

*Sanja Mlivončić<sup>15</sup>*

## MOĆ MEDIJA KAO IZVORA INFORMACIJA I UTJECAJA NA DONOŠENJE ODLUKE O CIJEPLJENJU PROTIV COVID-19

Prethodno priopćenje  
<https://doi.org/10.59014/PPUY2944>

### Sažetak

Suvremeni mediji potpomognuti brzim razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologija imaju veliku moć u suvremenom medijskom okruženju. Mediji, osim uloge informiranja svojih korisnika, oblikuju vrijednosti o životu i ljudskim odnosima, te sudjeluju u strukturi društvene moći. Budući da se moć medija ogleda u njihovom utjecaju na javnost u smislu ispunjavanja svoje društvene uloge, cilj ovog istraživačkog rada jest istražiti u kojoj su mjeri različiti oblici medija kao izvora informacija utjecali na odluku cijepljenja stanovništva u Republici Hrvatskoj protiv COVID-19 te koliko se vjeruje informacijama dobivenim iz medija. Za potrebe istraživanja koristit će se metoda ispitivanja pomoću anketnog upitnika. Za analizu podataka koristit će se deskriptivni i inferencijalni statistički postupci. Rezultati su pokazali veliku učestalost korištenja interneta kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19, a statistički značajno veći utjecaj novih medija u odnosu na tradicionalne na donošenje odluke o cijepljenju. Stoga je bliska suradnja između zdravstvenih stručnjaka i medija nužna za kampanju cijepljenja i širenja točnih informacija te borbu protiv obmanjujućih informacija o cjepivima protiv COVID-19.

**Ključne riječi:** cijepljenje, COVID-19, izvor zdravstvenih informacija, mediji

<sup>15</sup> doktorandica Doktorske škole – Komunikologija Sveučilišta J. J. Strossmayera u Osijeku, [sanja11983@yahoo.com](mailto:sanja11983@yahoo.com)

## Uvod

Pojavom i iznimno brzim širenjem SARS-CoV-2 virusa na globalnoj razini znanstvena javnost je bila usmjerena na istraživanje kliničkih obilježja, prevenciji i liječenju bolesti COVID-19 (Begić, Lauri Korajlija i Jokić-Begić, 2020). O razmjerima širenja bolesti govore podatci Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo kako je do 17. ožujka 2022. u svijetu od COVID-19 oboljelo 462 111 807 ljudi, a nažalost preminulo 6 074 603 osoba, dok je do tog datuma u Republici Hrvatskoj od COVID-19 oboljelo 1 051 742 osoba, a preminulo 15 383 osoba (Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu, 17/03/2022, url). Svjetska zdravstvena organizacija 11. ožujka 2020. proglasila je epidemiju pandemijom, a razvoj cjepiva protiv COVID-19 bila je ključna strategija za borbu protiv pandemije (Loomba i sur., 2021).

Cijepljenje je jedna od najuspješnijih javnozdravstvenih intervencija i kamen temeljac za prevenciju zaraznih bolesti. Osim individualne zaštite koja se postiže cijepljenjem, njegovom provedbom postiže se i kolektivna imunost ako se postigne dovoljan obuhvat populacije cijepljenjem (Puri, 2020). Razvoj cjepiva obično traje u prosjeku 10 godina, ali u slučaju cjepiva protiv COVID-19 dva su cjepiva dobila odobrenje za hitnu upotrebu već u prosincu 2020. (Al-Amer, 2022). Međutim, da bi cijepljenje bilo uspješno, mora postojati široka spremnost na cijepljenje (Woko, Siegel i Hornik, 2020). Svjetska zdravstvena organizacija je i prije pojave pandemije COVID-19 navela neodlučnost za cijepljenje kao jednu od 10 najvećih prijetnji globalnom zdravlju koje može spriječiti i uspjeh programa cijepljenja protiv COVID-19 (Luo, 2021).

Stanovništvo je tijekom pandemije svakodnevno bilo izloženo brojnim informacijama o cjepivu putem medija, od zdravstvenih djelatnika, prijatelja i obitelji te suradnika (Smith, 2011). Dok su masovni mediji objavljivali veliku količinu informacija o cjepivu protiv COVID-19, pojedinci su također reproducirali i preuzimali vijesti i informacije s internetskih stranica što je dovelo do stvaranja i lažnih vijesti koje nemaju znanstvenih dokaza i koje prenose zablude i dezinformacije o cjepivu. U izvještavanju tradicionalnih medija (televizija, tisak i radio), vjerojatnije je da će zdravstvene informacije biti provjerene zbog uređivačke politike. S druge strane, društveni mediji i drugi internetski kanali često ne podliježu takvim propisima o sadržaju, što korisnike čini podložnijim lažnim informacijama (Choi i

Jeong, 2021). Studije pokazuju da na društvenim medijima prevladavaju sadržaji koji se zalažu za cjepiva, no unatoč manjem udjelu prisutnog sadržaja protiv cjepiva, te poruke imaju tendenciju generiranja većeg angažmana (Johnson i sur., 2020; Blankenship i sur., 2018). Razna istraživanja impliciraju kako mediji igraju važnu ulogu u donošenju odluka o cijepljenju, te tvrde kako pozitivne medijske poruke mogu povećati želju za cijepljenjem (Bhattacharyya i sur., 2019; Betsch i sur., 2010).

Poštivanje preporučenih mjera zdravstvene prevencije ima iznimno važnu ulogu u kampanjama cijepljenja, a za uspješnost kampanje važno je kombinirati izvore koji su široko korišteni i kojima se vjeruje. Istraživanja su pokazala kako su zdravstveni djelatnici izvor informacija kojima se najviše vjeruje iako nisu prvi odabir za informiranje. Interpersonalni izvori poput obitelji i prijatelja, te institucionalni izvori informacija poput vladinih izvora informacija ili zdravstvenih tijela također su se pokazali pouzdanima u pitanjima vezanim za zdravlje. U usporedbi s navedenim izvorima zdravstvenih informacija, masovni mediji i društvene mreže imaju najmanji stupanj premda se internet pokazao kao prvi izbor za informiranje o zdravstvenim problemima (Gehrau i sur., 2021). Slijedom svega navedenog cilj ovog istraživanja je istražiti u kojoj su mjeri različiti oblici medija kao izvora informacija utjecali na odluku cijepljenja stanovništva u Republici Hrvatskoj protiv COVID-19, te koliko se vjeruje informacijama dobivenim iz medija u odnosu na profesionalne izvore. Osim toga istražiti će se koliko su se često pojedini mediji koristili kao izvori informacija o cjepivu protiv COVID-19.

Rad je podijeljen u pet poglavlja. Nakon uvodnih razmatranja, u drugom se poglavlju daje osvrt na metodologiju. Treće poglavlje prikazuje rezultate istraživanja, dok se na kraju rada nakon rasprave daju zaključna razmatranja.

Pregledom trenutačno dostupne literature postavljene su sljedeće hipoteze koje će se testirati:

H1: Tijekom pandemije COVID-19 masovni mediji su se statistički značajno više koristili kao izvor informacija o cjepivu u odnosu na druge izvore.

H2: Postoji statistički značajna razlika između povjerenja u masovne medije (televizija, radio, novine, društvene mreže, internet) u odnosu na

profesionalne izvore (zdravstveni djelatnici, znanstvenici, Nacionalni krizni stožer) informacija o cjepivu protiv COVID-19.

H3: Novi mediji (društvene mreže i internet) statistički značajno više negativno utječu na donošenje odluke o cijepljenju protiv COVID-19 u odnosu na tradicionalne medije (radio, novine, televiziju).

H4: Postoji statistički značajna povezanost između učestalosti korištenja pojedinih medija kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 i povjerenja u njih.

## Metodologija

Istraživanje je provedeno na uzorku od 121 ispitanika u razdoblju od 15. ožujka do 15. travnja 2022. Za potrebe istraživanja korišteno je *online* ispitivanje na području Republike Hrvatske. Kao metoda uzorkovanja korištena je tehnika snježne grude. Podatci su prikupljeni uz pomoć anketnog upitnika, koji je temeljen na prethodno provedenom istraživanju (Gehrau, 2021)). Upitnik se sastoji od dva dijela. Prvi dio se sastoji od općih pitanja kojim su prikupljene informacije o sociodemografskim obilježjima ispitanika (dob, spol, obrazovanje, osobni mjesečni prihod i veličina naselja stanovanja). Drugi dio upitnika se sastoji od pitanja koja se odnose na učestalost korištenja pojedinih izvora za informiranje o cjepivu protiv COVID-19, zatim na povjerenje u pojedine izvore, te utjecaj istih na donošenje odluke o cijepljenju. U upitniku će se koristiti Likertova skala od 5 stupnjeva. Skala dihotomnog i višestrukog izbora korištena je kako bi se utvrdila sociodemografska obilježja. Statistička analiza provedena je korištenjem statističkog programa STATISTICA, inačice 6.1. Kako bi se utvrdio profil ispitanika primijenit će se deskriptivna statistika, dok će se hipoteze provjeriti pomoću t-testa za zavisne i nezavisne uzorke i korelacija i regresijska analiza.

## Rezultati istraživanja

Sociodemografski podatci (tablica 1) otkrili su da su anketu ispunili gotovo podjednak broj muških i ženskih ispitanika (51,2 % ženskih ispitanika i 48,8 % muških ispitanika). S obzirom na dobnu strukturu, najveći udio

ispitanika bio je u kategoriji od 35 do 49 godina (59,5 %). Od ukupnog broja ispitanika 53,7 % ima završen diplomski studij, a 64,5 % ispitanika je iz Zagreba.

*Tablica 1. Sociodemografska obilježja sudionika (N = 121)*

SOCIODEMOGRAFSKA OBILJEŽJA	FREKVENCIJA (N)	POSTOTAK (%)
Dobna skupina		
18-34	25	20,6
35-49	72	59,5
50-64	14	11,6
65 i više	10	8,3
Spol		
Muški	59	48,8
Ženski	62	51,2
Obrazovanje		
Srednja škola	14	11,6
Dodiplomski studij	8	6,6
Diplomski studij	65	53,7
Poslijediplomski studij	34	28,1
Osobni mjesečni dohodak		
Manje od 5 000 HRK	8	6,6
5 001 – 10 000 HRK	30	24,8
10 001 – 15 000 HRK	38	31,4
Više od 15 000 HRK	34	28,1
Ne želim se izjasniti	11	9,1
Mjesto stanovanja		
Naselje manje od 2 000 stanovnika	1	0,8
Naselje od 2 000 do 10 000 stanovnika	12	9,9
Naselje od 10 001 do 50 000 stanovnika	18	14,9
Naselje od 50 001 do 100 000 stanovnika	6	5,0
Naselje od 100 001 do 200 000 stanovnika	6	5,0
Naselje preko 200 000 stanovnika	78	64,5

*Izvor: Istraživanje autorice.*

Rezultati učestalosti korištenja, zatim povjerenja u točnost informacija te utjecaj pojedinih izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 prikazani su u tablici 2. Tablica pokazuje da su se ispitanici za dobivanje informacija o cjepivu najviše koristili internetom (3,7), dok su najviše povjerenja imali u znanstvenike (4,0) i zdravstvene djelatnike (3,9). Također su naveli da su zdravstveni djelatnici (3,7) i znanstvenici (3,6) imali najveći utjecaj na njihovu odluku za cijepljenje.

*Tablica 2. Deskriptivna statistika odgovora bodovanih po Likertovoj skali (N=121)*

Izvori informacija o cjepivu protiv COVID-19	Srednja vrijednost – učestalost korištenja	Srednja vrijednost-povjerenje	Srednja vrijednost-utjecaj
televizija	3,0	2,8	2,4
radio	1,7	2,7	2,0
novine	2,2	2,6	2,0
društvene mreže	2,4	2,1	1,9
internet	3,7	3,0	2,8
zdravstveni djelatnici	3,5	3,9	3,7
obitelj i prijatelji	2,8	2,8	2,7
nacionalni krizni stožer	2,7	3,0	2,5
znanstvenici	3,5	4,0	3,6
drugi izvori	2,2	2,3	2,1

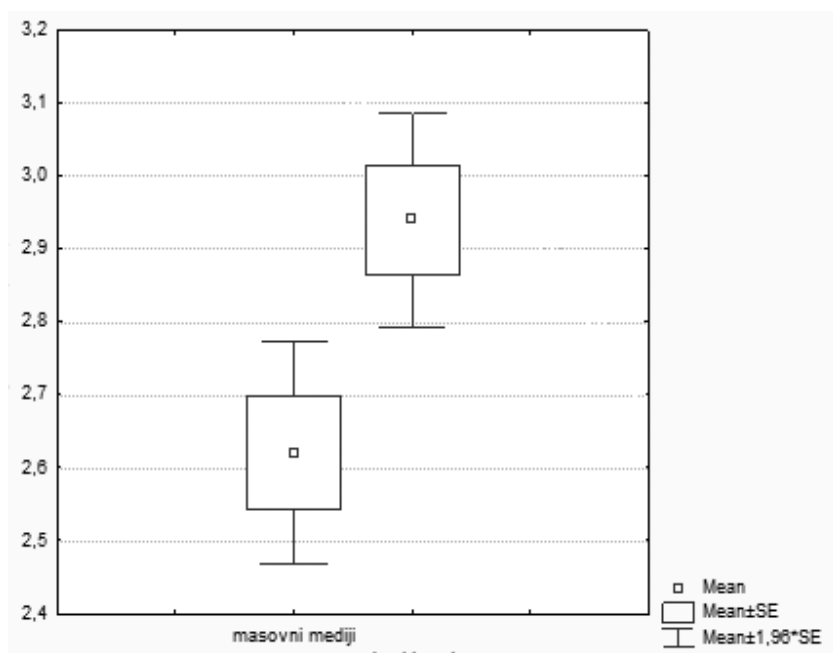
*Izvor: Istraživanje autorice.*

Kako bi se provjerila hipoteza 1, ispitanici su pitani koliko često su koristili pojedine izvore kako bi dobili informacije o cjepivu protiv COVID-19. Od medija su bili ponuđeni: televizija, radio, novine, internet i društvene mreže, a od ostalih: zdravstveni djelatnici, obitelj i prijatelji, Nacionalni krizni stožer i znanstvenici. Postavljena hipoteza da su se tijekom pandemije COVID-19 masovni mediji statistički značajno više koristili kao izvor informacija o cjepivu u odnosu na druge izvore provjerena je pomoću t-testa za zavisne uzorke (tablica 3. i grafikon 1.). Iako se kao izvor informacija najviše koristio internet (3,7), a onda znanstvenici i zdravstveni djelatnici (3,5), t-test pokazuje da su se tijekom pandemije COVID-19 drugi izvori statistički značajno više koristili kao izvor informacija o cjepivu u odnosu na masovne medije ( $p < 0,001$ ) što je u suprotnosti s postavljenom hipotezom.

Tablica 3. Ispitivanje statističke razlike između masovnih medija i drugih izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19

	Mean	Std.Dv.	N	Diff.	Std.Dv.	t	df	p
Masovni mediji	2,620	0,85						
Drugi izvori	2,939	0,83	121	-0,319	0,795	-4,413	120	<0,001

Izvor: Istraživanje autorice.



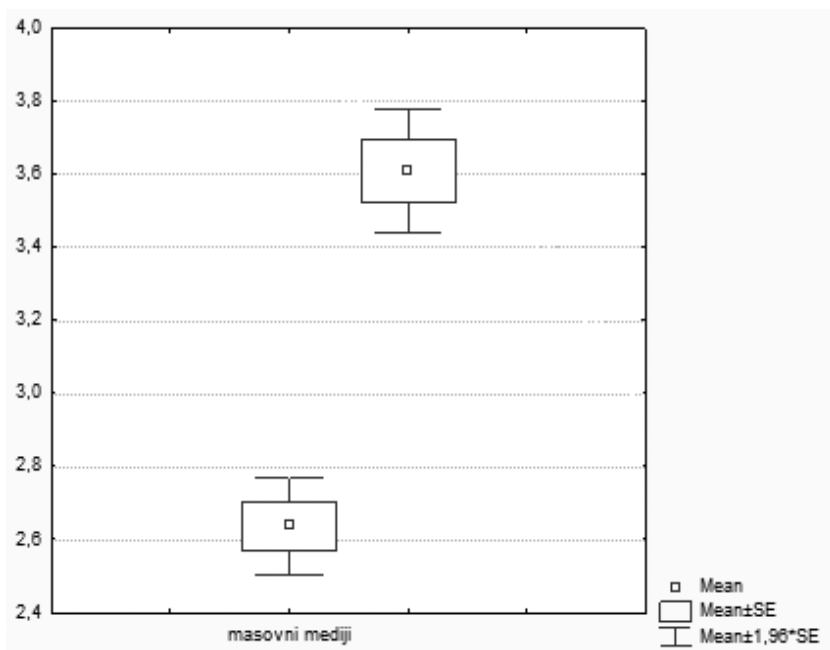
Grafikon 1. Prikaz statističke razlike između masovnih medija i drugih izvora

T-test za zavisne uzorke pokazuje (tablica 4. i grafikon 2.) da je povjerenje u masovne medije (televizija, radio, novine, društvene mreže, internet) statistički značajno niže od povjerenja u profesionalne izvore (zdravstveni djelatnici, znanstvenici, Nacionalni krizni stožer) koji se odnose na informacije o cjepivu protiv COVID-19 ( $p < 0,001$ ), stoga je hipoteza 2. potvrđena.

Tablica 4. Ispitivanje statističke razlike između povjerenja u masovne medije i profesionalne izvore

	Mean	Std.Dv.	N	Diff.	Std.Dv.	t	df	p
Masovni mediji	2,6	0,75						
Profesionalni izvori	3,6	0,94	121	-0,972	0,646	-16,547	120	<0,001

Izvor: Istraživanje autorice.



Grafikon 2. Prikaz statističke razlike između povjerenja u masovne medije i u profesionalne izvore

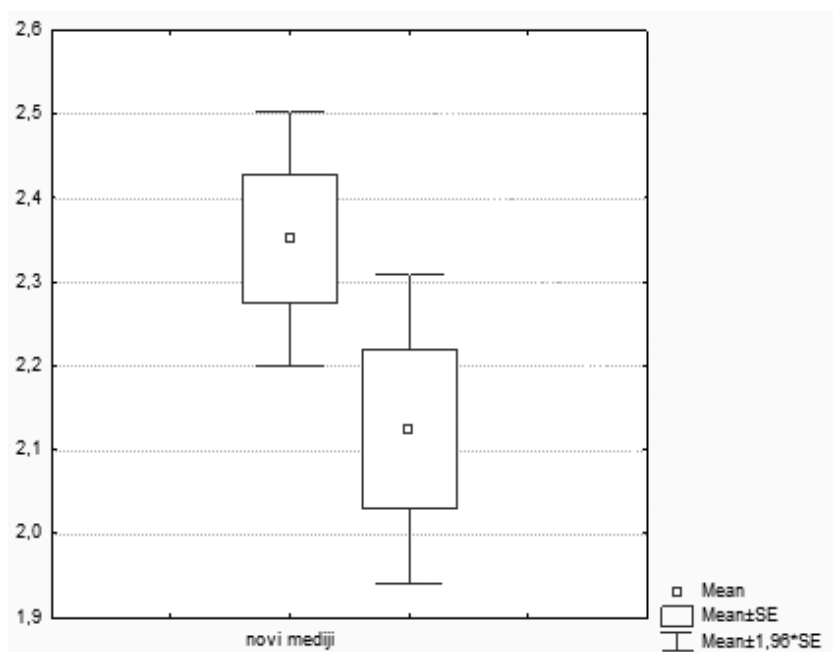
Za provjeru hipoteze 3 t-test za zavisne uzorke (tablica 5. i grafikon 3.) pokazuje da novi mediji (društvene mreže i internet) statistički značajno više utječu na donošenje odluke o cijepljenju protiv COVID-19 u odnosu na tradicionalne medije (radio, novine, televiziju) ( $p < 0,001$ ) te je hipoteza potvrđena.



Tablica 5. Ispitivanje statističke razlike između utjecaja novih medija i tradicionalnih medija na odluku o cijepljenju

	Mean	Std.Dv.	N	Diff.	Std.Dv.	t	df	p
Novi mediji	2,4	0,85						
Tradicionalni mediji	2,1	1,04	121	0,227	0,848	2,947	120	0,004

Izvor: Istraživanje autorice



Grafikon 3. Prikaz statističke razlike između novih i tradicionalnih medija.

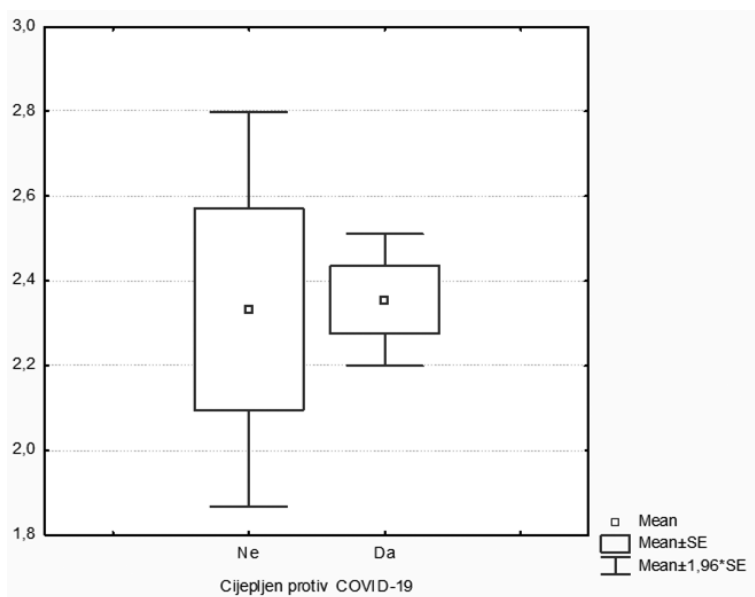
T-test za nezavisne uzorke (tablica 6.) pokazuje da nema statističke razlike između cijepljenih i necijepljenih protiv COVID-19 u odnosu na utjecaj novih i tradicionalnih medija ( $p > 0,05$ ). Kako je broj necijepljenih znatno manji od broja cijepljenih, ovaj se statistički rezultat mora uzeti s rezervom, te se ne može zaključiti da novi mediji imaju veći negativan utjecaj na cijepljenje, a usporedbom utjecaja na cijepljene i necijepljene ne može se zaključiti da je utjecaj na necijepljene bio veći nego na cijepljene, pa se ne može govoriti o negativnom utjecaju, stoga je hipoteza 3. djelomično

potvrđena. Grafikon 4. prikazuje statističku razliku između utjecaja novih medija na cijepljene i necijepljene ispitanike.

*Tablica 6. Ispitivanje statističke razlike između utjecaja novih medija i tradicionalnih medija na negativnu odluku o cijepljenju*

	Mean Ne	Mean Da	t-value	df	p	N1 Ne	N2 Da	Std.Dev. Ne	Std.Dev. Da
Novi mediji	2,3	2,4	-0,106	119	0,916	21	100	1,09	0,80
Tradicionalni mediji	1,9	2,2	-1,300	119	0,196	21	100	1,03	1,04

*Izvor: Istraživanje autorice*



*Grafikon 4. Prikaz statističke razlike između utjecaja novih medija na cijepljene i necijepljene ispitanike*

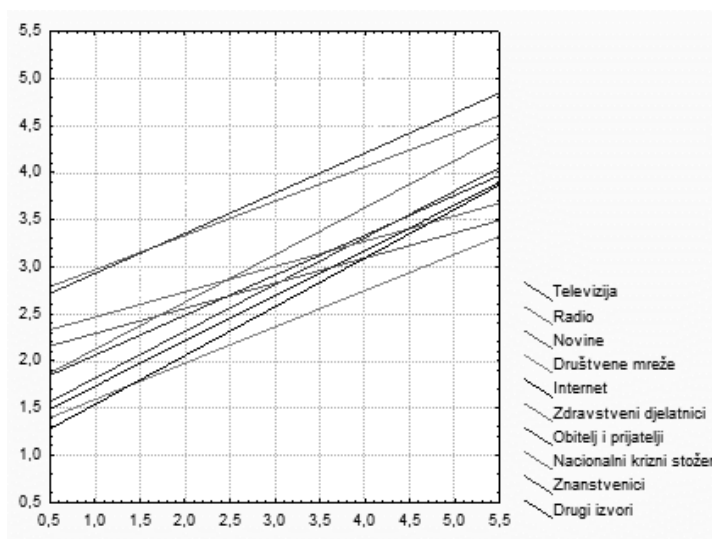
Za provjeru hipoteze 4. korelacija i regresijska analiza pokazuju da postoji statistički značajna pozitivna povezanost između učestalosti korištenja pojedinih medija kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 i povjerenja u njih (tablica 7.), stoga je hipoteza potvrđena. Grafikon 5.

prikazuje povezanost učestalosti korištenja pojedinih medija i povjerenje u njih (grafikon 4.).

*Tablica 7. Korelacija učestalosti korištenja i povjerenja u pojedine medije kao izvore informacija o cjepivu protiv COVID-19*

Izvor informacija	koeficijent korelacije (r)	p
televizija	0,589	< 0,001
radio	0,217	0,017
novine	0,287	0,001
društvene mreže	0,574	< 0,001
internet	0,629	< 0,001
zdravstveni djelatnici	0,437	< 0,001
obitelj i prijatelji	0,469	< 0,001
nacionalni krizni stožer	0,513	< 0,001
znanstvenici	0,527	< 0,001
drugi izvori	0,527	< 0,001

*Izvor: Istraživanje autorice*



*Grafikon 5.: Povezanost učestalosti korištenja pojedinih medija kao izvora informacija o cjepivu protiv COVID-19 i povjerenje u njih (x = učestalost, y = povjerenje)*

## Rasprava

Tijekom pandemije SARS-CoV-2 virusa, mnoštvo informacija o virusu, bolesti i cijepljenju je bilo dostupno putem različitih medijskih kanala. Rezultati istraživanja su pokazali da su ispitanici najviše kao izvor informacija o cjepivu protiv COVID-19 koristili internet (3,7) i zdravstvene djelatnike i znanstvenike (3,5) te da su ujedno u te izvore imali i najviše povjerenja, u znanstvenike najviše (4,0) zatim u zdravstvene djelatnike (3,9) i u internet (3,0) što je u skladu s ranijim istraživanjima koja su pokazala da povjerenje ljudi u izvor informacija utječe na to hoće li se izložiti informacijama iz tog izvora i hoće li obratiti pozornost na taj izvor. Također, prethodna istraživanja o povjerenju u izvore zdravstvenih informacija pokazala su da se informacije koje su dobivene od liječnika smatraju vrlo pouzdanima, osobito u odnosu na druge izvore, te da su uz liječnike najpouzdanije informacije smatrane one od vladinih službenih agencija te one koje se nalaze na internetu (Thai i sur., 2018).

Rezultati su ovog istraživanja pokazali kako su zdravstveni djelatnici (3,7) i znanstvenici (3,6) imali najviše utjecaja na donošenje odluke o cijepljenju te da su *online* izvori informacija imali veći utjecaj na odluku o cijepljenju u odnosu na tradicionalne medije. Budući da izloženost zdravstvenim informacijama putem masovnih medija, kao i informacijama dobivenim iz pojedinačnih ili institucionalnih izvora, utječu na buduće zdravstvene odluke, uključujući i cijepljenje (Woko i sur., 2020), potrebno je u komunikacijskoj kampanji cijepljenja koristiti se izvorima koje su ispitanici najviše koristili za dobivanje informacija o cjepivu protiv COVID-19, a u Republici Hrvatskoj je to bio internet.

## Zaključak

Zaključno, strateška zdravstvena komunikacija za cijepljenje protiv COVID-19 trebala bi pružiti informacije koje potječu iz profesionalnih izvora jer su ispitanici najviše njima vjerovali, a distribuirati se putem interneta jer je to medij koji je najviše korišten kao izvor informacija. Međutim treba naglasiti da se društvene mreže kao izvor informacija teško mogu koristiti u kampanji za povećanje cijepljenja jer su ih ispitanici malo koristili (2,4) te su u njih imali nisku razinu povjerenja (2,1). Ograničenje je ovog

istraživanja homogena skupina ispitanika po pitanju sociodemografskih obilježja te je preporuka da se u budućim sličnim istraživanjima provedu nad reprezentativnijim uzorkom.

## Literatura

- Al-Amer, R., Maneze, D., Everett, B., Montayre, J., Villarosa, A. R., Dwekat, E., & Salamonson, Y. (2022). COVID-19 vaccination intention in the first year of the pandemic: A systematic review. *Journal of clinical nursing*, 31(1-2), 62-86. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/jocn.15951> [pristup: 15.03.2022.]
- Begić, D., Lauri Korajlija, A., & Jokić-Begić, N. (2020). Psihičko zdravlje liječnika u Hrvatskoj za vrijeme pandemije COVID-19. *Liječnički vjesnik*, 142(7-8), 189-198. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/353456> [pristup: 15.03.2022.]
- Betsch, C., Renkewitz, F., Betsch, T., & Ulshöfer, C. (2010). The influence of vaccine-critical websites on perceiving vaccination risks. *Journal of health psychology*, 15(3), 446-455. URL: <https://doi.org/10.1177/1359105309353647> [pristup: 23.03.2022.]
- Bhattacharyya, S., Vutha, A., & Bauch, C. T. (2019). The impact of rare but severe vaccine adverse events on behaviour-disease dynamics: a network model. *Scientific reports*, 9(1), 1-13. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-019-43596-7.pdf> [pristup: 15.03.2022.]
- Blankenship, E. B., Goff, M. E., Yin, J., Tse, Z. T. H., Fu, K. W., Liang, H., Saroha, N. & Fung, I. C. H. (2018). Sentiment, contents, and retweets: A study of two vaccine-related twitter datasets. *The Permanente Journal*, 22. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6004971/pdf/17-138.pdf> [pristup: 23.03.2022.]
- Choi, H., & Jeong, G. (2021). Characteristics of the Measurement Tools for Assessing Health Information–Seeking Behaviors in Nationally Representative Surveys: Systematic Review. *Journal of medical Internet research*, 23(7), e27539. URL: <https://www.jmir.org/2021/7/e27539/PDF> [pristup: 15.03.2022.]
- Gehrau, V., Fujarski, S., Lorenz, H., Schieb, C., & Blöbaum, B. (2021). The impact of health information exposure and source credibility on COVID-19 vaccination intention in Germany. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4678. URL: <https://doi.org/10.3390/ijerph18094678> [pristup: 10.03.2022.]
- Johnson, N. F., Velásquez, N., Restrepo, N. J., Leahy, R., Gabriel, N., El Oud, S., Zheng, M., Manrique, P., Wuchty, S. & Lupu, Y. (2020). The online competition between pro-and anti-vaccination views. *Nature*, 582(7811), 230-233.

- URL: <https://www.nature.com/articles/s41586-020-2281-1.pdf> [pristup: 10.03.2022.]
- Loomba, S., de Figueiredo, A., Piatek, S. J., de Graaf, K., & Larson, H. J. (2021). Measuring the impact of COVID-19 vaccine misinformation on vaccination intent in the UK and USA. *Nature human behaviour*, 5(3), 337-348. URL: <https://www.nature.com/articles/s41562-021-01056-1.pdf> [pristup: 10.03.2022.]
- Luo, S., Xin, M., Wang, S., Zhao, J., Zhang, G., Li, L., Li, L. & Lau, J. T. F. (2021). Behavioural intention of receiving COVID-19 vaccination, social media exposures and peer discussions in China. *Epidemiology & Infection*, 149.
- Puri, N., Coomes, E. A., Haghbayan, H., & Gunaratne, K. (2020). Social media and vaccine hesitancy: new updates for the era of COVID-19 and globalized infectious diseases. *Human vaccines & immunotherapeutics*, 16(11), 2586-2593. URL: <https://doi.org/10.1080/21645515.2020.1780846> [pristup: 17.03.2022.]
- Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu (2022). Koronavirus.hr. URL: <https://koronavirus.hr/> [pristup: 17.03.2022.]
- Smith, D. (2011). Health care consumer's use and trust of health information sources. *Journal of Communication in Healthcare*, 4(3), 200-210.
- Thai, C. L., Gaysynsky, A., Falisi, A., Chou, W. Y. S., Blake, K., & Hesse, B. W. (2018). Trust in health information sources and channels, then and now: Evidence from the health information national trends survey (2005–2013). In *eHealth: Current evidence, promises, perils and future directions*. Emerald Publishing Limited.
- Woko, C., Siegel, L., & Hornik, R. (2020). An investigation of low COVID-19 vaccination intentions among Black Americans: the role of behavioral beliefs and trust in COVID-19 information sources. *Journal of health communication*, 25(10), 819-826.

# THE POWER OF THE MEDIA AS A SOURCE OF INFORMATION AND INFLUENCE ON THE DECISION ON VACCINATION AGAINST COVID-19

## Abstract

Media supported by the rapid development of information and communication technologies have great power in the modern media environment. In addition to the role of informing their users, the media shape values about life and human relations, and participate in the structure of social power. Since the power of the media is reflected in their influence on the public in terms of fulfilling their social role, the aim of this research is to investigate the extent to which different forms of media as a source of information influenced the decision of vaccinated population in the Republic of Croatia against COVID-19. An online trial was used for the purposes of the research. Descriptive and inferential statistical procedures will be used to analyze the data. The results showed a high frequency of using the Internet as a source of information on the vaccine against COVID-19, and a statistically significantly greater impact of new media compared to traditional media on vaccination decisions. Therefore, close cooperation between experts and the media is necessary for a vaccination campaign and the dissemination of accurate information, and to combat misleading information about COVID-19 vaccines.

**Keywords:** media, source of health information, vaccination, COVID-19