



CEPROM

Centar za profesionalizaciju
medija i medijsku pismenost

PANEL DISKUSIJA I PREDSTAVLJANJE REZULTATA ISTRAŽIVANJA

"Komunikativna agresija u Srbiji 2019."



Република Србија
МИНИСТАРСТВО КУЛТУРЕ И ИНФОРМИСАЊА

PANELISTI:

- **prof. dr Veselin Kljajić**, profesor novinarstva na Fakultetu političkih nauka u Beogradu
- **Dragana Pejović**, predsednica Izvršnog odbora Udruženja novinara Srbije (UNS)
- **Maja Vasić Nikolić**, projekt menadžerka Nezavisnog udruženja novinara Srbije (NUNS)
- **Marko Nedeljković**, predsednik Centra za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost (CEPROM) i moderator panela

METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

- Istraživanje je sprovedeno u periodu od 15. septembra do 15. oktobra 2019.
- Obuhvatilo je 28 najčitanijih medija u Srbiji (osam dnevnih listova i 20 najčitanijih portala u zemlji)
- Uzorak je obuhvatio 60.380 tekstova u analiziranim medijima koji su sadržali ključne termine koje smo pratili
- Cilj istraživanja bio je da se analizom sadržaja utvrdi u kojoj meri je jezik senzacionalizma, agresivnosti i mržnje prisutan u medijima u Srbiji 2019. godine
- Istraživanje je sproveo Centar za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost (CEPROM) uz projektnu podršku Ministarstva kulture i informisanja
- Vođa projekta: prof. dr Veselin Kljajić
- Vođa istraživanja: Marko Nedeljković

Koliko je jezik senzacionalizma, agresivnosti i mržnje prisutan u domaćim medijima?

19.964

U analiziranom periodu od mesec dana u najčitanijim štampanim i online medijima u Srbiji objavljeno je 19.964 teksta sa elementima agresivne komunikacije, govora mržnje i senzacionalizma.

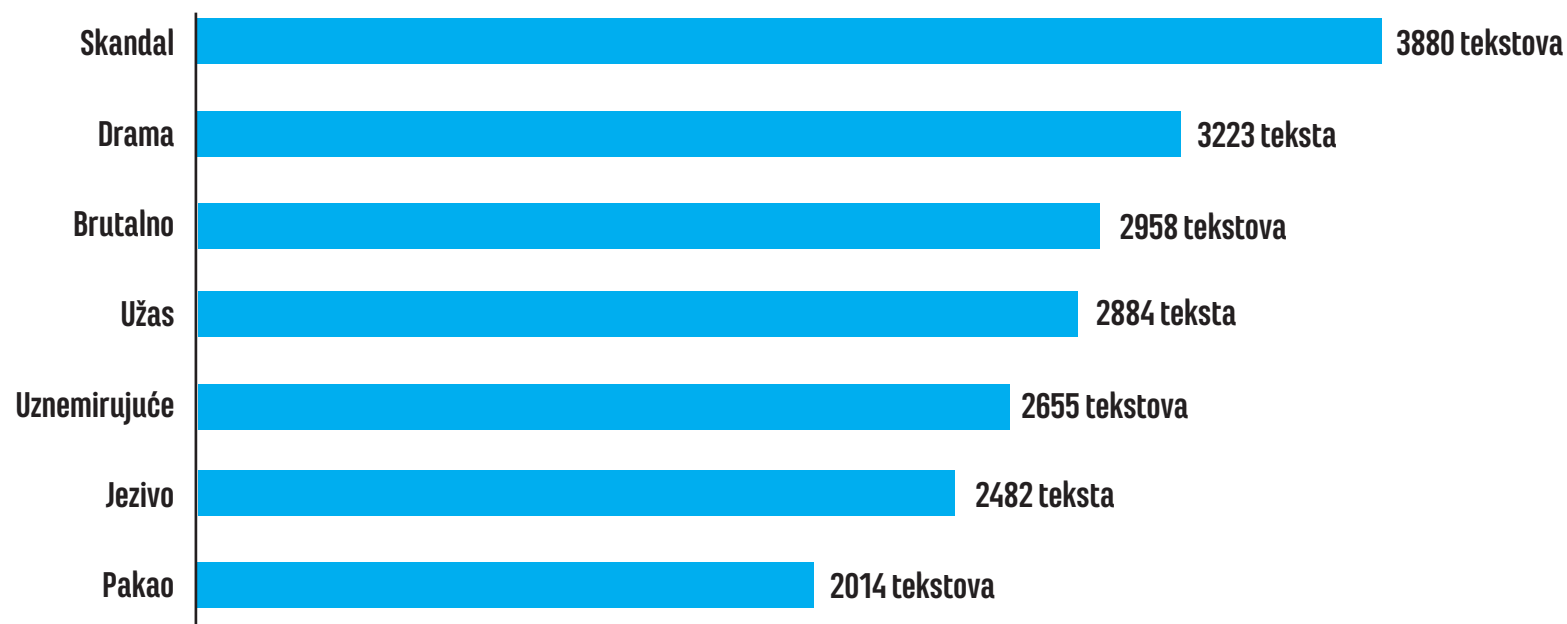
644

Najčitaniji mediji u zemlji samo u toku jednog dana objave u proseku 644 teksta koji sadrže neke od elemenata agresivne komunikacije, govora mržnje i senzacionalizma.

23

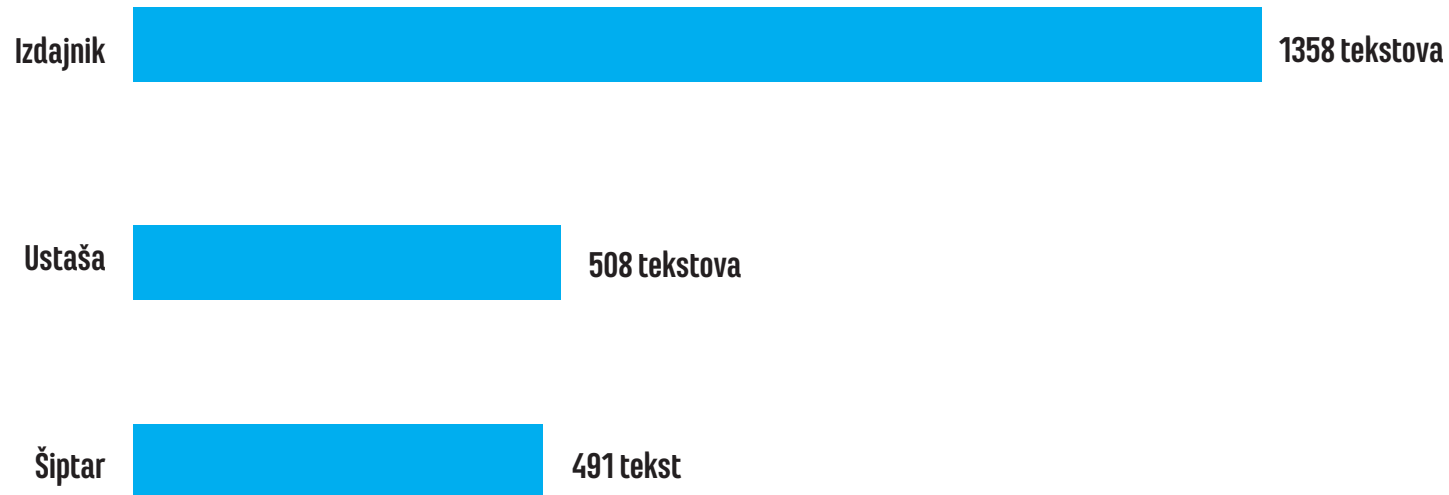
Svaki medij u Srbiji prosečno objavi 23 problematična teksta samo u toku jednog dana.

Jezik agresivnosti i senzacionalizma



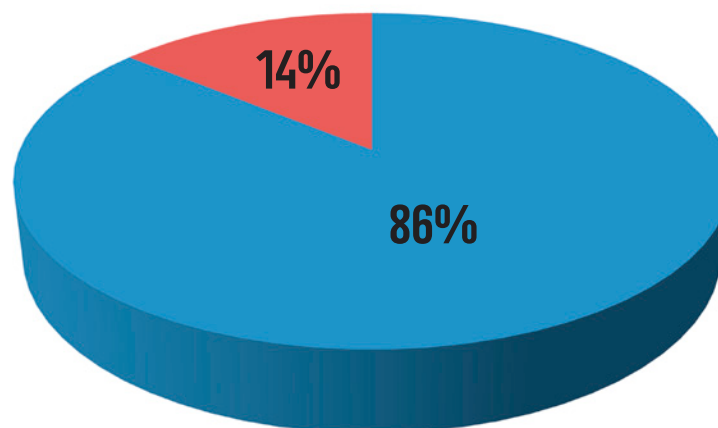
Samo neki od termina koji ilustruju jezik agresivnosti i senzacionalizma

Etiketiranje i govor mržnje



Tri tipična termina koji ilustruju praksu etiketiranja, često i sa elementima govora mržnje

Udeo tekstova sa elementima agresivne komunikacije, senzacionalizma i govora mržnje u dnevnim novinama i online medijima



■ Online mediji: 17.169 tekstova
■ Dnevne novine: 2.795 tekstova
Ukupan broj objavljenih tekstova: 19.964

FINALNI ZAKLJUČCI

- **Mediji su tokom 2019. godine dodatno pomerili granice agresivnosti i postali još brutalniji nego u prethodnom periodu**, a za sve veći broj medija može se reći da su se de facto oprostili od profesionalnih principa, etičkih kodeksa i jezika tolerancije.
- **Izrazi kao što su "uznemirujuće, brutalno, jezivo, pakao, užas, horor, skandal, šok" postali su uobičajena praksa u medijskom diskursu** i povećali prag tolerancije čitalaca na jezik agresivnosti do te mere da danas sve češće potpuno izostaje njihova reakcija na takvu terminologiju.
- **Svakoga dana samo u najčitanijim medijima objavi se 125 tekstova pod parolom "skandalozno", skoro 100 sa izrazom "brutalno" i 85 uz upozorenje "uznemirujuće"** (najčešće velikim slovima u naslovu tekstova).
- **Etiketiranje i govor mržnje postali su novi aduti tabloida i portaloida** u pokušaju da što efektnije šokiraju i privuku čitaoce.
- **U online medijima zabeleženo je čak šest puta više agresivnosti i senzacionalizma** iako analiza nije obuhvatila komentare čitalaca na objavljene tekstove.
- **Najopasnija posledica takvog izveštavanja medija je sve izraženija polarizacija u društvu i podela na "mi" i "oni"** koja je za mnoge već danas jedino merilo ispravnosti, a koja se javlja upravo kao posledica odsustva kulture dijaloga i istovremenog jačanja ekstremizama raznih vrsta koji su sve prisutniji u medijima.



CEPROM

Centar za profesionalizaciju
medija i medijsku pismenost

PROFESIONALNO

KVALITETNO

ODGOVORNO