciju sadržaja i ostalih poslovnih procesa (*slika 21*).



Slika 21: Ekološke alate koje trenutno koriste istražene novinske organizacije, za poboljšanje vlastite ekološke učinkovitosti

Također, uz trenutne aktivnosti, sudionici u sljedeće dvije godine planiraju provesti dodatne aktivnosti za smanjenje svog ekološkog učinka, i to putem smanjene potrošnje električne energije, papirnatog otpada i tiskanih sadržaja, dok *Večernji list* planira i dobivanje certifikata trećih strana (*slika 22*).



Slika 22: Ekološke aktivnosti koje namjeravaju provesti u sljedeće dvije godine

5 RASPRAVA

Empirijsko istraživanje u ovoj disertaciji pokazuje da velika većina čitatelja danas češće čita elektronska izdanja, u odnosu na tiskana. Naime, rezultati empirijskog istraživanja pokazuju da elektronske sadržaje često čita 39,3 % ispitanika, u odnosu na tiskane sadržaje, koje često čita samo 8,2 % ispitanika. Također, u rezultatima se uočava pozitivna korelacija u odnosu čitanja tiskanih i elektronskih sadržaja kod ispitanika, što se objašnjava činjenicom da ispitanici koji češće čitaju tiskana izdanja u jednakoj mjeri čitaju i njihove elektronske verzije. Dakle, ispitanici koji češće čitaju novinske sadržaje, često čitaju oba izdanja bez obzira na njihovu materijalnu karakteristiku.

To pokazuje odstupanja od postojećih istraživanja (Thurman, i suradnici, 2017; Thurman, 2014) koja tvrde da unatoč padu tiskane naklade i povećanju ulaganja u digitalna izdanja, mnoge novine i dalje imaju veći broj čitatelja tiskanih proizvoda, nego njihovih elektronskih izdanja. S obzirom na to da dosadašnja istraživanja tvrde da se novinski brendovi, zbog pozornosti publike i usmjerenosti prihoda, i dalje u velikoj mjeri oslanjaju na svoje tiskane proizvode (Thurman i suradnici, 2017), ovi rezultati koriste budućim istraživanjima ovoga tipa jer se iz dobivenih rezultata može zaključiti da budućnost digitalnih vijesti postoji, pa čak i kao potpuno digitalna (WAN-IFRA, 2018). Ovi podaci također mogu pridonijeti istraživanjima koja se bave analizom poslovanja digitalnih medija i njihovih ekonomskih modela, naročito u istraživanjima naplate digitalnog sadržaja koja se u svijetu intenzivira još 2009. godine (Hsiang i Mengchieh, 2009).

Kako bi se što bolje razumjela kolektivna ponašanja koja utječu na promjene čitalačkih navika, današnja istraživanja (Plenković i Mustić, 2011) promatraju promjene kao kulturološke, socijalne i komunikološke procese u kojima se tehnologija prilagođava procesu stvaranja novih modela življenja. Da bi se to potvrdilo i u ovom istraživanju, naročito u odnosu na sve tri istraživačke hipoteze koje promatraju kolektivna ponašanja, istraživanje započinje analizom socioekonomskih karakteristika ispitanika, gdje dobiveni podaci pokazuju da većinski interes za elektronske sadržaje iskazuje mlađa populacija u dobi od 18 do 39 godina, ženskog roda, s nižim obrazovanjem i nižim primanjima, bez radnog iskustva, koja živi u naseljima s više od 200 000 stanovnika, u Središnjoj Hrvatskoj.

Ovi rezultati dalje se proširuju na RSNEP skalu koja ispituje i testira individualna ljudska vjerovanja, kako bi uočila učinak klimatskih promjena na kolektivna ponašanja. U analizi podataka koja se odnose na ekološki svjetonazor, vidljivo je da je ekološki svjetonazor prisutniji kod ispitanika mlađe životne dobi (od 18 do 34 godine), ženskog roda, sa završenim diplomskim studijem, koji su zaposleni, ali bez mjesečnog dohotka, i koji žive u naseljima s više od 200 000 stanovnika, u Središnjoj Hrvatskoj.

Podaci dobiveni u ovoj analizi, pokazuju promjenu u kolektivnim ponašanjima u odnosu na stupanj obrazovanja, gdje ispitanici s većim ekološkim svjetonazorom imaju viši stupanj obrazovanja. Takve sociodemografske karakteristike ispitanika, primijećene su i u odnosu na pitanje o čitalačkim navikama, *Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.): Jutarnji list*, gdje postoji odstupanje od ukupnih socioekonomskih karakteristika ispitanika koji čitaju elektronske medije, i to za podatke o visini obrazovanja. Dakle, uočava se da ispitanici s nižim obrazovanjem imaju manju senzibilnost za ekološki svjetonazor, ali istovremeno češće čitaju elektroničke sadržaje.

Pritom je moguće zaključiti da ispitanici s nižim obrazovanjem, imaju različita kolektivna ponašanja u odnosu senzibilnosti za ekološki svjetonazor, i češće čitaju elektronske sadržaje. Primijenimo li ovako specifične podatke na hipotezu H1, moguće je potvrditi da postoji određena povezanost između analiziranih varijabli u hipotezi jer manje obrazovani čitatelji s manjim ekološkim svjetonazorom, češće čitaju elektronske sadržaje. To potvrđuju i postojeća istraživanja (Plenković i Mustić, 2011) prema kojima kolektivna ponašanja utječu na promjene čitalačkih navika.

Nadalje, RSNEP skala analizira odgovore ispitanika u odnosu na faktore slaganja/neslaganja gdje, najopćenitije gledano, faktor slaganja podrazumijeva određeno slaganje s tvrdnjama skale dok faktor neslaganja u tom kontekstu podrazumijeva neslaganje s ponuđenim tvrdnjama.

S tim u vezi, najveća korelacija negativnog predznaka u istraživanju, vidljiva je za faktore slaganje i neslaganje, što u skladu s analizom Dunlapa i Van Lierea (1978) te Dunlapa i sur. (2000), uglavnom govori o proekološkoj orijentiranosti ispitanika, odnosno o postojanju pozitivnog ekološkog svjetonazora i ekološke svijesti kod ispitanog uzorka, čime se potvrđuje

da ispitanici koji čvršće prihvaćaju proekološke tvrdnje, jednako čvrsto odbacuju tvrdnje neekološkog karakter. Međutim, dosadašnja istraživanja pokazuju da razlog tome može biti, da su ispitanici u takvom instrumentu češće skloniji proekološkim odgovorima, nego što bi to bio slučaj da mjerimo stavove o posve konkretnim objektima i situacijama (Kufrin, 2002), pa ovo istraživanje, zbog visoke negativne korelacija slaganja i neslaganja, može uzeti u obzir postojanje istog.

Naposljetku, kada se tako dobiveni rezultati usporede s rezultatima dobivenim u dijelu ankete o čitalačkim navikama, uočava se postojanje negativne korelacije za odnos čitanja tiskanih novina i faktora neslaganja, što je i statistički dokazano, što znači da ispitanici koji češće čitaju tiskane sadržaje, rjeđe iskazuju pro-NEP stav neslaganja s ponuđenim tvrdnjama skale.

Takvi rezultati su u skladu s postojećim istraživanjima gdje neka ukazuju na pozitivnu povezanost ekološke informiranosti i ponašanja (Arbuthnot, 1974; Dispoto, 1977; Granzin i Olsen, 1991; Vining i Ebreo, 1990), dok druga ne nalaze statistički značajnu korelaciju (Maloney i sur., 1975; Pickett i sur., 1993; Synodinos, 1990), a treća pak ustvrđuju da je takva povezanost negativna (Arbuthnot i Lingg, 1975) (Kufrin, 2003). Dakle, rezultati u ovom istraživanju potvrđuju postojanje sva tri odnosa, ranije potvrđena u postojećim istraživanjima.

U skladu s uočenim kolektivnim ponašanjima u odnosu na čitalačke navike, u istraživanju se potvrđuju i postojeća istraživanja koja zagovaraju da je okoliš danas postao relevantan čimbenik u politici društva u različitim područjima (Cifrić, 2005). Slijedom toga, moguće je potvrditi postojeća istraživanja koja tvrde da ekološka perspektiva može utjecati na ekonomske procese, kada se oni usporede s percepcijom i reakcijom potrošača (Hsiang i Mengchieh, 2009). To dalje potvrđuje i da se društveni interesi trebaju uzeti u obzir prilikom donošenja odluka o tome koje će se ideje financirati te koji će se tehnološki potencijali realizirati, a koji suzbiti i tko će ih posjedovati i usmjeravati (Murdock, 2017).

Međutim, za potrebe donošenja odluka u novinskim organizacijama, osim kolektivnog ponašanja, važna je i trenutna ekonomska priroda proizvoda pa se u tu svrhu ovdje analiziraju novinske organizacije, odnosno, radna okolina u kojima se prakticira novinarstvo.

Analizom odgovora sudionika u intervjuu, dobivamo bolji uvid u proizvode novinskih izdavača na hrvatskom tržištu te kako oni posluju unutar medijskih organizacija. Naime, ustanovljeno je da se većina novinskih izdavača u RH i dalje većinski financira od oglašavanja i prodaje tiskanih izdanja, što dalje potvrđuje istraživanje Hsianga i Tenenboima (2019) koji tiskano izdanje vide kao glavni proizvod novinskih izdavača koji generira gotovo sav prihod od oglašavanja i naklade, dok je digitalni prihod u većini slučajeva i dalje zanemariv.

Rezultati intervjuja također nadopunjavaju postojeća istraživanja i otkrivaju novosti na tržištu RH, da se postojeće područje financiranja dopunjuje naplatom digitalnih sadržaja te održavanjem konferencija uživo i digitalnim putem.

Kada govorimo o ekološkim trendovima poslovanja u RH, rezultati intervjuja pokazuju minimalne napore u tom smislu. Naime, većina ispitanika uopće ne provodi ekološko održivo poslovanje. To pokazuje zaostajanje hrvatskog medijskog sektora za trendovima na globalnoj razini koji pokazuju da 94 % ispitanika provodi barem neki oblik zaštite okoliša ili socijalne politike u svojoj organizaciji (WAN-IFRA, 2018).

Osim toga, u većini slučajeva, hrvatske novinske organizacije i dalje koriste tiskana izdanja koja u skladu s postojećim istraživanjima ovog tipa ostavljaju negativan trag na okoliš i uvelike pridonose ukupnom štetnom učinku na okoliš (Moberg, 2010; Yevgeniya, 2016). Također, u njihovom poslovanju često izostaju i preventivne mjere za smanjivanje ekološkog učinka, kao što je reciklaža i smanjena upotreba električne energije u procesu proizvodnje.

U rezultatima se primjećuje i potpuno odsustvo certifikata koji potiču procese postizanja kvalitete u radu, gdje niti jedna novinska organizacija ne navodi postojanje certificiranih aktivnosti za poboljšanje vlastitog poslovanja. Time hrvatske novinske organizacije ponovno zaostaju za globalnim medijskim organizacijama koje često koriste politike zaštite okoliša (među kojima i EMS), politike zdravlja i sigurnosti, i društveno odgovornog poslovanja (WAN-IFRA, 2018). Takvi rezultati istraživanja, ne pokazuju samo nebrigu o okolišu, nego i općeniti izostanak brige o okolini i zajednici u kojoj djeluju.

Ipak, za svrhe ovog istraživanja, najznačajniji je izostanak certifikata priručnika *ISO 14001: Sustava za upravljanje okolišem* koji se ovdje koristi za dokazivanje odnosa varijabli u hipotezi H3, a koja nastoji utvrditi jakost odnosa između primjene EMS-a i kolektivnih ponašanja. S obzirom na to da u postojećoj literaturi do sada o tome nije pisano,

nije moguće usporediti ovaj rezultat s rezultatima drugih autora pa se u tom smislu preporuča provesti dodatna istraživanja na ovu temu.

S druge strane, upotreba EMS-a se i dalje može raspraviti u odnosu na hipotezu H2, koja u tom smislu istražuje jakost odnosa između pozitivnog ekološkog svjetonazora u hrvatskim novinskim organizacijama i kolektivnih ponašanja njihovih publika. Naime, ovdje se polazi od pretpostavke da postojanje ekološkog svjetonazora u poslovanju hrvatskih novinskih organizacija, ipak ima određen utjecaj na navike čitatelja. U skladu s tim, ranija istraživanja dokazuju da fizičke opasnosti klimatskih promjena izravno utječe na poslovanje organizacije te neizravno na tržište i okoliš u kojem ona djeluje (Eleftheriadis i Anagnostopoulou, 2017).

Osvrnemo li se na rezultate intervjua u ovom istraživanju, u najopćenitijem smislu, moguće je zaključiti da većina novinskih organizacija u Hrvatskoj nema razvijen ekološki svjetonazor. Međutim, podaci iz anketnog upitnika, donekle primjećuju da postoji utjecaj klimatskih promjena na medijsko tržište i okoliš u RH koja konačno ima određeni utjecaj i na odnose varijabli u hipotezi H2.

Analizom anketnih odgovora čitalačkih navika, uočena je najviša vrijednost čitanja digitalnih sadržaja za slučaj Jutarnjeg lista i Večernjeg lista koji u rezultatima pokazuju najmanji broj ispitanika koji njihova digitalna izdanja uopće ne čita. Također, najveći broj ispitanika izjasnio se da Jutarnji list najviše posluje u skladu s društveno odgovornim poslovanjem, označavajući ga pritom novinskim izdavačem za koji se najviše vjeruje da djeluje u skladu s okolišem.

Nadalje, Večernji list prednjači u potvrdnim odgovorima o važnosti društvenog poslovanja u odabiru digitalnog sadržaja, a odmah iza njega slijedi Jutarnji list s minimalnom razlikom. Dakle, iako je u oba slučaja važnost varijable društveno odgovornog poslovanja minimalna, za potrebe ovog istraživanja izdvajamo Jutarnji list zbog učestalog ponavljanja u odgovorima ispitanika koji se vežu za društveno odgovorno poslovanje i ekološko poslovanje.

Usporedimo li to s odgovorim dobivenim u intervjuu sa sugovornikom iz Jutarnjeg lista, moguće je zaključiti da ovaj izdavač najviše koristi digitalne tehnologije i ekološki menadžment u svom poslovanju. Osim što navodi gotovo jednak omjer u broju

proizvedenih digitalnih i tiskanih sadržaja tijekom 2021. godine, ispitanik također naglašava važnost uvođenja digitalnih sadržaja u postizanju globalnih ekoloških ciljeva.

Također, Jutarnji list u svom poslovanju redovito primjenjuje društveno odgovorno poslovanje te jedini u intervjuu navodi važnost smanjivanja fizičke distribucije sadržaja, u svrhu smanjenja vlastitog utjecaja na ekologiju.

Usporedimo li tako izdvojene rezultate intervjua i ankete na pojedinom slučaju, moguće je zaključiti o postojanju određenog odnosa između varijabla u hipotezi H2 i to na primjeru Jutarnjeg lista. Vodeći se time, moguće je potvrditi dosadašnja istraživanja prema kojima tradicionalni mediji u Hrvatskoj aktivno traže efikasne poslovne modele i modele zarade koji će zamijeniti dosadašnje modele koji više ne funkcioniraju (Stamenković, 2015).

Naposljetku, ovo istraživanje može – pomalo kolokvijalno – potvrditi dosadašnja istraživanja da su ljudi spremni djelovati kako bi ublažili ekološke probleme (Kufrin, 2003).

Kada se osvrnemo na hrvatske novinske organizacije, ekološki problemi se uglavnom spominju sporadično, a sudionici ponajviše naglašavaju potrebu za pronalaskom digitalnih rješenja koja će pomoći smanjiti proizvodne troškove. To je u skladu s financijskim i ekonomskim izazovima u proizvodnji, s kojim se novinske organizacije posljednja dva desetljeća suočavaju (Picard, 2014), a koje su naročito prisutne u procesu prelaska s tiskanog na digitalni sadržaj (Hsiang i Mengchieh, 2009). Vodeći se time, ovo empirijsko istraživanje provedeno je u svrhu dobivanja podataka koji mogu pomoći u izradi novih poslovnih modela i omogućiti nove napredne metode koje će udovoljiti financijskim i ekonomskim izazovima hrvatskih novinskih organizacija.

Konačno, analizom postojeće literature i provedenim empirijskim istraživanjem, ova doktorska disertacija analizira mogućnosti upotrebe ekološkog menadžmenta i digitalnih tehnologija, za izradu novih poslovnih metoda koje će pomoći smanjiti financijske i ekonomske izazove.

U znanstvenom smislu, ova doktorska disertacija povezuje prirodne, tehničke i društvene znanosti, kako bi predložila interdisciplinarnе metode koje istovremeno obuhvaćaju digitalna, ekološka i poslovna rješenja. U praktičnom smislu, ovdje se konkretno predlaže upotreba sustava upravljanja okolišem. Prema dosadašnjim istraživanjima, upotreba sustava upravljanja

okolišem poboljšava procese utjecaja organizacija na okoliš koji istovremeno maksimiziraju poslovne prilike i minimiziraju poslovne rizike (WAN-IFRA, 2018). To dokazuju i postojeća istraživanja koja potvrđuju da koordiniranje takve zelene strategije znači konačno smanjenje troškova, uz poboljšanje tijeka i smanjenje vremena proizvodnje (WAN-IFRA, 2018).

U slučaju novinskih organizacija, i za potrebe ovog istraživanja, to podrazumijeva primjenu strateškog dokumenta koji će opredijeliti i usmjeriti organizaciju prema održivom poslovanju, i istodobno je osposobiti da postigne željene rezultate u procesu digitalizacije (ISO 14001: 2015).

6 ZAKLJUČAK

Uvid u rezultate empirijskog istraživanja omogućuje zaključivanje o odnosima u promatranim varijablama hipoteza istraživanja. Na temelju Spearmanovog koeficijenta korelacije, u rezultatima ankete, uočava se najveća korelacija između faktora slaganja i neslaganja ($r = -0,496$; $p < 0,01$), zatim pitanja koliko često čitate novine online i koliko često čitate tiskane novine ($r = 0,395$; $p < 0,01$) te faktora neslaganja i pitanja koliko često čitate tiskane novine ($r = -0,162$; $p < 0,01$). Pritom je odnos čitanja tiskanih medija i online medija u pozitivnoj korelaciji, dok je korelacija između faktora slaganja i neslaganja te neslaganja i čitanja tiskanih novina u slaboj negativnoj korelaciji.

Primijeno li uočenu negativnu korelaciju između faktora neslaganja i pitanja koliko često čitate tiskane novine, na značajnost i relativnu veličinu međusobne povezanosti varijabli u hipotezi H1, moguće je zaključiti o slabijoj negativnoj korelaciji između ispitanika koji češće čitaju tiskani sadržaj i rjeđe iskazuju pro-NEP stav neslaganja s ponuđenim tvrdnjama RSNEP skale. To se može protumačiti tako da ispitanici koji češće čitaju tiskane sadržaje, češće iniciraju jači stav neslaganja u skali. Tako primijećena negativna korelacija u provedenom istraživanju donekle dokazuje postojanje odnosa između varijabli u hipotezi H1, zbog čega djelomično možemo potvrditi istinitost hipoteze H1 – da postoji određena povezanost između ekološkog svjetonazora čitatelja i preferencije za čitanje.

S druge strane, analizom odgovora dobivenih u intervjuu dobiva se uvid u trenutne poslovne procese i trendove hrvatskih novinskih izdavača. Naime, podaci pokazuju da u hrvatskim novinskim organizacijama i dalje prevladava zastarjeli trend gdje se većina izdavača još uvijek financira od oglašavanja i prodaje tiskanih sadržaja. Iako neki rezultati pokazuju da novinski izdavači sve više uvode procese naplate digitalnog sadržaja, većina njih i dalje slabo ili gotovo uopće ne razmišlja o svojem ekološkom učinku, niti razmatra mogućnosti za njegovo poboljšanje u budućnosti. To možda i nije iznenađujuće, uzmu li se u obzir aktualni financijski i ekonomski trendovi s kojima se trenutno suočavaju. Uvidom u rezultate intervjua, moguće je istražiti odnose u varijablama hipoteza H2 i H3.

U slučaju hipoteze H2, gdje se ispituje odnos ekološkog svjetonazora novinskih organizacija u odnosu na čitalačke navike ispitanika, varijable je moguće istražiti kombinacijom rezultata iz ankete i intervjua. Naime, analizom odgovora u anketi, uočena je

najviša vrijednost ispitanika za čitanje digitalnog sadržaja Jutarnjeg lista te najmanja vrijednost, u broju ispitanika koji njihova digitalna izdanja uopće ne čita. Nadalje, ispitanici u anketi najviše vežu Jutarnji list za društveno odgovorno poslovanje. Osvrnemo li se pak na odgovore u intervjuu, ovaj izdavač najviše koristi digitalne tehnologije i ekološki menadžment u svom poslovanju. Kada usporedimo spomenute rezultate intervjua s rezultatima ankete, moguće je kolokvijalno prihvatiti istinitost odnosa između varijabla hipoteze H2 koja tvrdi da ekološki svjetonazor hrvatskih novinskih organizacija, potiče češće korištenje digitalnih izdanja kod čitatelja – ali samo na konkretnom slučaju Jutarnjeg lista. Promotrimo li odnos u varijablama u hipotezi H3, zbog izostanka potvrdnih odgovora u intervjuu, o primjeni sustava upravljanja okolišem u hrvatskim novinskim organizacijama, nije moguće istražiti vezu između promatranih varijabli. Vodeći se time, hipoteza H3 se u potpunosti odbacuje što dalje onemogućuje raspravu o utjecaju upotrebe sustava upravljanja okolišem na čitalačke navike.

Na temelju provedenog istraživanja i usprkos djelomično potvrđenim hipotezama, rezultati istraživanja omogućuju bolje razumijevanje trendova na tržištu medija u RH kao i navika njihovih publika. Dakle, iako ovo empirijsko istraživanje, putem hipoteze H3, nije uspjelo dokazati potrebu za upotrebom sustava upravljanja okolišem u hrvatskim novinskim organizacijama, sve tri hipoteze i dalje opravdavaju potrebu za ovim empirijskim istraživanjem jer pružaju nove informacije o primjeni ekološkog menadžmenta u hrvatskim novinskim organizacijama. To se potvrđuje u hipotezama H1 i H2 koje donekle dokazuju važnost odnosa između ekološke svijesti i kolektivnih ponašanja, odnosno ekoloških preferencija i čitalačkih navika u RH, i time opravdavaju konačnu potrebu za upotrebom ekološkog menadžmenta u promociji digitalnih sadržaja.

U praktičnom smislu ovo istraživanje dokazuje kako su čitatelji ekološki osvješteniji od samih novinskih organizacija koje su možda deklarativno svjesne važnosti ekologije i ekološkog menadžmenta, ali u praksi još ne primjenjuju zbog okolnosti u kojima posluju. Naime, danas su hrvatske novinske organizacije dokazano ugrožene smanjenjem tiskane naklade pa ovo istraživanje dokazuje da veća ulaganja u razvoj digitalnih tehnologija mogu konačno pozitivno utjecati na ekonomski razvoj novinskih organizacija u RH. Nadalje, vodeći se globalnim trendovima, naročito u smislu aktualnih ekoloških pitanja, ova doktorska disertacija na određeni način dokazuje i potrebu za upotrebom ekoloških

strategija, koja u slučaju ovog empirijskog istraživanja, dokazano ima utjecaja na čitalačke navike. Dakle, iako se putem ovog istraživanja u konačnici nije uspjela dokazati važnost primjene sustava upravljanja okolišem u hrvatskim novinskim organizacijama, istraživanje je i dalje valjano, jer dokazuje važnost primjene ekološkog menadžmenta u poslovanju hrvatskih novinskih organizacija, naročito u odnosu prema njihovim publikama.

Međutim, ovo istraživanje se ne zadržava samo na praktičnim poslovnim politikama novinskih organizacija, nego u obzir uzima i teorijske modele koji sugeriraju povezanost ekologije i ponašanja. Također, u doktorskoj se disertaciji dokazuje postojanje odnosa između prirodnih, tehničkih i društvenih znanosti, s krajnjom svrhom da prinese onoj komunikološkoj, što znači da se ovo istraživanje može uvrstiti u interdisciplinarnu i multidisciplinarnu znanost. Iako već postoje istraživanja koja se bave analizom odnosa novih tehnologija i ekologije, ovo je istraživanje izvorno jer uvrštava i faktor ponašanja koji uvodi nove spoznaje u odnose ekološkog menadžmenta, digitalnih tehnologija i kolektivnih ponašanja. Pritom treba naglasiti da je takav pristup ovdje ograničen jer su pretpostavke i simplifikacije u ovakvim slučajevima uvijek prisutne, pa bi ovo istraživanje, zbog toga, moglo pripadati u post-normalnu znanstvenu perspektivu jer naglašava inherentne pojave nesigurnosti i utjecaj vrijednosnih odabira u znanosti.

Istraživanje provedeno u ovoj doktorskoj disertaciji kao i dobiveni rezultati mogu poslužiti za daljnja istraživanja utjecaja digitalne globalizacije na održivo poslovanje novinskih organizacija s obzirom da promjene koje digitalna globalizacija donosi mogu biti prilika za nove poslovne mogućnosti, ali i opasnosti koje su jednako izazovne.

7 POPIS LITERATURE

1. Agencija za tržišno natjecanje, AZTN (2019). Istraživanje tržišta tiska. <http://www.aztn.hr/ea/wp-content/uploads/2016/10/Istraživanje-tržišta-tiska-za-2019.pdf> (10.03.2022.).
2. Agencija za tržišno natjecanje, AZTN (2020). Istraživanje tržišta tiska. <http://www.aztn.hr/ea/wp-content/uploads/2016/10/Istraživanje-tržišta-tiska-za-2020..pdf> (10.03.2022.).
3. Albarran, A., B. (2015). Management of Electronic and Digital Media. Šesto izdanje.
4. Alvesson, M. i Sandberg, J. (2011). Generating Research Questions through Problematization. *Academy of Management Review*, 36 (2): 247-271.
5. Appelgren, E. (2007). Media convergence and digital news services- Adding value for producers and consumers. Numerisk analys och datalogi, Kungliga Tekniska högskolan, Stockholm.
6. Balabanić, I. i Mustapić, M. (2010). Politička komunikacija internetom u Hrvatskoj 2009. analiza web portala izbornih kandidata za gradonačelnika: Zagreba, Splita, Rijeke i Osijeka. *Informatologia*, 43 (4), 307-316.
7. Barclay, A. (2012). Business Models for Newspapers in a Digital World. *Norwegian School of Economics*.
8. Barker, T. (2018). The Sustainability of Newspapers, World Printers Forum & Two Sides Report. WAN-IFRA, Njemačka. Two Sides, Ujedinjeno Kraljevstvo.
9. Barković, D. (1993.) Ekološki aspekti u teoriji proizvodnje, *Ekonomski Vjesnik* 2 (6): 193-202 1993.
10. Benković, V. i Balabanić, I. (2010). Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala. *Medijska istraživanja*, 16 (2), 43-57.
11. Bičo Ćar, M. (2014). Održivi razvoj i promjene u vođenju savremenog poslovanja. *Godišnjak Titius*, 6-7(6-7), 155-167.
12. Brautović, M. (2007). Zaštita privatnosti kod hrvatskih online medija. *MediAnali*, 1(1), 27-44.
13. Brautović, M. (2010). Razvoj hrvatskog online novinarstva 1993-2010., *MediAnali*, 4(8), 23-42.

14. Brautović, M. (2021). Praksa ispravaka u hrvatskim online medijima: između zakonodavstva i tradicije. *Društvena istraživanja*, 30(4), 785-806.
15. Brkljačić, I. (1973). Ekologija kao teorija svjetskog ekonomskog razvoja. *Politička misao*, 10 (4), 434-446.
16. Cifrić, I. (2005). Ekološka zabrinutost. Percepcija ekoloških problema kao zabrinjavajućih. *Socijalna ekologija*, 14 (1-2), 1-28.
17. Cifrić, I. (2018). Ekskurs o održivom razvoju. *Socijalna ekologija*, 27 (3), 243-257.
18. Chan, K. i Xiang-Dong, L. (2001) A Study of the Implementation of ISO 14001 Environmental Management Systems in Hong Kong. *Journal of Environmental Planning and Management*. 44 (5), 589-601.
19. Čižmešija, M. i Kurnoga Živadinović, N. (2009). Statistička analiza odabranih financijskih varijabli zaštite okoliša u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 7(1), 35-52.
20. Dunlap, R., E., Van Liere, K., Mertig, A. i Jones, E., R. (2000). Measuring Endorsment of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, 56 (3), 425-442.
21. Eleftheriadis, I. i Anagnostopoulou, E. (2017). Measuring the level of corporate commitment regarding climate change strategies. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*. Emerald Publishing Limited, 9 (5): 626-644, 1756-8692, DOI 10.1108/IJCCSM-09-2016-0145.
22. Elezović, A. (2012). O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.). *Medijska istraživanja*, 18 (1), 61-88.
23. Kääpä, P. (2018). Environmental Management of the Media Policy, Industry, Practice.
24. Klopota, I. (2021). Povezanost kvalitete online komuniciranja društveno-odgovornog poslovanja i reputacije poduzeća. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 19(2), 1-34.
25. Krajina, Z. i Perišin, T. (2009). Digitalne vijesti: Mediji, tehnologija i društvo. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 6 (104), 935-956.
26. Europska Komisija (2019). European Green Deal.

27. Finnveden, G. i Moberg A. (2005). Environmental systems analysis methods - an overview. *Journal of Cleaner Production*, 13, 1165- 1173.
28. Gavranović, A. i Naprta, R. (2008). Ekonomski položaj medija u Hrvatskoj. *MediAnali*, 2 (3), 69-84.
29. Glumac, M. (2018). Društvena odgovornost kao važan aspekt uspješnog poslovanja. *Paragraf*, 2(1), 99-124.
30. Grmuša, T. (2022). Siniša Kovačić, Online novinarstvo: služenje javnosti ili podilaženje publici, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada; Mostar: Sveučilište u Mostaru, 2021. *Medijska istraživanja*, 28(1), 160-164.
31. Hrvatska udruga poslodavaca (2013). Nacionalna studija Republike Hrvatske: Društveno poslovanje za sve.
32. Hsiang, C. i Mengchieh, Y. (2009). Is Online News an Inferior Good? Examining the Economic Nature of Online News among Users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. *Journalism Mass Communication*, 86, 594-612.
33. Hsiang, I., C. i Tenenboim, O. (2019). Charging More and Wondering Why Readership Declined? A Longitudinal Study of U.S. Newspapers' Price Hikes, 2008–2016. *Journalism Studies*, 20 (14), 2113-2129.
34. ISO 14001: 2015 (2015). Environmental management systems — Requirements with guidance for use.
35. Jakopović, H. i Mikelić Preradović, N. (2016). Identifikacija online imidža organizacija temeljem analize sentimenata korisnički generiranog sadržaja na hrvatskim portalima. *Medijska istraživanja*, 22 (2), 63-82.
36. Jergović, B. i Račić, I. (2011). Uloga interneta kao izvora informacija u medijskom izvještavanju o znanosti: iskustva hrvatskih znanstvenih novinara. *MediAnali*, 5(10), 1-20.
37. Kang, Y. i He, X. (2018). Institutional Forces and Environmental Management Strategy: Moderating Effects of Environmental Orientation and Innovation Capability. *Management and Organization Review*. 14(3).
38. Karaduman, M. i Karaduman, S. (2011). Nove komunikacijske tehnologije i mijenjanje novinarstva. *MediAnali*, 5(9), 41-56.

39. Kovačić, S., Musa, I. i Tomić, Z. (2019). Online mediji i novinarstvo na društvenim mrežama – istraživanje na primjeru društvene mreže Facebook'. *Hum*, 14(22), 7-28.
40. Kovarik, B. (2020). The rise of environmental journalism in Asia, Africa, and Latin America. *Routledge Handbook of Environmental Journalism*. Prvo izdanje. Routledge.
41. Kufrin, K. (2002). Skala nove ekološke paradigme — još jedna provjera i pokušaj revizije. *Socijalna ekologija*, 11 (4), 277-296.
42. Kufrin, K. (2003). Mjerenje ekološke informiranosti: konceptualni i operacionalni pristupi i problemi dosadašnjih istraživanja. *Socijalna ekologija*, 12 (1-2).
43. Leonard, R. i Leviston, Z. (2017). Applying a Model of Collective Efficacy for Understanding Consumer and Civic Pro-Environmental Actions. *Socijalna ekologija*, 26 (3), 105-123.
44. Lokman, I., M. (2006). E-Mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion.
45. Lončar, J. (2019). Globalizacija i/ili održivi razvoj?. *Geografski horizont*, 65(2), 7-16.
46. Manring, S., L. (2014). The role of universities in developing interdisciplinary action research collaborations to understand and manage resilient social-ecological systems. *Journal of Cleaner Production*. 64, 125-135.
47. Marinčić, M. i Svetoivanec-Marinić, S. (2018). Filozofija i društveno odgovorno poslovanje (etičko-ekološko-kulturološki pogled). *Obrazovanje za poduzetništvo*, E4E, 8 (2), 139-152.
48. Matešić, M., Pavlović, D. i Bartoluci D. (2015). Društveno odgovorno poslovanje. VPŠ Lubertas.
49. Marković, S. i Dragović Sekulić, S. (2014). Ecology Between Politics and Economy. *Informatologia*, 47 (1), 46-51.
50. Martinoli, A. (2019). Ususret izazovima obrazovanja za medije i kulturu 21. stoljeća: Nova znanja i vještine za digitalno, interaktivno i participativno okruženje. *Medijska istraživanja*, 25(2), 5-28.

51. Maurić, E. (1995). Ekološko-ekonomske pretpostavke zelenog modela. *Socijalna ekologija. Zagreb*, 4 (1), 83-90.
52. Medenica-Mitrović, D. i Popović, M. (2019). Korelacija i značaj društveno odgovornoga poslovanjai organizacijske kulture poduzeća. *South Eastern European Journal of Communication*, 1(1), 90-90.
53. Moberg, A. (2010). Assessment of media and communication from a sustainability perspective, PhD Dissertation, Royal Institute of Technology, US AB. Multi-channel audience attention and brand popularity. *Digital Journalism*, 2 (2).
54. Murdock, G. (2017). Communication, crisis and control: Economies, ecologies and technologies of digital times. *Medijska istraživanja*, 23 (2), 17-34.
55. Neto B., Kroeze C., Hordijk L. i Cost C. (2008). Selecting Environmental Systems Analysis tools: Strengths and Weaknesses for use in a decision support tool. *Ecological Management: New Research*. 1-20.
56. Neusteurer, D. (2016). The Concept of Green Economy and its Role in Hegemonic Neoliberal Capitalism. *Socijalna ekologija*, 25 (3), 311-324.
57. Nylén, D. (2015). Digital Innovation and Changing Identities Investigating Organizational Implications of Digitalization; PhD Dissertation, *Print & Media*, Umeå University.
58. Oblak Črnič, T., i Jontes, D. (2017). Revolucija perspektiva o interaktivnosti: od pristupa orijentiranog na medije do pristupa orijentiranog na novinare. *Medijske studije*, 8(15), 0-0.
59. Osmanagić Bedenik, N. i Labaš, D. (2011). Društveno odgovorno poslovanje i održivi razvoj: stanje u hrvatskim poduzećima. *Market-Tržište*, 23(2), 0-0.
60. Patterson, T., E. (2007). Creative Destruction: An Exploratory Look at News on the Internet. Carnegie/Knight Task Force Report on the Future of Journalism Education, Shorenstein Center, Kennedy School of Government.
61. Pérez, A., Ruiz, C. i Fenech, F., C. (2007). Environmental management systems as an embedding mechanism: a research note. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20 (3), 403-422.
62. Perišin, T. i Mlačić, P. (2014). Studij novinarstva: Digitalni kurikulum za digitalno novinarstvo. *Medijska istraživanja*, 20(1), 25-45.

63. Perko Šeparović, I. (1996). Ekološki izazovi i državni management. Dva svjetonazora. *Socijalna ekologija*, 5 (4), 543-552.
64. Plenković, J. (2008). Humana ekologija i tehnologija transcendentne komunikacije. *Informatologia*, 41 (4), 276-285.
65. Plenković, M., Mustić, D. (2011). Graphic Technologies and Communicational Behaviour in Ecological Crises. *Informatologia*, 44 (4), 296-308.
66. Poljak, P., Duboković, I., i Lenardić, M. (2013). Razlozi i preduvjeti za sustavnu implemetaciju DOP-a u poduzetničke tvrtke - primjena iskustava velikog poslovnog sustava. *Učenje za poduzetništvo*, 3(2), 178-186.
67. Quien, M. (2012). Društveno odgovorno poslovanje kao konkurentna prednost: analiza ciljeva najuspješnijih tvrtki u Hrvatskoj. *Učenje za poduzetništvo*, 2 (1), 303-307.
68. Raguž, A., Bušić, M., i Jurišić, J. (2019). Uloga i primjena tehnike društvenoodgovornoga poslovanja u odnosima s javnošću: primjeri internetskih kampanja. *South Eastern European Journal of Communication*, 1(2), 95-106.
69. Ramos, B., Martins, P., I., Martinho, A., P, Douglas, H., C, Painho, M. i Caeiro, S. (2014) An open participatory conceptual framework to support State of the Environment and Sustainability Reports. *Journal of Cleaner Production*. 64, 158-172. ISSN 0959-6526, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.08.038>.
70. Salarić, D., i Jergović, A. (2012). Poduzetništvo i društveno odgovorno poslovanje. *Učenje za poduzetništvo*, 2(2), 295-301.
71. Schlesinger, P., Doyle, G. (2014). From organizational crisis to multi-platform salvation? Creative destruction and the recomposition of news media. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*. *Journalism*, 16 (3), 305-323.
72. Schroeder, R., (2018) Towards a theory of digital media. *Information, Communication & Society*, 21:3, 323-339.
73. Sharkova, E., A., Nigmatullina, K., Balakhonskaya, L., V., Gromova, T., M., Balakhonsky, V., V. (2017). Ecological journalism in regional political processes. *Ecology, Environment and Conservation*. EM International. 23 (2).
74. Stamenković, S. (2015). Novinarstvo i mediji budućnosti – kreiranje identiteta i stvarnosti. *In medias res*, 4(6), 838-858.

75. Šinkić, Z. (2013). Misliti zeleno. *Informatica museologica*, 44 (1-4), 240-243.
76. Tafra-Vlahović, M., i Pletikosić, M. (2015). Stavovi javnosti o prilagodbi kompanija klimatskim promjenama. *Informatologia*, 48(3-4), 135-144.
77. Tkalac, Verčić A., Ćorić, S., D. i Vokić, P., N. (2014). Priručnik za metodologiju istraživanja u društvenim djelatnostima. Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje. M.E.P., Zagreb
78. Tolušić, Z., Dumančić, E., i Bogdan, K. (2014). Društveno odgovorno poslovanje i zeleni marketing. *Agroeconomia Croatica*, 4(1), 25-31.
79. The Guardian (2018). Just 100 companies responsible for 71% of global emissions, study says. <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2017/jul/10/100-fossil-fuel-companies-investors-responsible-71-global-emissions-cdp-study-climate-change> (10.3.2022.).
80. Tomić, D., Đorđević, T., i Grdić, M. (2022). Ekonomske implikacije tehnološkog i energetskeg napretka na intenzitet emisije CO₂ u izabranim zemljama. *Oeconomica Jadertina*, 12(1), 3-18.
81. Thurman, N. (2014). Newspaper consumption in the digital age: Measuring multi-channel audience attention and brand popularity. *Digital Journalism*, 2, 156 – 178.
82. Thurman, N. J., Picard, R., Myllylahti, M., Krumsvik, A. (2017). On Digital Distribution's Failure to Solve Newspapers' Existential Crisis: Symptoms, Causes, Consequences and Remedies. Scott A. Eldridge II i Bob Franklin (ur.) *Routledge Handbook of Developments in Digital Journalism Studies*. London.
83. Udovičić, M., Baždarić, K., Bilić-Zulle, L. i Petrovečki, M. (2007). Što treba znati kada izračunavamo koeficijent korelacije?. *Biochemia Medica*, 17 (1), 10-15.
84. Voicu, D., D. (2018). How do we measure corporate environmental performance? A critical review. *Journal of Cleaner Production*. 196, 1124-1157.
85. Wimmer, D., Dominick, R. (2011) *Mass Media Research: An Introduction*, Boston, Mass Cengage- Wadsworth, Sjedinjene Američke Države.
86. Yevgeniya, A. (2016). Environmental Impacts of ICT: Present and Future. *KTH Royal Institute of Technology*. US-AB, Stockholm.
87. Zelenika, R. (2000). Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog dijela, četvrto izdanje. Ekonomski fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka.

88. Zhang, W., Wang, W., Wang, S. (2014). Environmental performance evaluation of implementing EMS (ISO 14001) in the coating industry: case study of a Shanghai coating firm. *Journal of Cleaner Production*. 64, 205-217.
89. Zotaj E., Buza L. (2014). Environmental Journalism as a Management Tool for Poverty Reduction: Considerations on Albanian Current Developments. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 187.

7.1 Izvori

1. Državni zavod za statistiku (2011). Popis stanovništva.
2. Državni zavod za statistiku (2021). Popis stanovništva.

8 DODACI

8.1 Popis slika

Slika 1: Prikaz certifikata koje posjeduju novinske organizacije na globalnoj razini (WAN-IFRA, 2018)	37
Slika 2: Ukupni prihodi od izdavanja novina u RH 2016. - 2019. (Hrvatska gospodarska komora, 2020).....	41
Slika 3: Primjena dobrovoljnih politika u organizacijama (WAN-IFRA, 2018)	44
Slika 4: Ukupna prodana naklada općeinformativnih dnevnika u RH u razdoblju od 2017. do 2020. godine (AZTN, 2019)	55
Slika 5: Tržišni udjeli grupacija nakladnika općeinformativnih dnevnika u RH u 2020. godini (prodana naklada i prihod od oglašavanja u općeinformativnim dnevnicima) u %	66
Slika 6: Dobna skupina ispitanika, prema navršenim godinama starosti	72
Slika 7: Rodno opredjeljenje ispitanika	73
Slika 8: Stupanj obrazovanja ispitanika	74
Slika 9: Mjesečni dohodak ispitanika.....	75
Slika 10: Status zaposlenja ispitanika	76
Slika 11: Mjesto stanovanja ispitanika.....	77
Slika 12: Regija stanovanja ispitanika	78
Slika 13: Testiranje za promatrana pitanja, prema faktorima slaganja/neslaganja	83
Slika 14: Učestalost čitanja medijskih proizvoda	88
Slika 15: Prikaz odgovora da, za pitanje: Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine: Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme, itd.) na temelju tablice 17.....	101
Slika 16: Glavni izvori prihoda istraženih novinskih organizacija	161
Slika 17: Približan omjer trenutne distribucije tiskanog i digitalnog sadržaja istraženih novinskih organizacija	162
Slika 18: Razlozi uvođenja digitalnog sadržaja kod istraženih novinskih organizacija	163
Slika 19: Najčešće korištena dobrovoljna poslovna pravila/obveza kod istraženih novinskih izdavača.....	164

Slika 20: Poslovni certifikati trećih strana koje posjeduju istražene novinske organizacije.	164
Slika 21: Ekološke alate koje trenutno koriste istražene novinske organizacije, za poboljšanje vlastite ekološke učinkovitosti.....	165
Slika 22: Ekološke aktivnosti koje namjeravaju provesti u sljedeće dvije godine.....	166

8.2 Popis tablica

Tablica 1: Popis dnevnih novinskih izdanja obuhvaćenih u istraživanju. Izvor: AZTN, 2020.	64
Tablica 2: Struktura i čestice RSNEP skale (Dunlap i sur., 2000)	68
Tablica 3: Rodno opredjeljenje za odgovore ostalo	73
Tablica 4: Sociodemografski pokazatelji.....	79
Tablica 5: Deskriptivni pokazatelji odgovora na promatrana pitanja RSNEP skale	82
Tablica 6: Testiranje za promatrana pitanja, prema faktorima slaganja/neslaganja	83
Tablica 7: Pouzdanost za faktor slaganje, Cronbach's Alpha	84
Tablica 8: Statistika ukoliko je čestica izbrisana	85
Tablica 9: Pouzdanost neslaganje, Cronbach's Alpha	85
Tablica 10: Statistika ukoliko je čestica izbrisana	86
Tablica 11: Test statističke normalnost, Shapiro-Wilk i Kolmogorov-Smirnov test	86
Tablica 12: Učestalost čitanja medijskih proizvoda	87
Tablica 13: Analiza čitalačkih navika za pojedinačne digitalne medijske sadržaje	89
Tablica 14: Analiza čitalačkih navika specifičnih tiskanih sadržaja	91
Tablica 15: Razlozi za odabir pojedinih medijskih sadržaja	93
Tablica 16: Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene online novine.....	96
Tablica 17: Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine	100
Tablica 18: Rangovi prema dobnim skupinama ispitanika.....	106
Tablica 19: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite dobnu skupinu kojoj pripadate, prema navršenim godinama starosti.....	108
Tablica 20: Rangovi prema rodu ispitanika.....	111
Tablica 21: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite Vaš rod.....	113
Tablica 22: Rangovi prema stupnju obrazovanja	120
Tablica 23: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite najviši stupanj obrazovanja.....	122
Tablica 24: Rangovi prema osobnom mjesečnom dohotku.....	130
Tablica 25: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite osobni mjesečni dohodak	131

Tablica 26: Rangovi prema mjestu stanovanja	139
Tablica 27: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite Vaše mjesto stanovanja	141
Tablica 28: Rangovi prema statusu zaposlenja.....	147
Tablica 29: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite status zaposlenja.....	149
Tablica 30: Rangovi prema regiji stanovanja	155
Tablica 31: Kruskal Wallis Test s grupnom varijablom: Zaokružite Vašu regiju stanovanja	157
Tablica 32: Spearmanov koeficijent korelacije	158
Tablica 33: Mann-Whitney U i Kruskal-Wallis H test	159
Tablica 34: Testna statistika a,b.....	159
Tablica 35: Rangovi.....	160
Tablica 36: Testna statistika a,b.....	160

PRILOZI

Prilog A: Pismo najave

U skladu s planom Europske Komisije o zaštiti okoliša, prema kojem Europa želi postati prvi klimatski neutralni kontinent do 2050. godine, ova anketa prikuplja podatke o ekološkoj osviještenosti i čitalačkim navikama stanovnika Republike Hrvatske. Anketa je podijeljena u tri dijela i ima ukupno 30 pitanja, s unaprijed ponuđenim odgovorima pa je za ispunjavanje potrebno izdvojiti 5-10 minuta. Anketa je anonimna i koristi se u znanstvene svrhe, točnije u svrhu izrade doktorske disertacije.

Prilog B: Upitnik

Anketa o ekološkoj osviještenosti i čitalačkim navikama

Sociodemografska i sociokulturna obilježja

1) Zaokružite dobnu skupinu kojoj pripadate, prema navršenim godinama starosti:

- a) 18-34
- b) 35-49
- c) 50-64
- d) 65 i više

2) Zaokružite Vaš rod:

- a) Ženski
- b) Muški
- c) Ostalo

3) Zaokružite Vaš najviši stupanj obrazovanja:

- a) Osnovna škola
- b) Srednja škola
- c) Preddiplomski studij
- d) Diplomski studij
- e) Poslijediplomski studij
- f) Profesor

4) Zaokružite Vaš osobni mjesečni dohodak:

- a) Manje od 5 000 HRK
- b) 5 001 – 8 000 HRK
- c) 8 001 – 10 000 HRK
- d) 10 001 – 13 000 HRK
- e) 13 001 – 15 000 HRK

- f) Više od 15 000 HRK
- g) Nemam mjesečni dohodak

5) Status zaposlenja:

- a) Bez radnog iskustva
- b) Zaposlen/a
- c) Nezaposlen/a
- d) Osoba s invaliditetom
- e) Škola/studij
- f) Umirovljenik

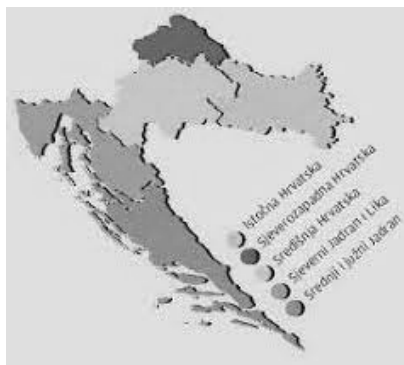
6) Zaokružite svoje mjesto stanovanja

- a) Naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika
- b) Naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika
- c) Naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika
- d) Naselje od 100 001 do 200 000
- e) Naselje preko 200 000 stanovnika

7) Zaokružite Vašu regiju stanovanja (u skladu s niže prikazanom slikom karte):

- a) Istočna Hrvatska
- b) Sjeverozapadna Hrvatska
- c) Središnja Hrvatska
- d) Sjeverni Jadran i Lika
- e) Srednji i južni Jadran

Regije RH:



Ekološka osviještenost

Analiza stupnja ekološke osviještenosti.

- 8) Broj ljudi koje Zemlja može uzdržavati približava se granici.
- a) uopće se ne slažem
 - b) ne slažem se
 - c) ne znam/nisam siguran/sigurna
 - d) slažem se
 - e) u potpunosti se slažem
- 9) Čovjek ima pravo izmijeniti prirodni okoliš kako bi ga prilagodio svojim potrebama.
- a) uopće se ne slažem
 - b) ne slažem se
 - c) ne znam/nisam siguran/sigurna
 - d) slažem se
 - e) u potpunosti se slažem
- 10) Čovjekovo upletanje u prirodne procese često dovodi do katastrofalnih posljedica.
- a) uopće se ne slažem
 - b) ne slažem se

- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

11) Čovjekova domišljatost osigurat će da NE učinimo Zemlju nepogodnom za život.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

12) Čovječanstvo ozbiljno zloupotrebljava okoliš.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

13) Na Zemlji postoji izobilje prirodnih resursa, samo ih moramo naučiti koristiti.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

14) Biljke i životinje imaju jednako pravo na postojanje kao i ljudi.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se

e) u potpunosti se slažem

15) Prirodna ravnoteža je dovoljno jaka da izdrži utjecaj modernih industrijskih nacija.

a) uopće se ne slažem

b) ne slažem se

c) ne znam/nisam siguran/sigurna

d) slažem se

e) u potpunosti se slažem

16) Usprkos našim izuzetnim sposobnostima, ljudska je vrsta još uvijek podložna prirodnim zakonima.

a) uopće se ne slažem

b) ne slažem se

c) ne znam/nisam siguran/sigurna

d) slažem se

e) u potpunosti se slažem

17) Takozvana „ekološka kriza” koja prijete čovječanstvu velikim je dijelom preuveličana.

a) uopće se ne slažem

b) ne slažem se

c) ne znam/nisam siguran/sigurna

d) slažem se

e) u potpunosti se slažem

18) Zemlja je poput svemirskog broda s vrlo ograničenim prostorom i zalihama.

a) uopće se ne slažem

b) ne slažem se

c) ne znam/nisam siguran/sigurna

d) slažem se

e) u potpunosti se slažem

19) Smisao ljudske vrste jest da vlada ostalom prirodom.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

20) Prirodna ravnoteža je vrlo osjetljiva i lako ju je poremetiti.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

21) Čovjek će jednom dovoljno naučiti o prirodnim mehanizmima da bude u stanju kontrolirati prirodu.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

22) Nastave li se stvari odvijati svojim sadašnjim tijekom, uskoro ćemo doživjeti veću ekološku katastrofu.

- a) uopće se ne slažem
- b) ne slažem se
- c) ne znam/nisam siguran/sigurna
- d) slažem se
- e) u potpunosti se slažem

Učestalosti čitanja novinskih sadržaja

Analiza čitalačkih navika

23) Koliko često čitate novine online?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Rijetko
- d) Nikad

24) Koliko često čitate tiskane novine?

- a) Uvijek
- b) Često
- c) Rijetko
- d) Nikad

25) Koje od navedenih novina čitate online i koliko često:

gdje je: *1 - uvijek, 2 - često, 3 – rijetko, 4 – nikad*

	1	2	3	4
Jutarnji list				
Večernji list				
24sata				
Glas Slavonije				
Slobodna Dalmacija				
Novi list				
Poslovni dnevnik				

26) Koje od navedenih tiskanih novina čitate i koliko često:

gdje je: 1 - uvijek, 2 - često, 3 – rijetko, 4 - nikad

	1	2	3	4
Jutarnji list				
Večernji list				
24sata				
Glas Slavonije				
Slobodna Dalmacija				
Novi list				
Poslovni dnevnik				

27) Vjerujem u točnost informacija sljedećih dnevnih novina:

gdje je: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 – ne znam/ nisam siguran/sigurna, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem

	1	2	3	4	5
Jutarnji list					
Večernji list					
24sata					
Glas Slavonije					
Slobodna Dalmacija					
Novi list					
Poslovni dnevnik					

28) Sljedeće dnevne novine primjenjuju društveno odgovorno poslovanje (briga o okolišu, društvu, lokalnoj zajednici i sl.):

gdje je: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 – ne znam/ nisam siguran/sigurna, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem

	1	2	3	4	5
Jutarnji list					
Večernji list					
24sata					
Glas Slavonije					
Slobodna Dalmacija					
Novi list					
Poslovni dnevnik					

29) Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene online novine (mogućnost odabira više odgovora):

gdje je: 1- Tiskani materijal (tehnološki aspekt), 2 – Vjerodostojnost plaćenog sadržaja, 3- Informiranost, 4- Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme, itd.), 5 – povjerenje u izvor informacija, 6 - Ne čitam ovaj sadržaj

	1	2	3	4	5	6
Jutarnji list						
Večernji list						
24sata						
Glas Slavonije						
Slobodna Dalmacija						
Novi list						
Poslovni dnevnik						

30) Navedite razloge zbog kojih čitate niže navedene tiskane novine (mogućnost odabira više odgovora):

gdje je: 1- Tiskani materijal (tehnološki aspekt), 2 – Vjerodostojnost plaćenog sadržaja, 3- Informiranost, 4- Društveno odgovorno poslovanje (ekološke i socijalno osjetljive teme, itd.), 5 – povjerenje u izvor informacija, 6 - Ne čitam ovaj sadržaj

	1	2	3	4	5	6
Jutarnji list						
Večernji list						
24sata						
Glas Slavonije						
Slobodna Dalmacija						
Novi list						
Poslovni dnevnik						

Prilog C: Pismo najave intervjua

Poštovani,

kontaktiram Vas zbog istraživanja koje provodim u svrhu svoje doktorske disertacije, pod naslovom “Upotreba Sustava upravljanja okolišem u hrvatskim novinskim organizacijama”. Ovdje koristim intervju s rukovoditeljima, kao korektivnu metodu već postojećoj anketi čitatelja u RH, i pritom ispitujem spremnost hrvatskih novinskih organizacija na primjenu ekološkog menadžmenta u svojim poslovnim procesima. Rezultati intervjua su anonimni, a obuhvaćaju po jednog rukovoditelja iz sljedećih dnevnih novina: Jutarnji list, Slobodna Dalmacija, Glas Slavonije, Novi list, 24sata, Večernji list i Poslovni dnevnik. Intervju možete ispuniti putem platforme Survey Monkey, a dostupan je i putem mobilnog uređaja. Trajanje intervjua je oko 10 minuta. Ima 17 kratkih pitanja koja uglavnom imaju ponuđene odgovore.

Intervjuu možete pristupiti ovdje: <https://www.surveymonkey.com/r/TY8PQYJ>

Stojim Vam na raspolaganju za dodatna pitanja (maja.maldini@gmail.com) i unaprijed zahvaljujem na razumijevanju i dobroj volji.

Lijepi pozdrav,

Maja Maldini

Prilog D: Intervju

E-mail intervju o upotrebi ekološkog menadžmenta u poslovnim procesima novinskih organizacija

Svrha e-mail intervjuja

U skladu s odredbama Europske komisije o zaštiti okoliša, prema kojima Europa želi postati prvi klimatski neutralni kontinent do 2050. godine, ovaj e-mail intervju prikuplja podatke o spremnosti hrvatskih novinskih organizacija za primjenu ekološkog menadžmenta u svojim poslovnim procesima.

Intervju je podijeljen u dva dijela i ima ukupno 18 pitanja, od kojih većina ima unaprijed ponuđene odgovore, pa ga je moguće ispuniti unutar 10 minuta. Intervju je anonimn i koristi se u znanstvene svrhe, točnije u svrhu izrade doktorske disertacije.

Opća obilježja

1) Navedite dnevne novine za koje radite:

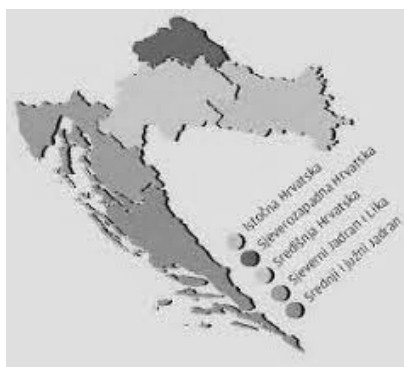
- a) Jutarnji list
- b) Večernji list
- c) 24 sata
- d) Poslovni dnevnik
- e) Slobodna Dalmacija
- f) Glas Slavonije
- g) Novi list

2) Razina funkcije u organizaciji:

- a) Visoki menadžment (predsjednik, uprava, izvršni direktor, CEO, glavni direktor)
- b) Srednji menadžment (direktori sektora, voditelji odjela, voditelji službi)
- c) Niža razina menadžmenta (voditelji projekata, supervizori)

- 3) Razina stručne spreme:
- a) Osnovna škola
 - b) Srednja škola
 - c) Preddiplomski studij
 - d) Diplomski studij
 - e) Poslijediplomski studij
 - f) Profesor
- 4) Zaokružite Vaš rod:
- a) Ženski
 - b) Muški
 - c) Ostalo
- 5) Zaokružite dobnu skupinu kojoj pripadate, prema navršenim godinama starosti:
- a) 18-34
 - b) 35-49
 - c) 50-64
 - d) 65 i više
- 6) Zaokružite regiju kojoj pripada Vaša organizacija (u skladu s niže prikazanom slikom karte):
- a) Istočna Hrvatska
 - b) Sjeverozapadna Hrvatska
 - c) Središnja Hrvatska
 - d) Sjeverni Jadran i Lika
 - e) Srednji i južni Jadran

Regije RH:



Financijska i poslovna obilježja

- 7) Navedite glavne izvore prihoda Vaše organizacije? (moguće zaokružiti više odgovora):
- Naplata digitalnog sadržaja
 - Prodaja tiskanih sadržaja
 - Oglašavanje
 - Ostalo (molim pojasnite)
- 8) Koja od navedenih dobrovoljnih poslovnih pravila/obveza najčešće koristi Vaša organizacija (mogućnost odabira više odgovora):
- Ekološka održivost
 - Zdravlje i sigurnost
 - Društveno odgovorno poslovanje (DOP)
 - Raznolikost/jednakost
 - Ništa od navedenog
 - Ostalo (molim pojasnite)
- 9) Navedite poslovni certifikat trećih strana koji posjeduje Vaša organizacija? (mogućnost odabira više odgovora):
- ISO 9001 Sustav upravljanja kvalitetom
 - ISO 14001 Sustav upravljanja okolišem

- c) FSC Vijeće za nadzor šuma
- d) EMAS Sustav za ekološko upravljanje i neovisno ocjenjivanje
- e) Ništa od navedenog
- f) Ostalo (molim pojasnite)

10) Prema Vašem mišljenju, koji od niže ponuđenih poslovnih procesa u novinskim organizacijama, najviše utječe na okoliš i uolikoj mjeri:

gdje je: 1 - uopće se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 – ne znam/ nisam siguran/sigurna, 4 - slažem se, 5 - u potpunosti se slažem

	1	2	3	4	5
Proizvodnja tiskanog sadržaja					
Proizvodnja digitalnog sadržaja					
Fizička distribucija sadržaja					
Potrošnja električne energije u proizvodnji sadržaja					

Ostalo (molim pojasnite)

11) Navedite ekološke alate koje trenutno koristi Vaša organizacija, za poboljšanje ekološke učinkovitosti (mogućnost odabira više odgovora):

- a) Smanjivanje upotrebe papira u proizvodnji
- b) Digitalizacija sadržaja i poslovnih procesa
- c) Smanjivanje fizičke distribucije sadržaja
- d) Certifikat treće strane
- e) Smanjivanje potrošnje električne energije
- f) Recikliranje
- g) Ostalo (molim pojasnite)

12) Navedite ekološke aktivnosti koje namjeravate provesti u sljedeće dvije godine

(mogućnost odabira više odgovora):

- a) Smanjiti potrošnju električne energije
- b) Smanjiti papirnati otpad / povećati recikliranje
- c) Smanjiti proizvodnju tiskanih sadržaja
- d) Povećati proizvodnju digitalnih sadržaja
- e) Digitalizirati poslovanje
- f) Dobiti certifikat treće strane
- g) Ništa od navedenog
- h) Ostalo (molim pojasnite)

13) Navedite jednu aktivnost koja u Vašoj organizaciji trenutno najviše utječe na okoliš u pozitivnom smislu:

14) Navedite jednu aktivnost u Vašoj organizaciji, koja trenutno najviše utječe na okoliš u negativnom smislu:

15) Zaokružite razloge uvođenja digitalnog sadržaja u Vašoj organizaciji (mogućnost odabira više odgovora):

- a) Financijski razlozi
- b) Razlozi ekološke prirode
- c) Smanjena čitanost tiskanih sadržaja
- d) Povećani interes čitatelja za digitalni sadržajem
- e) Interesi oglašivača
- f) Utjecaj konkurenata
- g) Ostalo (molim pojasnite)

16) Zaokružite približan omjer trenutne distribucije tiskanog i digitalnog sadržaja u Vašoj organizaciji:

- a) 100 % tiskani sadržaj

- b) 100 % digitalni sadržaj
- c) 50/50
- d) >50 % tiskano / <50 % digitalno
- e) <50 % tiskano / >50 % digitalno
- f) Ostalo (molim pojasnite)

17) Navedite ukupni i jedinstven broj posjetitelja digitalnih sadržaja Vaših dnevnih novina, u 2020. i 2021. (ako su dostupni – do danas):

18) Na temelju Vaših odgovora na gore postavljena pitanja, ukratko definirajte pojam: što je ekološki menadžment u novinskoj organizaciji.

ŽIVOTOPIS

Maja Maldini, mag. nov., rođena je 26. travnja 1988. godine u Zagrebu. Akademski stupanj magistre stekla je 2014. godine kada diplomira novinarstvo na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu. Od 2014. do 2015. provodi stručno osposobljavanje u Agenciji za kvalitetu i akreditaciju u zdravstvu i socijalnoj skrbi, pri Ministarstvu zdravlja u Zagrebu gdje obavlja poslove kao asistent direktoru. U razdoblju od 2016. do 2018. godine radi u internacionalnom poduzeću Primevigilance d.o.o. kao pomoćnik za kvalitetu. U akademskoj godini 2017./2018. odobreno joj je pravo upisa u prvi semestar prve godine poslijediplomskog interdisciplinarnog sveučilišnog studija Komunikologija na Doktorskoj školi Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Nakon dvije godine studija dodijeljena joj je Erasmus stipendija za stručnu praksu u Frankfurtu, u Svjetskoj organizaciji novinskih izdavača (WAN-IFRA) gdje ostaje i radi pet mjeseci tijekom 2018./2019. godine. Godine 2019. se vraća u Hrvatsku i otvara Planetae, obrt za savjetovanje u svrhu ostvarivanja daljnje suradnje sa Swedish International Development Cooperation Agency (SIDA) i Norwegian Ministry of Foreign Affairs (NMFA) kao konzultant na projektima u suradnji s WAN-IFRA-om. Godine 2021. otvara poduzeće Plantae Consulting d.o.o. gdje radi kao direktor i vlasnik te kao suradnik i konzultant na projektima s WAN-IFRA-om. Sve do danas, zajedno s WAN-IFR-om, redovito sudjeluje u domaćim i internacionalnim konferencijama, seminarima i kongresima, najčešće na temu razvoja digitalnog novinarstva.

Objavljeni radovi:

Maldini, M., Knežević G., Glavaš, J. (2021). THE IMPACTS OF IMPLEMENTING PAYWALLS IN CROATIAN DIGITAL DAILIES ON STUDENT READERS. *Conference proceedings of International Conference on the Economics of the Decoupling (ICED)*. Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti (HAZU); Ekonomski fakultet u Zagrebu. Str. 615-639. ISSN 2718-3106.