



Unapređenje
medijskog izveštavanja
o ekstremizmu

GOVOR MRŽNJE I STEREOTIPIZACIJA U TRADICIONALNIM I NOVIM MEDIJIMA

Darija Stjepić



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
ŠKOLA

Govor mržnje i stereotipizacija u tradicionalnim i novim medijima

Izdavač:

Novosadska novinarska škola

Adresa izdavača:

Kosovska 1, 21000 Novi Sad

Godina izdanja:

2020.

Za izdavača:

Milan Nedeljković

Autor:

Darija Stjepić

Dizajn:

Radmila Đurđev

Govor mržnje i stereotipizacija u tradicionalnim i novim medijima

Darija Stjepić

Ova publikacija nastala je uz finansijsku podršku Evropske unije i Ministarstva kulture i informisanja. Sadržaj publikacije predstavlja odgovornost autora i Novosadske novinarske škole i ne mora nužno predstavljati stavove donatora, niti stavove Hedaje.

Sadržaj

Uvod	2
1. Govor mržnje, stereotipizacija i neprofesionalno izveštavanje u tradicionalnim medijima	3
1.1. Mi i drugi: etiketiranje, najave ratova i konstantne pretnje.....	3
1.1.1. Slika Albanaca u medijima u Srbiji.....	3
1.1.2. Slika Hrvata i Hrvatske u medijima u Srbiji	5
1.2. Migranti u javnosti u Srbiji – od solidarnosti do obračuna.....	5
1.3. Mediji o ženama – stereotipi i mizoginija.....	7
1.4. Medijsko obračunavanje sa političkim neistomišljenicima	9
2. Govor mržnje u novim medijima: Fejsbuk kampanja 2020.....	12
2.1. O migrantima u kampanji: ključna ili zaobilazna tema	13
2.1.1. Migranti tema i van kampanje.....	14
2.2. Isticanje nacionalnog identiteta u kampanji	15
2.3. O rodnoj ravnopravnosti i pravima LGBT+ populacije u kampanji	17
2.4. O medijima	19
Zaključak	20
Literatura	21

Uvod

Kritička svest javnosti može se okarakterisati kao ideal demokratskog društva koje se zasniva na principima diskusije utemeljene na univerzalnim ljudskim pravima. Ljudska prava kao društveni konsenzus se mogu razmatrati, njihovo shvatanje učiniti sveobuhvatnijim, dok bi njihovo negiranje određenim grupama istovremeno predstavljalo iskorak iz povesnog konteksta postojanja ljudskih prava, jer bi njihova partikularna primenljivost negirala sam pojam, čije je osnovno obeležje univerzalnost. Mediji kao osnovni konstituent javnosti mogu se odrediti i kao ogledalo nivoa poštovanja ljudskih prava u jednom društvu. Naime, u medijima se ogleda kako društveno-istorijski kontekst, tako i stavovi medijskih radnika, koji su takođe rezultat društva u kom žive. „Novinari su samo ljudi – rođeni, podizani i vaspitavani ovde, često u vrlo patrijarhalnim porodicama, s mnoštvom predrasuda koje su uneli najpre u svoje redakcije, a potom i u svoje medije. Tako je društvo uticalo na medijski sadržaj, a medijski sadržaj potom utiče na medijske konzumente“ (Tamara Skrozza, izvor: Cenzolovka)¹. Upravo u ovoj, kružnoj uzročno-posledičnoj sprezi društva i medija može se pronaći teškoća uređivanja medijskog sistema u društvu koje nema usaglašenu praksu i zakonodavstvo. Zaključak više različitih medijskih istraživanja sprovedenih u Srbiji poslednjih godina govori da Srbija ima dobro zakonodavstvo u oblasti medija, međutim, da se u praksi beleže mnogobrojni prekršaji tih zakona, koji prolaze nekažnjeno (Valić Nedeljković, Janjatović Jovanović, 2020). Ukoliko mediji krše zakone na način koji bi mogao imati dugoročne i opasne posledice po jedno društvo, onda je neophodno takve prakse uočiti i dekonstruisati.

Ova publikacija predstavlja kratak pregled neprofesionalnih medijskih praksi kojima sa govorom mržnje, stereotipizacijom i predrasudama krše osnovna ljudska prava različitih društvenih grupa. Namera publikacije jeste da se pokuša identifikovati postojanje različitih narativnih obrazaca po kojima se ova praksa vrši i jasno istaknuti zbog čega je ona u profesionalnom smislu nedopustiva i protivzakonita, a u etičkom smislu dehumanizujuća.

Takođe, biće obrađen i fenomen savremenih sredstava komunikacije, kojima osobe iz javne sfere, ali i osobe na pozicijama moći, mogu direktno komunicirati sa publikom bez uredničkog posredovanja. Ovaj fenomen stvara mogućnosti za različite zloupotrebe, a sama komunikacija, iako se po određenim karakteristikama može poistovetiti sa medijskom praksom, u ovakvoj postavci onlajn sistema to ne može postati. U tom smislu značajno je prikazati i analizu govora mržnje u onlajn sferi

¹ Predić, I. (2019). Ponižavanje žena došlo do nepodnošljivog nivoa, Pink i Hepi bi morali zakonski da odgovaraju. Cenzolovka. cenzolovka.rs [online]. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/etika/ponizavanje-zena-doslo-do-nepodnosljivog-nivoa-pink-i-hepi-bi-morali-zakonski-da-odgovaraju>. Pristupljeno: 17.09.2020.

u Srbiji. Za te potrebe biće prikazana analiza govora mržnje u onlajn sferi na uzorku predizborne kampanje 2020. godine, kao događaja od izuzetne društvene važnosti.

1. Govor mržnje, stereotipizacija i neprofesionalno izveštavanje u tradicionalnim medijima

1.1. Mi i drugi: etiketiranje, najave ratova i konstantne pretnje

Društvo u Srbiji i dalje pokušava da postigne usaglašen i jedinstven odnos prema događajima i iskustvima prouzrokovanim građanskim ratom u poslednjoj deceniji XX veka, sukobima na Kosovu, NATO bombardovanjem 1999. godine, zatim dodatnim promenama u samoj teritorijalnoj strukturi države, koje se događa sa proglašenjem nezavisnosti Crne Gore, kao i nezavisnosti Kosova u prvim godinama XXI veka. Činjenica da je Srbija bila u ratu ili drugoj vrsti sukoba sa većinom država u regionu, preslikala se na diskurs o susedima u medijima, koji je često obojen stereotipima, etiketiranjem, govorom mržnje, čak i najavljivanjima novih sukoba. Najčešće mete medijskih napada, kada su u pitanju susedi, predstavljaju Albanci i Hrvati.

1.1.1. Slika Albanaca u medijima u Srbiji

Iako pojam Šiptar nema izvorno negativnu konotaciju, kontinuirana medijska praksa upotrebljavanja naziva Šiptari kada god se Albanci žele predstaviti u negativnom kontekstu, dovela je do toga da imenovanje Albanaca Šiptarima samo po sebi predstavlja stereotipizaciju, a zavisno od konteksta može izazivati nacionalnu netrpeljivosti i imati funkciju govora mržnje, kao i moralne diskreditacije.

„Poslednjih godina svedočimo naglom porastu eksplicitnog govora mržnje prema nacionalnim manjinama i susednim narodima na naslovnim stranama tabloida. Informerova praksa etiketiranja prema kojoj se onaj ko valja proglašava Srbinom (Trampe Srbine²! Putine Srbine³!), a onaj ko ne valja Šiptarom (Tramp Šiptar?!⁴) predstavlja najprizemniji oblik javne komunikacije.“ (Jovović i dr., 2018:

² Informer. (2016). TRAMPE, SRBINE! Evo kako je redakcija Informera čestitala novom predsedniku SAD!. informer.rs. online. Dostupno na: <http://informer.rs/vesti/politika/299102/trampe-srbine-evo-kako-redakcija-informera-cestitala-novom-predsedniku-sad>. Pristupljeno: 17.09.2020.

³ Informer. (2016). Dodik u Kremlju - PUTINE, SRBINE! Ruski predsednik podržao pravo Srba u RS na referendum!. informer.rs. online. Dostupno na: <http://informer.rs/vesti/srbija/290470/samo-informeru-kinezi-srbiji-nude-rakete-dometa-300-kilometara>. Pristupljeno: 17.09.2020.

⁴ Informer. (2017). PA NIJE VALJDA I TRAMP ŠIPTAR?! Lider SAD se slikao sa šiptarskim ekstremistom koji poziva na rat protiv Srba!. informer.rs. online. Dostupno na: <https://informer.rs/vesti/politika/317473/nije-valjda-tramp-siptar-lider-sad-slikao-siptarskim-ekstremistom-koji-poziva-rat-protiv-srba>. Pristupljeno: 17.09.2020.

30) Mediji u Srbiji će 491 put mesečno nekog proglasiti za Šiptara (Nedeljković, M. intervju), što ukazuje na učestalu praksu etiketiranja i kreiranja vrednosno negativnih narativa o Albancima.

1.1.1.1. Albanci kao tema brojnih lažnih vesti

Portali FakeNews Tragač i Raskrikavanje su tokom prethodnih godina dekonstruisali više desetina lažnih vesti o Albancima, kojima se šire predrasude, potkrepljuje mržnja i netrpeljivost. Kreiranje dezinformacija i manipulativnih vesti o Albancima odvija se u nekoliko narativnih matrica, koje su uočili novinari FakeNews Tragača:

Albanci kao „mrzitelji Srba“ – ratnici i kriminalci

Narativ se odlikuje konstantnim najavama ratova Srba i Albanaca (koje će prouzrokovati Albanci), „antisrpsko delovanje“ se dovodi u vezu sa novcem koji Albanci zarađuju proizvodnjom i prodajom narkotika, kao i etiketiranjem Albanaca kao kriminalnog naroda.

Albanci kao nezahvalni

Albanci koji žive u Srbiji se predstavljaju kao uzurpatori gostoprimstva Srba brojnim lažnim vestima u kojima se između ostalog tvrdi da pesmom pozivaju na pokolj Srba, šire Albansku zastavu u centru Novog Sada na dan godišnjice bombardovanja 1999. Kulminacija narativa o Albancima kao nezahvalnima dogodila se kada je vlasnik jedne pekare u Beogradu lažno optužen od brojnih medija da je šakama pokazivao simbol, kako su mediji tada tvrdili Velike Albanije, što je rezultiralo okupljanjima ekstremista ispred pekare, koji su pevali pogrdne pesme i upućivali pretnje, građani su se putem društvenih mreža pozivali da prijave albanske pekare u svom mestu, što je uzrokovalo zatvaranje nekoliko pekara čiji su vlasnici bili Albanci, a neki su se odselili iz Srbije plašeći se za sopstveni život.

Poređenja Albanaca i Srba

Ovaj narativ je konstruisan tako da se prikaže da su Albanci zapravo Srbi koji su se odmetnuli od svog naroda, a potkrepljuje se i lažnim vestima i apsurdnim tvrdnjama poput „srpskog DNK“ koji procentualno predstavlja većinu u „albanskoj DNK“, kao i promovisanjem lažnih priča o Albancima koji žele da pređu u pravoslavlje jer se osećaju kao Srbi (Mihajlović, 2019).

Učestalost targetiranja Albanaca govorom mržnje i lažnim vestima poslednjih godina, rezultat je i nerazrešenog pitanja statusa Kosova. Tako je primetan trend pojačane produkcije lažnih vesti u

periodima kada se dešava događaj bitan za oba naroda (obeležavanje godišnjica, aktuelne teme po pitanju pregovora, ukoliko neka država objavi ili povuče priznanje Kosova, i tome slično).

1.1.2. Slika Hrvata i Hrvatske u medijima u Srbiji

Hrvati su, uz Albance, najčešće mete govora mržnje u domaćim medijima (Teofilović, i dr., 2018: 18). Termin „ustaša“ se pojavljuje u 508 medijskih tekstova mesečno (Nedeljković, intervju), dok je tabloid Informer, tačnije njegov urednik, nudio nepostojeći dokaz da su bar 90% Hrvata ustaše (Đorđević, 2019.). Osim konstantnog poistovećivanja susednog naroda sa fašističkim pokretom, primetno je i konstantno militarizovanje međususedskih odnosa. Hrvatska je u tabloidima predstavljena kao zemlja od koje konstantno pretila opasnost od novog rata (Marković, 2018.), (Janjić i Šovanec, 2018: 54), a tabloidi dodatno dramatišu situaciju lažnim tvrdnjama poput „Srbe u Hrvatskoj love kao divlje zveri“ (Vučić i Radojević, 2019: para. 20).

Narativi obojeni neprijateljskim tonom mogu se uočiti i kao efikasno sredstvo tabloida ukoliko se žele obračunati sa javnom ličnošću koja je svojim postupcima istupila izvan ovakvog diskursa. Veoma slikovit primer ovakve prakse jesu napadi na Novaka Đokovića, inače ličnost veoma pozitivno predstavljenu u medijima u Srbiji, kada je javno podržao hrvatsku fudbalsku reprezentaciju (Nikolić, 2018.) ili kada je kao trenera angažovao Gorana Ivaniševića, bivšeg hrvatskog tenisera (Sovilj, 2019.). Nazivanjem Đokovića „saradnikom ustaša“ ili „budalom dostojnom prezira“ jasan je pokušaj medijske delegitimizacije osobe koja se nije priključila narativu aktuelizacije neprijateljstva.

Narativi kojima se potkrepljuje rivalitet i netrpeljivost između Srba i Hrvata pretila se i na teme koje više pripadaju domenu zanimljivosti. Tako je manipulativnim tumačenjem istraživanja o poštenju različitih naroda zaključeno da su Srbi pošteniji od Hrvata (što se pomenutim istraživanjem nije, niti se moglo dokazati), a potom su tu vest, osim brojnih tabloida, prenela i oba javna servisa u Srbiji (FakeNews Tragač, 2019).

1.2. Migranti u javnosti u Srbiji – od solidarnosti do obračuna

Migrantska kriza predstavlja relativno novu društveno-političku okolnost o čijim uzrocima, trenutnim događanjima, ali i posledicama, diskutuju evropske države, prvenstveno one koje su se našle na takozvanoj „migrantskoj ruti“, kao i one koje se određuju kao poželjna krajnja destinacija. Srbija se u kontekstu migrantske krize određuje kao tranzitna zemlja sa izuzetno malim brojem zahteva za azil – tokom prethodne godine u proceduru je ušlo 252 lica, dok je azil odobren za njih 33 (FakeNews Tragač, 2020).

Ipak, od samog početka krize mediji u Srbiji su polarizovani po pitanju pristupa temi, kao i odnosa prema migrantima. Dok se tokom pet godina trajanja krize određeni mediji, poput Južnih vesti, Istinomera, RTS-a, odlikuju nepristrasnim, objektivnim i inkluzivnim izveštavanjem, postoje mediji, konkretno portali Alo, Telegraf i Koreni koji objavljuju tekstove u kojima lažnim vestima, generalizacijama i manipulativnim metaforama šire strah i upozoravaju na opasnost od migranata. U tim tekstovima migranti se najčešće poistovećuju sa teroristima, govori se o „islamizaciji Srbije“, ukazuje se na njihovu necivilizovanost. (Janjatović Jovanović, 2020).

U poslednjem periodu beleži se porast objava na društvenim mrežama i onlajn portalima kojima se izražava netrpeljivost prema migrantima, šire se lažne vesti, recikliraju se stare vesti o napadima migranata i predstavljaju se kao nove i trenutno aktuelne.

Direktorka Beogradskog centra za ljudska prava u intervjuu za Raskrikavanje objašnjava da se uzrok tome može potražiti u sticanju jeftinih političkih poena (Ljubičić, M., 2020). Iako sigurno postoje zloupotrebe u političke svrhe, čini se da je ovakvim kampanjama usmerenim protiv migranata postignuto mnogo više. Naime, primetan je trend aktiviranja građana na društvenim mrežama kako bi se Srbija zaštitila od migranata. Retko koja tema i inicijativa uspeju da privuku toliko velik broj građana, kao što je uspela jedna Fejsbuk grupa, a što je možda još bitnije, retko koja tema je pokrenula toliko negativnih reakcija kod građana, podstakla ih da šire govor mržnje i netrpeljivost. Fenomen se odnosi na Fejsbuk grupu „STOP Naseljavanju migranata“, koja trenutno ima 331.200 članova. U odeljku informacije može se uočiti da su administratori naveli da u grupi nije dozvoljeno širenje lažnih vesti, govora mržnje, komentara koji pozivaju na linč i nasilje. Međutim, prolaskom kroz objave u ovoj grupi upravo se nailazi na sadržaje koji su navodno zabranjeni – objavljuju se lažni i manipulativni sadržaji kojima se upozorava na „džihadizaciju Srbije“, otkrivaju se „tajni planovi za naseljavanje migranta“, tvrdi se kako Srbi ne treba da se izvinjavaju migrantima zato što su beli, migranti se poistovećuju sa kriminalcima, narko dilerima i silovateljima. Objave u grupi imaju po nekoliko hiljada lajkova i po više stotina deljenja i komentara, koji predstavljaju eksplicitan govor mržnje – „potopiti ih,a onda prezivele udaviti u moru,resen problem“, „Ja licno pobio bih celu njegovu porodicu a njega okretao na razanj.....pozvao i predao bih se policiji odmah uz odgovor krv za krv ,zub za zub i moje sto Volim ne dira Niko jer ja ne diram nicije ...A bogu bi rekao sudi mi ti kako god zelis Ali zlo vise ne zelim da gledam kako zlo je uvek ispred dobroga na ovoj planeti.“, „Ko im je** mater, gazi, u zakonu postoji clan gde smes i mozes u slucaju krajnje nuzde da upotrebis smrtosnosnu silu, dakle ako je tvoj zivot zagarantovano ugrozen, a jeste ako te napadne 5 kretena koji su uz to naoruzani, cinis svetu uslugu.“.

Fejsbuk stranica „Narodna patrola“ okuplja ljude srodnih opredeljenja. Na njoj se objavljuju slike i snimci migranata, građani se pozivaju da budu oprezni uz tvrđenje da su u Beogradu preuzeli poslove prostitucije, prodaje narkotika, da krađu automobile. Građani su i u ovoj grupi vrlo aktivni, izražavaju u komentarima svoju zabrinutost, strah i negodovanje, ali se takođe poziva na akciju (da se biju migranti, da im se zabrani kupovina namirnica, itd.).

Mnogobrojne reakcije na lažne i manipulativne sadržaje koji se objavljuju na društvenim mrežama utoliko više upućuju na odgovornost medija. Lažne vesti o migrantima pojavljuju se prvenstveno na portalima kojih nema u registru medija, bez impresuma i bez potpisanih tekstova. Dakle, iako je izvor vesti takav da bi trebalo da podstakne sumnju u svoj kredibilitet, građani i dalje veruju i burno reaguju na ovakve objave. Razlog tome treba tražiti u prirodi teme kojom se bave i osećanja koje u ljudima podstiču. Naime, svaka od ovih objava budi strah od migranata, upozorava na opasnost i samim tim onemogućava ljude da sagledaju situaciju racionalno, dok im brojnost zabrinutih ljudi potvrđuje da je strah verovatno opravdan. Upravo u ovoj pojavi ogleda se izazov koji se pojavio uporedo sa pojavom društvenih mreža – mogućnost lakog i efikasnog angažovanja velikog broja ljudi, uz argumentaciju koja ne bi izdržala test recenzije nijednog profesionalnog medija.

1.3. Mediji o ženama – stereotipi i mizoginija

Prikaz žene u medijima u izvesnom smislu se može smatrati i odrazom toga koja vrednost i društvena uloga je kulturološki pripisana ženi. Tako Jelena Višnjić analizirajući tekstove u onlajn medijima iz perspektive roda, dolazi do zaključka: „Modeli medijskog predstavljanja tijela i identiteta žena žrtava nasilja involvirani su u revitalizaciju tradicionalne kulture u našem društvu, koja razumije i opravdava nasilje nad ženama. Žena jeste medijski objekat na naslovnici, jer tijelo žene, golo, erotizovano, prebijeno i mrtvo postaje tržišni kapital koji obezbjeđuje prodaju i akumulaciju novca, kao i održanje poretka muške moći“ (Višnjić, 2016: 177).

Analiza medijskog izveštavanja o nasilju nad ženama, rađena u prvoj polovini 2019. godine, govori o tome da je „gotovo polovina medijskih objava (46%) sadržala senzacionalističke ili stereotipne izraze za nasilje, preživelu/žrtvu i nasilnika“, dok se u šest posto slučajeva odgovornost prebacivala sa počinitelja na žrtvu (Predić, 2019). Značajan primer takvog izveštavanja može se pronaći u tabloidu Alo, koji je izveštavao o tome da je muž „zapalio ženu jer mu nije dala insulin⁵“, dodajući uz to da je

⁵ M.O. (2019). NIJE HTELA DA MU UBRIZGA INSULIN?! Svađa među supružnicima eskalirala, muž zapalio 11 godina mlađu Slavicu! U Molu kolaju priče. Alo. alo.rs. online. Dostupno na: <https://www.alo.rs/vesti/hronika/svada-medu-supruznicima-eskalirala-muz-zapalio-11-godina-mladu-slavicu-u-molu-kolaju-price/231452/vest>. Pristupljeno: 17.09.2020.

zbog velike razlike u godinama i toga što je žena volela „da se eksponira po društvenim mrežama, što je svima upadalo u oči“, muž bio izuzetno ljubomoran.

Narativi kojima se žena okrivljuje za nasilje počinjeno nad njom, dok se počinitelj istovremeno opravdava ljubomorom ili drugim okolnostima, dovodi do utvrđivanja stereotipnog shvatanja uloge žene kao potčinjene, okrivljene, dok žene i same verujući u to doprinose ostajanju u takvoj realosti – „Rezultati su pokazali da medijski prilozi koji predstavljaju senzacionalistički način izveštavanja u kome se nasilnik opravdava, a krivica za nasilje traži u žrtvinom ponašanju, učvršćuju već prisutne predrasude u društvu. Oni utiču na to da se žrtve obeshrabuju da prijave nasilje jer smatraju da će i one biti „okrivljene“ od strane nadležnih institucija i okoline za nasilje.“ (Lacmanović i Milanović, 2017: 50). Indirektno, dakle, sami mediji postaju saučesnici u zločinima nad ženama.

Izuzetno je važno spomenuti slučaj ubistva pevačice Jelene Marjanović i kontinuiranog tabloidnog praćenja, ali i sprovođenja istražnog postupka. Senzacionalizam, čitanost, a po svemu sudeći i politička zloupotreba, proizveli su situaciju da o ovom ubistvu tabloidi Alo, Informer i Kurir izveštavaju preko četiri godine (od aprila 2016. godine), tragajući za motivima za ubistvo, samim ubicom, zloupotrebljavajući porodicu i prijatelje žrtve, često i njih same optužujući za ubistvo. Tadašnji premijer Aleksandar Vučić, kao i političar Vojislav Šešelj, takođe su se aktivno uključili u slučaj dajući izjave o istrazi i iznoseći sopstvene stavove kako bi istragu trebalo voditi (između ostalog Šešelj napadajući političke protivnike i govoreći da treba i njih ispitati, a Vučić moleći da se ne objavljuje ime ubice pre izbora i tvrdnjama da se zna ko je ubica, ali da i dalje nema materijalnih dokaza). Osim apsolutne neetičnosti, rad tabloida tokom čitavog perioda izveštavanja o ubistvu obeležilo je objavljivanje dezinformacija: „Najveći broj vesti sa dokazano netačnim podacima objavljen je u Kuriru (barem 50 od 232), zatim u Infomeru, a najmanje dokazano netačnih podataka bilo je u Alou.“ (Maksimović, 2019: para. 2)

Iako medijska regulativa ne dopušta ovakvu vrstu izveštavanja o nasilju nad ženama, čini se da u slučaju medija u Srbiji ona nije dovoljno efikasna. Aleksandra Nestorov iz Autonomnog ženskog centra u intervjuu za televiziju N1 opisala je iskustva ove organizacije sa institucijama zaduženim za medije – REM-om, Savetom za štampu, Tužilaštvom i Ministarstvom kulture i informisanja: „Nisu ova tela nema, REM izdaje opomene, Savet za štampu odlučuje pozitivno, novine objave da su prekršile kodeks i nastavljaju da ga krše. Poenta je što mere nemaju efekta.“⁶

⁶ Stefanović, S. (2016). Nestorov: Ako zločin prema ženama nazovete svađom, to je umanjivanje problema. N1. [rs.n1info.com. online. Dostupno na: http://rs.n1info.com/Vesti/a492315/Nestorov-Ako-zlocin-prema-zenama-nazovete-svadjom-to-je-umanjivanje-problema.html](http://rs.n1info.com/Vesti/a492315/Nestorov-Ako-zlocin-prema-zenama-nazovete-svadjom-to-je-umanjivanje-problema.html). Pristupljeno: 17.09.2020.

Govor mržnje prema ženama neretko se javlja kao posledica njihovog obavljanja javne funkcije ili posla u čiji uvid ima šira javnost, kao što je novinarstvo. Obračunavajući se sa rezultatima medijskog rada određenih novinarki, pojedini mediji upotrebljavaju neutemeljnu moralnu diskreditaciju, govor mržnje na osnovu fizičkih karakteristika ili nepoštovanja stereotipnih uloga žene u društvu, i tome slično, što kao svoju posledicu donosi učestale pretnje novinarkama, kako anonimne, tako i lične i direktne (Apro, 2020).

1.4. Medijsko obračunavanje sa političkim neistomišljenicima

Ako su mediji ogledalo društva, onda ne treba da čudi što se stanje opšte polarizacije – naizgled sve prisutnije ne samo u Srbiji, nego širom čitave planete – preslikava i u medijski diskurs našeg društva. Javnost u Srbiji je politički izrazito polarizovana što se izražava i u medijskom diskursu. S obzirom na to da javni funkcioneri svoje nastupe često koriste za napade na svoje političke oponente, njima nastrojani mediji, kao produžena ruka ovih političara, tome usklađuju svoju uređivačku politiku.

Ad hominem napadi na opozicione lidere najbolje se ogledaju u epitetima i nadimcima kojima ih ovi mediji oslovljavaju. Predsednik Stranke slobode i pravde Dragan Đilas najčešće je označen kao tajkun, čime ovi mediji aludiraju na njegovo navodno ilegalno stečeno bogatstvo. U Srpskom telegrafu on je tajkun koji „leči frustracije na epidemiologu“⁷, a u Alou on je tajkun koji se „bahati“ sa svojim stranačkim „pajtosom“⁸. Lider Dveri Boško Obradović etiketiran je kao fašista ili ljotićevec: Informerovo „fašista Boško Obradović srušio srpsku zastavu i napravio haos u skupštini“⁹ ili Kurirovo „Boško priznao da je ljotićevec i homofob“¹⁰. Primeri etiketiranja slični su primerima opšteg osporavanja kredibiliteta političkih neistomišljenika. Kurir u tekstu u kojem nabraja navodne Đilasove afere označava ovog političara kao bahatog, koji studentima psuje majku i skupim džipom

⁷ Republika. (2020). Sramni potez! Tajkun leči frustracije na epidemiologu: Đilas brutalno napao doktora Kona!. republika.rs. online. Dostupno na: <https://www.republika.rs/vesti/srbija/200109/sramni-potez-tajkun-leci-frustracije-epidemiologu-djilas-brutalno-napao-doktora-kona>. Pristupljeno: 17.09.2020.

⁸ Alo. (2019). KAKO JE NJIMA DOBRO Evo kako se u kafani bahate tajkun Đilas i njegov pajtos Borko! Ovo rade kada misle da ih niko ne gleda! (VIDEO). alo.rs. online. Dostupno na: <https://www.alo.rs/vesti/politika/evo-kako-se-u-kafani-bahate-tajkun-dilas-i-njegov-pajtos-borko-ovo-rade-kada-misle-da-ih-niko-ne-gleda-video/208839/vest>. Pristupljeno: 17.09.2020.

⁹ Informer. (2020). EKSKLUZIVNI SNIMAK! EVO KAKO JE FAŠISTA BOŠKO OBRADOVIĆ SRUŠIO SRPSKU ZASTAVU I NAPRAVIO HAOS U SKUPŠTINI! (VIDEO). informer.rs. online. Dostupno na: <https://informer.rs/vesti/politika/515861/ekskluzivni-snimak-evo-kako-fasista-bosko-obradovic-srusio-srpsku-zastavu-napravio-haos-skupstini-video>. Pristupljeno: 17.09.2020.

¹⁰ Kurir. (2019). Boško Obradović je DIKTATOR! Obračunava se s kolegama BRUTALNO i izbacuje iz pokreta PO KRATKOM POSTUPKU. kurir.rs. online. Dostupno na: <https://www.kurir.rs/vesti/politika/3233568/bosko-obradovic-je-diktator-obracunava-se-s-kolegama-brutalno-i-izbacuje-iz-pokretapo-kratkomp-postupku>. Pristupljeno: 17.09.2020.

divlja po putu¹¹; Alo u jednom navratu demonstrira kako je predsednik Narodne stranke Vuk Jeremić pokazao bahatost i neznanje¹²; a Srpski telegraf kategoriše predsednika Pokreta slobodnih građana Sergeja Trifunovića kao prostaka¹³. U prilog tvrdnji o sistematskim i kontinuiranim napadima na opoziciju idu i česte tužbe za klevetu koje ovi političari podnose protiv tabloida: Vuk Jeremić protiv Informera i Srpskog telegrafa¹⁴, bivši predsednik Pokreta slobodnih građana Saša Janković protiv Informera i Aloa¹⁵, Dragan Đilas protiv Informera¹⁶. Pored toga, navodnu privrženost Zapadu ovih političara pobrojani tabloidi neretko integrišu sa njihovim namerama nezakonitog rušenja vlasti: Srpski telegraf piše da „Jeremić računa da strane sile promene volju naroda i da ga vrate na vlast“ (Republika, 2019), Alo najavljuje da „Boško i Đilas ruše Vučića uz pomoć Zapada“ (Alo, 2018), dok Informer tvrdi da je „Đilas priznao da u SAD dogovara kaos u Srbiji“ (Informer, 2019).

Kada je predstavljenost lidera opozicije u pitanju, ni sa glavnim provladinim televizijama sa nacionalnom frekvencijom situacija nije mnogo drugačija. Prema petomesečnom monitoringu Biroa za društvena istraživanja (BIRODI) od septembra prošle do januara ove godine, najnegativnije bile su predstavljene opozicione partije za bojkot izbora i njihovi lideri na televiziji Pink – stranke su bile negativno prikazane u 90%, a njihovi lideri u 97% vremena na ovoj televiziji (BIRODI, 2020: 6). Situacija nije bila drugačija ni u periodu pred početak izborne kampanje – monitoring centralnih informativnih emisija televizija sa nacionalnom pokrivenošću koji je sproveo Centar za istraživanje, transparentnost i odgovornost (CRTA) pokazuje da je među pet najzastupljenijih političara jedini predstavnik opozicije Dragan Đilas ujedno i jedini prevashodno negativno prikazani akter, i to

¹¹ Kurir. (2019). KAD KAŽEŠ BAHAT, MISLIŠ DRAGAN ĐILAS! PSOVAO studentima majku, skupim džipom DIVLJAO PO PUTU! Lomio po RTS, PRETIO policiji... NASTAVI NIZ...NEMA KRAJA ISPADIMA LIDERA OPOZICIJE! (VIDEO). kurir.rs. online. Dostupno na: <https://www.kurir.rs/vesti/politika/3339405/kad-kazes-bahat-misli-dragan-djilas-psovao-studentima-majku-skupim-dzipom-divljao-po-putu-lomio-po-rti-pretio-policiji-nastavi-niz-nema-kraja-ispadima-lidera-opozicije-video>. Pristupljeno: 17.09.2020.

¹² Alo. (2020). PONOVO NJEGOVO NEZNANJE I BAHATOST Vuk Jeremić se pošteno izblamirao, čestitao Sretenje a stavio sliku Takovskog ustanka!. alo.rs. online. Dostupno na: <https://www.alo.rs/vesti/politika/vuk-jeremic-se-posteno-izblamirao-cestitao-sretenje-a-stavio-sliku-takovskog-ustanka/288496/vest>. Pristupljeno: 17.09.2020.

¹³ Republika. (2020). (FOTO) Prostack Sergej! Došao na televiziju kao na plažu da je pošao. republika.rs. online. Dostupno na: <https://www.republika.rs/vesti/srbija/205219/foto-prostack-sergej-dosao-televiziju-kao-plazu-posao>. Pristupljeno: 17.09.2020.

¹⁴ Politika. (2017). Vuk Jeremić tužio „Informer“ i „Srpski telegraf“. politika.rs. online. Dostupno na: <http://www.politika.rs/sr/clanak/376602/Politika/Vuk-Jeremic-tuzio-Informer-i-Srpski-telegraf>. Pristupljeno: 17.09.2020.

¹⁵ Cenzolovka. Saša Janković tužio portale Informer i Alo. cenzolovka.rs. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/etika/sasa-jankovic-tuzio-portale-informer-i-alo/>. Pristupljeno: 17.09.2020.

¹⁶ N1. SSP: Sud zabranio Informeru da Dragana Đilasa naziva lopovom. rs.n1info.com. online. Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a616902/SSP-Sud-zabranio-Informeru-da-Dragana-Djilasa-naziva-lopovom.html>. Pristupljeno: 17.09.2020.

najnegativnije ponovo na televiziji Pink (CRTA, 2020: 12). Kvantitativno-kvalitativna analiza centralne informativne emisije ove televizije koju je sprovedla Novosadska novinarska škola pokazuje „izuzetno visok“ procenat pristrasnosti novinara prema temi i subjektu, koja se ogleda u tome što novinari i urednici Pinka nisu sankcionisali niti izostavili „izjave sa uvredljivim elementima na račun predstavnika opozicije“ (Valić Nedeljković i Isakov, 2020: 24). Kao primer pristrasnosti voditelja Pinka izdvojen je prilog koji počinje rečima: „Na još jednu izmišljotinu Saveza za Srbiju“ (Isto: 25), a sličan tonaliteta istaknut je i u analizi jutarnjeg programa ove televizije, u kojoj voditelj Predrag Sarapa koristi sintagme „Đilasovo ludilo“ i „pusti snovi opozicije“ (Isto: 80-81). Pored toga, karakteristična za Pink jesu i otvorena pisma vlasnika ove televizije Željka Mitrovića namenjena njegovim političkim neistomišljenicima, koja u centralnim informativnim emisijama spiker/ka čita u celosti. U ovim pismima Mitrović se služi „krajnje neprimerenim jezikom i uvredama na račun osobe o kojoj govori“, a kao primer u analiziranom periodu izdvojena su pisma namenjena Draganu Đilasu, kao i njegovom stranačkom kolegi i predsedniku opštine Stari grad u Beogradu Marku Bastaću (Isto: 17).

Konačno, s obzirom na to da se sve veći obim javnog i političkog diskursa odigrava u onlajn sferi, vredi pomenuti i najskoriji primer sistematskog promovisanja vlasti i obračunavanja sa neistomišljenicima na društvenim mrežama. Naime, aprila ove godine, Stanford internet opservatorija objavila je analizu tvitova 8.558 bot naloga koji su promovisali predsednika Srbije Aleksandra Vučića i napadali njegove oponente, a koje je ova društvena mreža obrisala. Prema analizi, mreža ovih naloga počela je da se širi sredinom 2018. godine, neposredno pre početka protesta „1 od 5 miliona“, a u trenutku njihovog gašenja objavili su preko 43 miliona tvitova (Bush, 2020: 4). Među najčešćim tipovima tvitova bili su oni koji su delili linkove do sadržaja na drugim sajtovima – podeljeno je oko 15 miliona linkova – a tri od četiri najčešće adrese do kojih su ti linkovi vodili, pored zvaničnog sajta Srpske napredne stranke, jesu sajtovi provladinih medija – Informera, Aloa i Pinka (Isto: 12). Podrška i promocija Aleksandra Vučića bio je glavni modus operandi ove mreže botova, ali drugi važan zadatak predstavljao je napad na opoziciju. Najviše je u negativnom kontekstu bio pomenut nalog Dragana Đilasa (oko 340 hiljada), zatim nalog Saveza za Srbiju (oko 310 hiljada), a onda i Vuka Jeremića (oko 235 hiljada puta) (Isto: 13). Pored toga, autor istraživanja Danijel Buš pomenuo je još jednu taktiku koju je ova mreža koristila: „zatrpavanje tvitova opozicionih lidera i ostavljanje kritičnih odgovora, kako bi pred drugim korisnicima ostavili utisak njihove nepopularnosti“ (Radojević, 2020: para. 27).

2. Govor mržnje u novim medijima: Fejsbuk kampanja 2020.

Po svim međunarodnim konvencijama i propisima kojima se garantuju ljudska prava, pa i po Ustavu Republike Srbije: svako ima pravo da slobodno misli i da se slobodno izražava. Ipak, često se zaboravlja onaj drugi deo propisa, kojim se pravo na slobodu izražavanja garantuje do one mere dok se time ne ugrožavaju prava i slobode drugih ljudi. Barem za polovinu izbornih listi (što simbolično potvrđuje tezu o polarizaciji društva) na ovogodišnjim parlamentarnim izborima moglo bi se reći da pripadaju desnom ideološkom spektru, odnosno da su stavovi tih političkih opcija tradicionalni i konzervativni. Kao legitiman politički pol, takva orijentacija sama po sebi niti je neobična niti je pogrešna. Ipak, važno je reći da je tokom monitoringa Novosadske novinarske škole registrovano da su češće od „levih”, desne političke opcije sa svojim idejama, stavovima i narativima „skliznule” u ekstremizam i korišćenjem svog prava na izražavanje narušavale prava i slobode drugih.

Ono na šta posebno valja obratiti pažnju jeste važnost novih medija i društvenih mreža, koji su, mimo uredničke kontrole, kodeksa i etičkih načela novinarske profesije kojima se zabranjuje govor mržnje, otvorile prostor za sve, pa i za iskazivanje ksenofobnih, mizoginih, nacionalističkih i homofobnih ideja. Uz sve pozitivne aspekte društvenih mreža koje omogućavaju razmenu ideja i mišljenja, svedoci smo da se sloboda izražavanja često zloupotrebljava i da se ovaj prostor koristi na način kojim se ugrožavaju prava drugih (Pokuševski, 2018: 8). Istraživanja Beogradskog centra za ljudska prava i Centra za nove medije Liber pokazuju da u Srbiji postoji snažno prisustvo govora mržnje na Internetu, a karakteristične mete napada govora mržnje su: pripadnici političkih stranaka ili različitih ideoloških orijentacija, a zatim i pripadnici druge nacije i pripadnici LGBT populacije (Vehovec, Kišjuhas i Vehovec, 2016: 30-31). „Karakteristični sadržaj govora mržnje odnosi se na političku ili ideološku pripadnost, a zatim i na nacionalnu pripadnost i na seksualno opredeljenje, uz napade na ličnost i na fizički izgled”, dok su dominantni okviri ili društveni i vrednosni konteksti u kojima se odvija govor mržnje na internetu u Srbiji „kontekst političke (ideološke) borbe, kao i kontekst etnocentrizma i homofobije, uz međusobno preplitanje ovih sfera” (isto).

O rodnoj ravnopravnosti (nula posto), pravima pripadnika LGBT populacije (jedan posto) i drugim ljudskim pravima i demokratiji (dva posto) u Fejsbuk kampanji za parlamentarne izbore 2020. godine skoro da nije bilo reči, pokazao je monitoring koji je sprovedla Novosadska novinarska škola (Valić Nedeljković i Sigeti, 2020). Onda, kada je o tome ipak govoreno, odnos prema temi, ali i prema objektima, neretko je bio negativan, politički nekorektan, a korišćeni narativi uobičajani, stereotipni, ponekad okarakterisani i kao govor mržnje.

2.1. O migrantima u kampanji: ključna ili zaobilazna tema

Na meti su najčešće bili migranti, o kojima je po pravilu govoreno negativno. Zanimljivo je istaći da su tema *migrantska kriza* i *migranti* kao objekti, iako veoma aktuelno i važno pitanje u društvu, gotovo nespomenuti u kampanjih vladajućih partija Srpske napredne stranke i Socijalističke partije Srbije (po nula procenata su bili zastupljeni i kao tema i kao objekti kod obe partije). Istovremeno, konzervativne partije su svoju kampanju zasnovala upravo na ovom pitanju, te je o migrantima u kampanji liste Pokret Levijatan – Živim za Srbiju govoreno u čak osam posto slučajeva, odnosno oni su bili peti objekat po zastupljenosti, a migrantska kriza četvrta tema o kojoj je najviše govoreno. Važno je pomenuti snimak koji se na društvenim mrežama pojavio početkom maja, a na kom muškarac, izgovarajući rasističke uvrede, autom ulazi u Prihvatni centar za migrante u Obrenovcu koji obezbeđuje Vojska Srbije, nakon čega se na Tviteru oglasio predsednik Pokreta Levijatan Pavle Bihali, tvrdeći da se radi o članu ovog Pokreta Filipu Radovanoviću koji, kako navodi „nije mogao više da izdrži maltretiranje od strane migranata i odlučio se da uradi ovo”¹⁷, te da su momci iz Levijatana takvi „temperamentni i ispravni”. Ipak, vodeća tema u kampanji ove koalicije bila je vakcinacija (zdravstvo zastupljeno 20 posto), a predstavnica izborne liste Jovana Stojković, poznata kao zastupnica antivakcerskih stavova zbog čega se protiv nje vodi postupak pred Sudom časti Lekarske komore, iznosila je svoje ideje da bi vakcina protiv bolesti koju izaziva novi korona virus mogla biti sredstvo kontrole (Komarčević i Živanović, 2020: para. 23).

Što se migranata tiče, slično je i u kampanji Suverenista (pokret Dosta je bilo) gde je ova grupacija četvri objekat, a migrantska kriza sedma tema po zastupljenosti. Iako odnos ove liste prema migrantima (sedam posto) nije uvek bio potpuno negativan, lako se moglo iščitati da ta grupacija nije poželjna u Srbiji zbog konstatacija da su migranti poslati „da bi uništili suverene zemlje Evrope”, kao i to da su „sredstvo za postizanje cilja”¹⁸ (Apostolović i Stjepić, 2020: 125).

Stiče se utisak da su pomenute dve izborne liste u najvećoj meri koristile prostor društvenih mreža za iskazivanje mizoginih stavova i pseudonaučnih stavova, a svojim pratiocima najčešće su se obraćali „uživo”, odnosno u lajv snimcima na Fejsbuku i Jutjubu. Obe liste isticale su zatvorenost medija za teme kojima se bave, a izborna lista Suverenisti je, pored redovnih konferencija iz Narodne skupštine

¹⁷ Bihali, P. (2020). Filip je član Pokreta. Filip nije mogao više da izdrži maltretiranje od strane migranata i odlučio se da uradi ovo. Iako nije nosio boje Pokreta i uradio je kao solo igrač ja se neću ograditi, takvi su moji momci, temperamentni i ispravni. twitter.com. [online]. Dostupno na: <https://twitter.com/pasazot/status/1258116747065987074>. Pristupljeno: 15.09.2020.

¹⁸ Radulović, S. (2020). Kako je vlast po mrkoj noći naseljavala migrante. facebook.com. 26.05.2020. Dostupno na: <https://www.facebook.com/watch/?v=553809028843075>. Pristupljeno: 04.07.2020

koje je emitovana na Jutjub nalogu, kanal do publike pronalazila u putem Jutjub emisije „Otvoreni razgovori“ koje je vodila članica pokreta Dosta je bilo Hana Adrović, a tokom koje su se najčešće obraćali predsednik Pokreta Saša Radulović i zamenica predsednika Branka Stamenković, a tokom kog su i gledaoci imali mogućnost da postavljaju pitanja.

U malo manjoj meri, ali takođe često o migrantima su govorile još dve liste – Srpska radikalna stranka i Narodni blok (po pet posto zastupljenost varijable *migranti* i po četiri posto zastupljenost teme *migrantska kriza* u kampanji obe liste). Uz konstatacije da radikali „nisu ksenofobi“, Aleksandar Šešelj predlaže da Srbija migrantima pomogne tako što će ih odvesti do granice sa Evropskom unijom, a na pitanje novinarkе kako kada su granice zatvorene, Šešelj zaključuje da ni u Srbiju nisu „došli i pokazali pasoš na graničnom prelazu, već su došli na ilegalan način. Dakle, tako isto će ući i u Evropsku uniju. U čemu je tu problem?“¹⁹ (Apostolović i Stjepić, 2020: 100).

2.1.1. Migranti tema i van kampanje

Uoči izbora, politički aktivizam desno orijentisanih struja bio je vidljiv i među onima koji su odlučili da izbore bojkotuju. Tako su tokom trajanja izborne kampanje, ispred Skupštine Srbije održavani protesti protiv vlasti koje su podražavale pojedine nacionalističke grupe poput Dostojni Srbije, Pokret Svetlo, portal Srpski narodni info i Sindikat zaposlenih policije, a okupljeni oko bivšeg bodibildera Petra Čelika, koji je tokom jednog protesta čak pročitao i „Deklaraciju o proglašenju Narodne Republike Srbije“ čime je ova imaginarna republika „osnovana“ (Vučić, 2020: para. 11). Čitav događaj pratili su i nacionalističke pesme Bajce Malog Knindže, a on je prenošen uživo i na Fejsbuku.

Ideološki blisku, ali čini se, drugu nacionalističku struju, predvodio je bivši poslanik i bivši član Srpskog pokreta Dveri Srđan Nogo koji je, takođe, neposredno pred izbore i na izborni dan okupio svoje pristalice i objavio plan da se izaberu poslanici – 250 ljudi, koji će ući u Skupštinu. I na skupovima koje je predvodio Nogo sa razglasa su se mogle čuti nacionalističke pesme i videti zastave „Kosovo nema predaje“, a pored skandiranja „Ne damo svetinje“, „Kosovo je srce Srbije“, moglo se čuti i „Vrati kući migrante“. Poslednja parola ne čudi budući da je Nogo 9. maja ove godine, na Dan pobeде nad fašizmom u Drugom svetskom ratu, predvodio marš na kome su grupe ljudi skandirale „Nećemo migrante“, kao i poruke protiv delovanja 5G Internet mreže i vakcinisanja dece (Komarčević i Živanović, 2020: para. 7).

¹⁹ Šešelj, A. (2020). Zabraniti ilegalne migracije! Migrante koji se nalaze u Srbiji, sprovesti u EU. facebook.com. 03.06.2020. Dostupno na: <https://www.facebook.com/srpskaradikalnastranka.srs/videos/190563662190502/?v=190563662190502>. Pristupljeno: 03.07.2020.

Nogov bivši stranačkih kolega i opozicioni političar Boško Obradović takođe je početkom ove godine sprovodio antimigrantsku kampanju, a jedan od slogana kampanje Dveri glasio je „Peticija protiv migrantske politike vlasti – potpis koji garantuje sigurnost vašoj deci“ (Hajrić, 2020: para. 9). Pored toga, Obradović je iskoristio otvorenost društvenih mreža i za iskazivanje rasističkih stavova i na svom Jutjub kanalu presipajući tri čaše – praznu, punu vode i punu crne tečnosti demonstrirao kako će migranti preplaviti Srbiju i fizički zameniti njeno sadašnje stanovništvo, što bi se, prema proceni sociologa Darija Hajrića na osnovu podataka o podnošenju zahteva za azil, moglo ispuniti za oko 291.667 godina.

O značaju društvenih mreža za širenje neutemeljenih i nedokazanih tvrdnji o migrantima pokazuje i primer pomenute Fejsbuk grupe „Stop naseljavanju migranata“, o kojoj je već bilo reči, a koja sada broji 326.538 članova. Društvenu mrežu Jutjub za svoju promociju koristila je i takozvana „narodna straža“, grupa muškaraca koja kod Beogradske autobuske stanice presretala izbeglice iz Sirije, Avganistana i Iraka, govoreći im da su „čuli da je s njima bilo mnogo problema po Beogradu“, te da „ne smeju da diraju žene i decu“ (Hajrić, 2020: para. 2). Tom prilikom podelili su im pamflete na kojim je pisalo: „Zbog učestalih bolesnih napada na srpske žene i devojke, zabranjeno vam je kretanje van migrantskih centara od 22 časa do 6 časova ujutru i kretanje više od tri osobe u grupi tokom dana. Napadi na naše građane vam neće proći nekažnjeno.“

Iako je postupak protiv pojedinih pripadnika „narodne patrola“ pokrenut, sumnjičavost u njegovo rešavanje izrazio je sociolog Dario Hajrić (2020: 6) podsećajući da se istomišljenik „narodnih patrola“ po pitanju izbeglica, Goran Davidović, nekadašnji vođa zabranjenog Nacionalnog stroja vratio nedavno u Srbiju „na velika vrata gostovanjem na televiziji sa nacionalnom frekvencijom“, te da je javnost počastio i „serijom fotografija sa dnom političke kace: Vojislavom Šešeljem, Mišom Vacićem, antivakserkom Jovanom Stojković i Pavlom Bihalijem iz Levijatana. Hajrić (2020. para. 21) zaključuje da opozicija „koristeći ga kao alat ili ga tolerišući koalicionim partnerima, učestvuje u normalizaciji fašizma“. Nastave li tim putem, smatra on, jedini cenzus koji će mnogi od njih preći na nekim budućim izborima biće visina podignute desnice“.

2.2. Isticanje nacionalnog identiteta u kampanji

Prisustvo konzervativnih političkih opcija nije bilo vidljivo samo na ulici već i na društvenim mrežama tokom ovogodišnje kampanje, što potvrđuje i podatak da je varijabla *isticanje nacionalnog identiteta* peta tema o kojoj je najčešće govoreno u kampanji na Fejsbuku i to odmah nakon *ekonomskih pitanja* (10 posto, ne računajući *plakat objave i najave događaja* – devet posto), pokazao je monitoring NNŠ-a. O važnosti nacionalnog identiteta političkim opcijama u Srbiji govori podatak da je o ovom pitanju govoreno čak duplo više nego zbirno o *rodnoj ravnopravnosti, pravima pripadnika LGBT populacije i drugim ljudskim pravima i demokratiji*. Uz to, treba pomenuti da su pripadnici manjinskih naroda kao objekat najčešće bili zastupljeni u jednom ili nijednom procentu kod većine listi koje nisu liste nacionalnih manjina i uz nekoliko izuzetaka. Važno je razumeti i to da nacionalni identitet u kampanji nije istican u kontekstu priče o, primera radi, kulturnom i istorijskom nasleđu nego kao, karakteristično za evroskeptike u Srbiji, strah od gubljenja nacionalnog identiteta, utapanje u evropsku istoriju i kulturu, te ostajanje bez posebnosti (Jovanović, 2019: para. 9). Takve bojazni nisu opravdane, budući da je, smatraju istoričari, ključan problem neadekvatan odnos prema sopstvenoj kulturnoj i svakoj drugoj baštini. Nemar je toliki, zaključuje Jovanović, da izostavlja mnoge bitne elemente koji grade identitet jednog prostora i ljudi koji žive na njemu naspram isticanja odlika koje pozivaju na sabornost.

Značajan je podatak da je lista koja je uspela da pređe cenzus i obezbedi 11 mandata u Narodnoj skupštini – Srpski patriotski savez – na svojoj Fejsbuk stranici procentualno najviše od svih drugih, isticala značaj *nacionalnog identiteta* (19 posto) i suverenizma Srbije, te važnost saradnje i komunikacije svih društvenih i političkih aktera. Kampanja ove izborne liste zato je prepoznata kao kampanja integracije (konstruktivna kampanja) kojom se „ne zagovaraju radikalne promene“, već se „insistira na nacionalnom jedinstvu, na ciljevima koji vode homogenizaciji socijalnog tkiva“ (Slavujević, 2007: 135 prema Apostolović i Stjepić, 2020: 105). Kao što se iz naziva liste može zaključiti, Suverenisti su takođe najviše prostora u kampanji dali ideji suverenizma, te je na Fejsbuk stranici ove liste najčešće govoreno o *nacionalnom identitetu* (10 posto), a registrovana je i oštra kritika zapadnih zemalja, pogotovo Nemačke, kao i Evropske unije koja je nazivana „veštačkom globalističkom tvorevinom“²⁰ (Apostolović i Stjepić, 2020: 125). Insistiranje na *nacionalnom identitetu* Srbije i Srba (14 posto), čestom upotrebom upravo tih reči – *Srbija, Srbi, srpsko* – odlika je kampanje Srpske stranke Zavetnici, u kojoj je najvažnija tema bilo pitanje Kosova (15 posto), a govoreći o ekonomiji (osam posto), takođe je isticana važnost obnove *srpskih* sela i zalaganje za ekonomski patriotizam.

²⁰ Radulović, S. (2020). Kako je vlast po mrkoj noći naseljavala migrante. facebook.com. [online]. 26.05.2020. Dostupno na: <https://www.facebook.com/watch/?v=553809028843075>. Pristupljeno: 04.07.2020

Sa druge strane, isticanje nacionalnog identiteta, ali i govor mržnje prema stanovnicima susednih zemalja registrovan je pogotovo u kampanji Srpske radikalne stranke i Narodnog bloka kada su predstavnici lista – Nemanja Šarović i Velimir Ilić – pogrđan naziv „Šiptari” koristili gotovo uvek kada govore o Albancima, a Velimir Ilić predsednici Vlade Ani Brnabić zamera nacionalnu pripadnost smatrajući da je to što imamo „Hrvate u Vladi”²¹ sramotno (Apostolović i Stjepić, 2020: 121).

Uz to, i dve posmatrane stranke nacionalnih manjina pridavale su veliki značaj *nacionalnom identitetu*, te je ova tema u kampanji Stranke demokratske akcije bila treća po zastupljenosti (osam posto), odmah nakon *pitanga prošlosti i ratnih zločina* (13 posto), dok je tokom čitave kampanje ubedljivo najviše govoreno o decentralizaciji i pitanju autonomije Sandžaka (37 posto). Druga partija nacionalne manjine, Savez vojvođanskih Mađara najveći fokus stavila je na isticanje nacionalnog identiteta (15 posto), što je bilo druga tema po zastupljenosti nakon *kampanje* (28 posto).

2.3. O rodnoj ravnopravnosti i pravima LGBT+ populacije u kampanji

Nimalo ne iznenađuje podatak da je pitanje rodne ravnopravnosti tema koja je bila najmanje zastupljena u kampanji (nula posto), budući da je rodni disbalans nalaz koji je sistematski prisutan u svim predizbornim monitorinzima koje jos od 1996. redovno sprovodi Novosadska novinarska škola. Žene su se u ulozi subjekta našle znatno ređe od muškaraca, preciznije: bile su zastupljene tri i po puta manje. Valja napomenuti da su žene bile zastupljeniji pol u kampanji tri izborne liste (Milica Đurđević Stamenkovski – Srpska stranka Zavetnici, Grupa građana: 1 od 5 miliona i Pokret Levijatan – Živim za Srbiju), a da su prve na izbornim listama bile u samo dva slučaja (Valentina Reković na listi Pokreta 1 od 5 miliona i Jovana Stojković na listi Pokret Levijatan – Živim za Srbiju) (Apostolović i Stjepić, 2020: 83).

Međutim i pored toga, pitanje rodne ravnopravnosti nije bilo skoro ni pomenuto u kampanjama tih listi, te je ova tema u kampanji Zavetnika bila zastupljena jedan, a u kampanji druge dve liste po nula posto. Nasuprot tome, u više navrata primećani su antifeministički stavovi i stereotipizacija rodnih uloga u objavama na Fejsbuk stranici Pokret Živim za Srbiju – dr Jovana Stojković. To pokazuju primeri objava u kojima se navodi da ovaj pokret čine: „antifeministkinje, udate, majke, lekari,

²¹ Ilić, V. (2020). Nova Srbija Čačak. facebook.com. [online]. 17.06.2020. Dostupno na: https://www.facebook.com/novasrbijainfo/posts/3061244873959119?__tn__=-R. Pristupljeno: 04.07.2020.

pravnici, stomatolozi, devojke rodoljubi plus naši požrtvovani i podržavajući muškarci”²², kao i fotografija na kojoj se sa jedne strane nalaze članice pokreta Živim za Srbiju, obučene u belo, na kojoj je jedna od njih trudna, a dve sa decom u naručju i kolicima, dok se sa druge strane fotografije nalaze pripadnici Pokreta Levijatan, obučeni u crno i sa glavama divljih životinja, uz objašnjenje da slika simbolizuje jedan od njihovih slogana: „Budimo glas onima koji glasa nemaju”.

Važno je naglasiti da je „javno zagovaranje, podržavanje i postupanje u skladu sa predrasudama, običajima i drugim društvenim obrascima ponašanja koji su zasnovani na ideji podređenosti ili nadređenosti polova, odnosno stereotipnih uloga polova u Zakonu o zabrani diskriminacije (čl. 20) prepoznato kao diskriminatorno ponašanje i zabranjeno, kao i diskriminacija prema seksualnoj orijentaciji (čl. 21). O pravima pripadnika LGBT zajednice skoro da nije govoreno (jedan posto), a i kada jeste – gotovo u svim slučajevima je odnos prema temi, ali i prema ovoj zajednici, bio negativan. Primer koji se ističe je kampanja izborne liste Narodni blok, koju je vodio Velimir Ilić, predsednik Nove Srbije, kada u više navrata upućuje uvrede na račun ove grupacije, a najčešće navodeći kao primer to da je „sramota što u Vladi imamo pripadnike LGBT populacije” aludirajući na predsednicu Vlade Srbije Anu Brnabić (Apostolović i Stjepić, 2020: 121). Kontradiktorni stavovi prema ovom pitanju registrovani su u kampanji izborne liste Ivica Dačić – Socijalistička partija Srbije – Jedinstvena Srbija – Dragan Marković Palma. LGBT populacija pomenuta je samo u dva navrata tokom kampanje ove koalicije i to jednom pozitivno, kada je o jednakosti svih osetljivih grupa govorio nekadašnji aktivista za prava LGBT zajednice i funkcioner SPS-a Boris Milićević, a jednom negativno kada je drugi na listi koalicije SPS-JS Dragan Marković Palma na predizbornom mitingu izrekao da poštuje sve evropske vrednosti „osim one koju žele da nam nametnu, znate one... nikad za te nećemo glasati”²³, te se u kontekstu prethodnih izjava ovog funkcionera može jasno naslutiti da je reč o pravima LGBT zajednice (Apostolović i Stjepić, 2020: 97-98). Miting je prenošen uživo na Fejsbuk profilu SPS-a čime je takvim idejama, iako možda nisu prenete u tradicionalnim medijima, dat širi prostor za publiku na društvenim mrežama. Diskriminacija prema seksualnoj orijentaciji naročito je problematična kada je prisutna među političkim akterima koji kao javne ličnosti imaju značajan uticaj na stavove građana, a uz to se time direktno krše zakonske odredbe (Zakon o zabrani diskriminacije, kojima je jasno zabranjeno svako ponašanje koje ima za cilj povredu dostojanstva lica

²² Pokret Živim za Srbiju - Dr Jovana Stojković (2020). Kad pitate KO? antifeministkinje, udate, majke, lekari, pravnici, stomatolozi, devojke rodoljubi plus naši požrtvovani i podržavajući muškarci. Ne poziramo, slikamo se za bilbord. facebook.com. [online]. 12.06.2020. Dostupno na: <https://www.facebook.com/ZivimZaSrbiju/photos/a.242745606373298/598517907462731/?type=3&theater>. Pristupljeno: 15.09.2020.

²³ Marković, D. (2020). #draganmarkovicpalma koalicija SPS – @domacinski_js #IvicaDacic #mistojimopostojano. facebook.com. [online]. 18.06.2020. Dostupno na: <https://www.facebook.com/watch/?v=307749447056886>. Pristupljeno: 15.09.2020.

na osnovu njihovog ličnog svojstva „naročito ako se time stvara strah ili neprijateljsko, ponižavajuće i uvredljivo okruženje”.

2.4. O medijima

Tokom izborne kampanje kritike na račun medija najčešće su bile usmerene na zatvorenost medija za opozicione izborne liste pogotovo u kontekstu priče o izbornim uslovima. Ipak, u nekoliko navrata registrovane su i uvrede na račun rada nezavisnih medija. Ističe se primer kada je u kampanji Srpske napredne stranke predsednik Stranke slobode i pravde i jedan od lidera Saveza za Srbiju Dragan Đilas, doveden u vezu sa tekstom koji je objavila Mreža za istraživanje kriminala i korupcije (KRIK), a u kom je objavljena fotografija sina predsednika Srbije Danila Vučića u društvu člana navijačke grupe „Janjičari”. U nekoliko desetina objava, funkcioneri stranke su osudili ovakav postupak novinara KRIK-a koje je predsednica Vlade Ana Brnabić nazvala „đilasovskim prljavim propagandistima”²⁴ rekavši i da su „blato”, dok su ih i drugi funkcioneri targetirali kao tajkunsko-agenturne sisteme koji „organizuju lov na glave njegove dece” ocenivši takve napade kao „monstruozne”. Važno je naznačiti da takvo postupanje javnih vlasti nije u skladu sa Zakonom o javnom informisanju (član 4). koji jasno garantuje slobodu medija. „Diskriminacija urednika i novinara, te vršenje pritiska i ugrožavanje uređivačke autonomije medija i slobodnog protoka informacije putem medija izričito je zabranjeno”. Ono što je dodatno problematično u vezi sa pomenutim izjavama je da je veći broj njih prenet na sajtu novinske agencije Tanjug, čime je ovaj medij prekršio Kodeks novinara Srbije u kom se navodi da se novinar „mora suprotstaviti svima koji krše ljudska prava ili se zalažu za bilo koju vrstu diskriminacije, govor mržnje i podsticanje nasilja” (čl. 5, stav 1).

²⁴ Brnabić, A. (2020). Vi ste blago protiv koga kažete da se borite. sns.org.rs. prema facebook.com. [online]. 11.06.2020. Dostupno na: https://www.facebook.com/snssrbija/posts/3380308791999865?__tn__=-R. Pristupljeno: 15.09.2020.

Zaključak

Medijsko praktikovanje širenja narativa kojima se plasira govor mržnje, stereotipizacija i polarizacija u društvu objašnjiva je društveno-istorijskim kontekstom, slojevitim ideološkim nasleđem i višegodišnjim izveštajima u kojima se dokumentuje pad u slobodi medija u Srbiji (Valić Nedeljković i Janjatović Jovanović, 2020.). Jezik i propaganda, iako apstraktni u svojim formama, ostavljaju značajne posledice po živote ljudi, što ukazuje na neophodnost dekonstrukcije ovakvih praksi.

„Stigmatizacija omogućava početak legalizovanog verbalnog nasilja, a ono je u ekstremnim slučajevima uvod u progone i masovna ubistva. (...) Staviti stigmatu znači otupeti etičko osećanje, jedino koje čoveku omogućava da se stavi u položaj drugog čoveka.“ (Šare, 2004:167/8)

Upravo u višeslojnosti uzroka predstavljenih medijskih praksi, može se potražiti i razlog, odnosno mogućnost nefunkcionalnosti zakonodavnog sistema u oblasti medija. Uočeni konteksti i narativni obrasci upućeni različitim društvenim grupama ukazuju na to da polarizacija u društvu jeste izražena, kao i da se ta polarizacija i dalje sprovodi kako medijskim kanalima komunikacije, tako i u onlajn sferi u kojoj osobe na pozicijama moći direktno komuniciraju sa svojom publikom.

Medijski neprofesionalizam i širenje govora mržnje i stereotipa onlajn, ispostavljaju se kao simptom politički nestabilne i idejno nejasne situacije, višedecenijske borbe za emancipaciju različitih društvenih grupa i velike humanitarne (u medijima često nazivane migrantskom) krize. Ovaj simptom istovremeno odražava krizu u oblasti ljudskih prava, najočigledniju u nemogućnosti slobodnog mišljenja i izražavanja, koja se potom prenosi na pojedinačne živote građana.

Javna diskusija među medijskim stručnjacima najčešće se kreće od nepokolebljive istrajnosti u zahtevima za unapređenje medija, do pesimizma uslovljenog upravo društveno-političkim okolnostima. Ipak, kao jedna od najčešće zagovaranih praksi jeste osposobljavanje građana, prvenstveno najmlađih, za kritičko tumačenje medijskih poruka. Jer, svaka praksa bez argumentovano zasnovane kritike bila bi povratak, odnosno ostanak u sistemu kršenja ljudskih prava, bez kojih nema slobode niti pojedinca, niti društva.

Literatura

Apostolović, M. i Stjepić, D. (2020). *Kampanja izbornih listi na društvenoj mreži Fejsbuk*. U: Valić Nedeljković, D. i Sigeti, V. (ured.) (2020). *Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile u tradicionalnim medijima i na društvenim mrežama?*. Novosadska novinarska škola

Apro, D. (2020). Nismo se pomerili iz srednjeg veka: Novinarke koje kritikuju vlast vređaju i kao žene. Cenzolovka. cenzolovka.rs. online. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/pritisci-i-napadi/nismo-se-pomerili-iz-srednjeg-veka-novinarke-koje-kritikuju-vlast-vredjaju-i-kao-zene/>

Bush, D. (2020). "Fighting Like a Lion for Serbia": An Analysis of Government-Linked Influence Operations in Serbia. Stanford Internet Observatory Cyber Policy Center. Dostupno na: https://fsi-live.s3.us-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/serbia_march_twitter.pdf

Đorđević, J. (2019). Kako Informerova matematika „dokazuje“ da su skoro svi Hrvati ustaše (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Kako-Informerova-matematika-dokazuje-da-su-skoro-svi-Hrvati-ustase--373>

FakeNews Tragač (2019). Ne, nije naučno dokazano da su Srbi pošteniji od Hrvata. fakenews.rs. [online]. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/06/25/ne-nije-naucno-dokazano-da-su-srbi-posteniji-od-hrvata>. Pristupljeno: 17.09.2020.

FakeNews Tragač (2020). Ne, srpski pasoš se ne deli migrantima "kao bombone". fakenews.rs. online. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2020/04/14/ne-srpski-pasos-se-ne-deli-migrantima-kao-bombone/>. Pristupljeno: 18.09.2020.

Hajrić, D. (2020). Kukaste patrole zašto su odjednom migranti na meti?. dw.com. [online]. Dostupno na: <https://www.dw.com/sr/kukaste-patrole-za%C5%A1to-su-odjednom-migranti-na-meti/a-52497342>. Pristupljeno: 03.09.2020.

Janjatović Jovanović, M. (2020). Šta smo o migrantima saznali iz medija u: Bezbednost i mediji u kriznim situacijama. Beograd: Fakultet za poslovne studije i pravo Univerziteta „Union - Nikola Tesla“

Janjić, S. i Šovanec, S. (2018). Najava ratova na naslovnim stranama srpskih tabloida. CM: Communication and Media, 13(43), 49-67.

Jovanović, J. (2019). Nacionalni identitet danas: konstrukt politike i vere. novimagazin.rs. [online]. Dostupno na: <http://novimagazin.rs/vesti/nacionalni-identitet-danas-konstrukt-politike-i-vera>. Pristupljeno 08.09.2020.

Jovović, J. et. al. (2018). Medijska slika osetljivih grupa. Novi Sad: Novosadska novinarska škola

Komarčević, D. i Živanović, M. (2020). Migranti i vakcine glavne teme za desnicu u Srbiji. slobodnaevropa.org. [online]. Dostupno na: <https://www.slobodnaevropa.org/a/migranti-i-vakcina-glavne-teme-za-desnicu-u-srbiji/30609856.html>. Pristupljeno: 03.09.2020.

Lacmanović, V. i Milanović, V. (2017). Kako vas žene čitaju?. Autonomni ženski centar. cpz.rs. [online]. Dostupno na: https://cpz.rs/Dokumenti/Kako_vas_zene_citaju.pdf

Maksimović, S. (2019.) Slučaj Jelena Marjanović: medijska obdukcija bez kraja, etike i smisla (onlajn). FakeNews Tragač. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/10/07/slucaj-jelena-marjanovic-medijska-obdukcija-bez-kraja-etike-i-smisla/>

Marković, T. (2018). Mediji drže Srbiju u stanju borbene gotovosti. (onlajn). Al Jazeera. Dostupno na: <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/mediji-drze-srbiju-u-stanju-borbene-gotovosti>

Mihajlović, D. (2019). Od „Malog Šengena“ do velikih stereotipa: Slika Albanaca u medijima (onlajn). FakeNews Tragač. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/11/27/mali-sengen/>

Novosadska novinarska škola. (2016). Kandidatkinje 2016. novinarska-skola.org.rs. [online]. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/kandidatkinje-2016/> Pristupljeno: 03.09.2020.

Nikolić, M. (2018). Srbi koji navijaju za Hrvate na udaru političara i tabloida (onlajn). N1. Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a402665/Rusija-protiv-Hrvatske-izmedju-fudbala-i-politike.html>

Pokuševski, D. (ured.). (2018). Anonimna mržnja: Mehanizmi zaštite od govora mržnje na internetu. Beogradski centar za ljudska prava. bgcentar.org.rs. [online]. Dostupno na: <http://www.bgcentar.org.rs/bgcentar/wp-content/uploads/2018/12/Anonimna-mrznja-FINAL-S.pdf>

Predić, I. (2019). Nasilje nad ženama u medijima: Pravdanje nasilnika uz ismevanje nasilja i žrtve. Cenzolovka. cenzolovka.rs. [online]. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/etika/nasilje-nad-zenama-u-medijima-pravdanje-nasilnika-uz-ismevanje-nasilja-i-zrtve>

Predić, I. (2019). Ponižavanje žena došlo do nepodnošljivog nivoa, Pink i Hepi bi morali zakonski da odgovaraju. Cenzolovka. cenzolovka.rs [online]. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/etika/ponizavanje-zena-doslo-do-nepodnosljivog-nivoa-pink-i-hepi-bi-morali-zakonski-da-odgovaraju>

Radojević, V. (2020). Kako je radila srpska „bot“ armija: 43 miliona tvitova podrške Vučiću (onlajn) Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Kako-je-radila-srpska-bot-armija-43-miliona-tvitova-podrske-Vucicu-642>

Slavujević, Z.Đ. Politički marketing. Čigoja. Beograd.

Sovilj, M. (2019). Prozivke pa veličanje Đokovića - jedna od uigranih akcija tabloida i političara? (onlajn). N1: <http://rs.n1info.com/Vesti/a499951/Tabloidi-o-Novaku-Djokovicu.html>

Šare, S. (2004). Kako pisati za novine. Beograd: Medija centar Beograd

Teofilović, I, Zahirović, T, Stojanović, M i Popović, D. (2018). Sloboda izražavanja i medijske slobode u Srbiji u procesu EU integracija. Beograd: Građanske inicijative i Fondacija za otvoreno društvo Srbija.

Valić Nedeljkovi, D. i Janjatović Jovanović, M. (2020). Medijski sistem u Srbiji značajno obeležen delovanjem medija koji sistematično šire govor mržnje, dezinformacije i propagandu. Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/medijski-sistem-u-srbiji-obeleden-delovanjem-medija-koji-sistematicno-sire-dezinformacije-govor-mrznje-i-propagandu/>

Valić Nedeljković, D. i Sigeti, V. (ured.) (2020). *Koga su mediji izabrali, a šta su partije nudile u tradicionalnim medijima i na društvenim mrežama?*. Novosadska novinarska škola

Vehovec, T., Kišjuhas, A., Vehovec, R. (2016). Govor mržnje i verbalne agresije na Internetu. Centar za nove medije Liber. h8index.org. [online]. Dostupno na: <http://www.h8index.org/wp/wp-content/uploads/2016/01/Govor-mrznje-na-internetu-Kisjuhas.pdf> . Pristupljeno: 14.09.2020.

Višnjić, J. (2016). Rodna analiza teksta u online štampanim medijima u Srbiji.

Vučić, M. (2020). *Užičko kolo ispred Skupštine: Niti je to preneo CNN, niti su to pristalice SNS*. raskrikavanje.rs. [online]. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Uzicko-kolo-ispred-Skupstine-Niti-je-to-preneo-CNN-niti-su-to-pristalice-SNS-682>. Pristupljeno: 03.09.2020.

Vučić, M. i Radojević, V. (2019). Za pola godine više od 400 laži na naslovnica četiri tabloida. Raskrikavanje. raskrikavanje.rs. [online]. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=488>. Pristupljeno: 17.09.2020.

Zakon o javnom informisanju i medijima. Službeni glasnik RS. br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016. paragraf.rs. [online]. Dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html. Pristupljeno: 08.03.2020.

Zakon o zabrani diskriminacije. Službeni glasnik RS. br. 22/2009. paragraf.rs. [online]. Dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_zabrani_diskriminacije.html. Pristupljeno: 08.03.2020.

ONLAJN INTERVJU:

Marko Nedeljković, istraživač i direktor Centra za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost, jun 2020.