

SEE / CHECK



PRIRUČNIK ZA
PREPOZNAVANJE
ŠTETNIH MEDIJSKIH
NARATIVA



PRIRUČNIK ZA **PREPOZNAVANJE** **ŠTETNIH** MEDIJSKIH NARATIVA

Izdavač:

Udruženje Da se zna!
Radoslava Grujića 3
11000 Beograd

Za izdavača:

Bojan Lazić

Autor:

Udruženje Da se zna!

Dizajn i prelom:

Matija Stefanović

Beograd, maj 2025.

**Ova publikacija je izrađena uz
finansijsku podršku Evropske unije.
Sadržaj je isključiva odgovornost
udruženja Da se zna! i ne odražava
nužno stavove Evropske unije.**

SADRŽAJ

- 3** Uvod
- 6** Šta su štetni medijski narativi?
- 8** Vrste štetnih medijskih narativa
- 13** Kako prepoznati štetne medijske narative?
- 15** Kako reagovati na štetne medijske narative?
- 18** Kome prijaviti štetne medijske narative?
- 21** Zaključak

UVOD

Moć medija i uticaj koji oni imaju na oblikovanje naše stvarnosti toliki su da je teško uopšte izmeriti posledice i štetu koju zlonamerni medijski narativi i medijske dezinformacije prave, a posebno kada se radi o marginalizovanim grupama ljudi, kao što je LGBT+ zajednica.

Jedan primer koji odlično ilustruje ovu moć jeste slučaj EuroPrajda 2022. godine. Količina mržnje koju su mediji generisali u leto 2022. godine, uoči EuroPrajda, koji se te godine održavao u Beogradu, kreirala je atmosferu ravnu onoj za vreme prvog, “Krvavog” Prajda, 2001. godine. Na televiziji i u novinama su tokom avgusta i septembra neprekidno, svakodnevno distribuirane vesti o EuroPrajdu, koje su bile prepune neistina, senzacionalizma, misreprezentacije, govora mržnje, pristrasnosti, stigmatizacije i invazivnosti. Televizije su svakodnevno organizovale “debate” između organizatora Prajda i desno orijentisanih političara, doprinoseći time pogrešnom, ali veoma raširenom mišljenju da kvir pokret nije građanski pokret, već nekakva politička struja. Organizovane su tzv. “Litije za spas Srbije”, koje su u suštini bile anti-Prajd protesti koji su pozivali na zabranu EuroPrajda, prepuni nasilja i poziva na nasilje nad kvir osobama, i koji ni na koji način nisu bili sankcionisani, već naprotiv, dobili značajno mesto u velikom broju medija. Može se razgovarati i o razlozima zbog kojih su tabloidi i režimski mediji u ovoj meri “uzjahali” temu EuroPrajda i koje su sve teme i dešavanja na taj način uspešno ostala neprimećena, ali to je tema za neku drugu publikaciju. Ono što je važno je da je neetično medijsko izveštavanje ono koje često donosi veći broj pregleda, klikova i komentara, te da mu mnogi mediji pribegavaju svesno i namerno radi većeg “riča” i da su se uoči EuroPrajda tabloidi izuzetno oslanjali na neetično izveštavanje, koje, naravno, ni na koji način nije bilo sankcionisano. Rezultat dvomesečnog nesankcionisanog širenja mržnje prema kvir osobama rezultirao je drastično povećanim brojem napada na kvir osobe, toliko da je Udruženje Da se zna! samo u avgustu i septembru dokumentovalo više slučajeva nego ukupno za sve prethodne mesece 2022. godine. Ne samo što se povećao broj incidenata, nego se povećala i okrutnost i intenzitet fizičkih napada, pa se slučajevi koji su nam prijavljeni u ova dva meseca izdvajaju kao posebno nasilni i surovi.

Dakle, posledice neetičnih medijskih praksi su veoma stvarne i moć koju mediji imaju u oblikovanju javnog mnjenja jeste izuzetno velika. Štetni medijski narativi u Srbiji retko budu sankcionisani, pa je stoga veoma

važno da se samostalno opremimo alatima koji će nam pomoći da ih prepoznamo i da u gomili medijskog sadržaja koji svakodnevno konzumiramo umemo da izdvojimo prave vesti od onih lažnih. Ovaj priručnik namenjen je prvenstveno LGBT+ osobama, kako bismo svojoj zajednici ponudili alat kojim će moći da se odbrani od štetnih medijskih narativa, prepozna ih i adekvatno na njih reaguje. Ipak, metode kojima se služimo kada prepoznajemo štetne medijske narative primenljive su na vesti bilo koje tematike, i zato je ovaj priručnik namenjen i čitavoj javnosti, i primenljiv i na medijske narative koji su u vezi sa drugim temama. Posebno, ovaj priručnik namenjen je upravo medijskim radnicima, kako bismo zajedno radili na razumevanju opasnosti dezinformacija i podelili praktične strategije za izbegavanje ovakvog načina izveštavanja.

ŠTA SU ŠTETNI MEDIJSKI NARATIVI?

Medijski narativi jesu obrasci pripovedanja i načini na koje mediji uokviruju stvarnost koju iznose, kako bi se određena tema, događaj, grupa ljudi ili problem predstavili iz određene specifične perspektive. Narativ ne mora nužno biti lažan - on može koristiti istinite činjenice, ali ih predstaviti u kontekstu koji podupire određene vrednosti, pogled i interes.

Štetnim narativom smatramo onaj koji namerno razvija, produbljuje i potpiruje stereotipe i negativna mišljenja prema nekoj grupi ljudi ili nekom problemu. Umesto da teži neutralnosti i činjenicama, štetan medijski narativ se oslanja na izazivanje emocija i na predrasude, stereotipe i strah, koristi selektivne, neobjektivne i nepouz dane izvore, ignoriše ili iskrivljuje alternativne perspektive umesto da teži sagledavanju priče iz svih uglova, i najvažnije:

Objektivan medijski sadržaj ima cilj da **obavesti i informiše** javnost.

Štetan medijski narativ ima cilj da **utiče na mišljenje i ponašanje**, često na štetu određene grupe.

Štetni medijski narativi često targetiraju ranjive ili marginalizovane grupe, kao što su LGBT+ osobe, izbeglice, etničke manjine, feministkinje, ili aktivisti_kinje, predstavljajući ih kao problem, opasnost ili pretnju "normalnosti". Takvi narativi ne samo da šire dezinformacije, već i normalizuju diskriminaciju i nasilje.

VRSTE ŠTETNIH MEDIJSKIH NARATIVA

Za praćenje i vrednovanje etičnosti medijskog izveštavanja, odnosno za klasifikaciju medijskog sadržaja kao štetnog medijskog narativa, Udruženje Da se zna! je izradilo metodologiju koja izdvaja i definiše osam stavki koje se smatraju medijskim manipulacijama i čine vest neetičnom, odnosno štetnim medijskim narativom. Koristeći se ovim načinom klasifikacije vesti, dokumentovali smo desetine primera štetnih medijskih narativa, koji se nalaze na našoj platformi:

www.dezinfo.dasezna.lgbt



SENZACIONALIZAM

Način izveštavanja u medijima koji koristi preuveličavanje, dramatične izraze i emocionalno nabijen jezik kako bi privukao pažnju publike, a na uštrb tačnosti, konteksta i etičkih standarda. Umesto da informiše, senzacionalizam ima za cilj da šokira, uznemiri ili zabavi, koristeći naslove i sadržaj koji iskorišćavaju emocije ili preuveličavaju aspekte priče kako bi se stvorilo intersovanje ili šok vrednost, na ovaj način potpaljujući strah, mržnju i predrasude.

LAŽNO PREDSTAVLJANJE ILI MISREPREZENTACIJA

Lažno predstavljanje ili misreprezentacija je čin iskrivljivanja činjenica, konteksta ili identiteta s ciljem da se publika dovede u zabludu. U medijskom kontekstu, to podrazumeva prikazivanje osobe, događaja ili izjave na način koji je nepotpun, izvučen iz konteksta ili namerno pogrešno interpretiran, tako da se stvara pogrešan utisak kod publike. Ukratko, u pitanju je netačno ili iskrivljeno prikazivanje informacija i činjenica.

GOVOR MRŽNJE

Jezik koji promoviše nasilje, diskriminaciju ili predrasude prema pojedincima_kama ili grupama na osnovu njihovog ličnog svojstva, na primer seksualne orijentacije ili rodnog identiteta. Govor mržnje je svaki jezik - pisani, usmeni, vizuelni ili simbolični - koji poziva na ili promoviše nasilje, mržnju, diskriminaciju ili neprijateljstvo prema grupi ili pojedincu_ki na osnovu stvarnog ili pretpostavljenog ličnog svojstva te osobe ili grupe. Govor mržnje ima za cilj da ponizi, zastraši, demonizuje ili podstakne nasilje, često koristi stereotipe, uvrede, omalovažavanje ili dehumanizaciju (npr. poređenje sa životinjama, bolešću, kriminalcima).

Govor mržnje može biti otvoren (direktna uvreda) ili prikriven (sarkazam, ironične formulacije, "samo postavljanje pitanja"). Prikriveni govor mržnje se teže detektuje i ima razornije posledice, budući da lakše ostaje nesankcionisan.

IV LAŽNE VESTI

Neproverene, izmišljne ili netačne informacije, namerno obmanjujući sadržaji, koji šire dezinformacije i stereotipe, sa ciljem da prevare, obmanu i manipulišu mišljenjem javnosti, izazovu konfuziju, ili ostvare neku dobit - političku, ideološku ili finansijsku. Često se upotrebljavaju upravo protiv marginalizovanih grupa, poput LGBT+ zajednice.

V NAMERNA PRISTRASNOST

Sistematsko i namerno favorizovanje ili odricanje određenih perspektiva ili grupa u izveštavanju. To su sadržaji koji svesno predstavljaju informacije iz isključivo jedne perspektive, sa ciljem da podrže određenu ideologiju, grupu ili interes, dok istovremeno svesno i namerno zanemaruju, iskrivljuju ili diskredituju suprotne stavove ili činjenice. Ova vrsta pristrasnosti nije rezultat neznanja ili novinarske greške, već svesna odluka da se publika usmeri ka određenom zaključku, osećaju ili uverenju, umesto da se publici ponude sve činjenice i perspektive.

VI STIGMATIZACIJA

Stigmatizacija u medijskim narativima označava način na koji mediji negativno obeležavaju određene osobe ili društvene grupe, na primer LGBT+ zajednicu, predstavljajući ih kao devijantne, opasne, neprihvatljive ili manje vredne u odnosu na dominantne društvene norme, oslanjajući se na postojeće stereotipe i produbljujući ih, pojačavajući time socijalnu distancu između targetirane grupe i ostatka stanovništva.

VII NEDOSTATAK RAZLIČITOSTI I INKLUZIVNOSTI

Neuspeh u prikazivanju raznolikosti neke grupe ljudi, na primer LGBT+ zajednice, i isključivanje relevantnih glasova i gledišta, kao i neravnopravnu zastupljenost i nedovoljno autentično predstavljanje neke grupe u medijskom sadržaju — bilo kao izvore informacija, protagoniste priča ili deo šire javne debate. Na ovaj način mediji oblikuju

predstave o tome ko je važan, čiji glas vredi i šta je “normalno”, ostavljajući većinske glasove dominantnim, a ignorišući manjinske i marginalizovane glasove, što dodatno vodi daljoj marginalizaciji manjinskih grupa.

VIII **INVAZIVNO IZVEŠTAVANJE**

Oblik medijskog izveštavanja u kojem se narušava privatnost, dostojanstvo ili emocionalna sigurnost osobe ili zajednice, najčešće bez njihove saglasnosti i u kontekstu koji im može naneti štetu, stres ili dodatnu viktimizaciju. Ovakvo izveštavanje je posebno problematično kada se odnosi na osobe koje pripadaju marginalizovanim grupama, kao što je LGBT+ zajednica, jer u konačnici rezultira dodatnom dehumanizacijom ovih osoba, koje postaju predmet “atraktivne” priče, a ljudski, empatičan odnos prema njihovim iskustvima izostaje, čime se njihova iskustva eksploatišu i zloupotrebljavaju.

KAKO PREPOZNATI ŠTETNE MEDIJSKE NARATIVE?

Svi štetni medijski narativi mogu biti izuzetno očigledni, ali i veoma suptilni, prepredeni, zavijeni u tobožnje “pravo na mišljenje” i potureni kao “objektivno” i etično novinarstvo. Ne samo što je publici teško da na ovakve narative ostane imuna, već su neetične medijske prakse toliko normalizovane, da je i medijskim radnicima_ama često teško da u sopstvenom i tuđem radu prepoznaju osobine neetičnog izveštavanja i razumeju zbog čega je ono neprihvatljivo.

Evo nekoliko pitanja koja možeš sebi postaviti da proveriš da li je u pitanju etično izveštavanje ili štetan medijski narativ:

- **Da li sadržaj preuveličava opasnost ili koristi strah da bi oblikovao tvoje mišljenje?**
- **Da li bi ovako bilo prikazana većinska i nemarginalizovana grupa?**
- **Da li sadržaj koristi emocionalno jak, neprijateljski ton?**
- **Da li su prikazani svi relevantni izvori? Da li nedostaje kontekst?**
- **Da li se izvori ponavljaju i dolaze samo iz jedne političke ili ideološke sfere?**
- **Da li se neka grupa pominje isključivo u negativnom kontekstu?**
- **Ko je prikazan, a ko je izostavljen? Da li je grupi o kojoj je reč data prilika da govori u svoje ime?**
- **Da li bi ti bilo u redu da se o tebi piše na takav način?**

Štetne medijske narative karakteriše to što tada mediji ne informišu, već oblikuju emocije i stavove na način koji produbljuje predrasude i društvene podele. Ključno je razviti kritičku distancu: uvek se zapitaj ko govori, o kome se govori, na koji način — i šta je izostavljeno.

KAKO REAGOVATI NA ŠTETNE MEDIJSKE NARATIVE?

PREPOZNAJ ŠTETAN NARATIV

Koristeći se gore navedenim pitanjima prepoznaj da je u pitanju štetan medijski narativ, a ne objektivno izveštavanje, analiziraj šta poručuje, ko iza njega stoji i sa kojom svrhom. Utvrdi da li koristi stereotipe, manipulaciju emocijama, zastrašivanje ili lažne informacije.

KORISTI PROVEREN SADRŽAJ ZA SUPROTSTAVLJANJE

Ti nisi samo pasivni konzument medijskog sadržaja, već imaš mogućnost i pravo da aktivno doprinosiš raskrinkavanju štetnih medijskih sadržaja tako što ćeš u onlajn prostorima koji su ti dostupni ponuditi proverene činjenice koje se suprotstavljaju medijskim manipulacijama. Koristi empirijske podatke, zakone, izjave stručnjaka i autentične glasove iz zajednice o kojoj je reč.

REAGUJ SMIRENO JER ČINJENICE SU NA TVOJOJ STRANI

Nemaš potrebe za “padanjem u vatru”. Ne nastavljaš ciklus nasilja i govora mržnje, nego ga raskrinkaj. Suprotstavi se jasno i smireno, oslanjajući se na etičke standarde. Ne omalovažavaj sagovornike_cе i budi bolji_a od njih.

IV PODELI ALTERNATIVNE SADRŽAJE NA SVOJIM PLATFORMAMA

Koristi svoje platforme za promociju sadržaja koji šalje drugačije poruke. Promoviši sadržaje koji prikazuju marginalizovane grupe autentično, ljudski i sa dostojanstvom. Ako si deo zajednice, koristi sopstveni glas ili podrži one koji to rade.

V UDRUŽUJ SE SA DRUGIMA

Reaguj u okviru organizacija, aktivističkih mreža, civilnog sektora, studentskih grupa. Kolektivne reakcije su često vidljivije i efikasnije od pojedinaca_ki, posebno ako uključuju pravne i institucionalne mehanizme.

VI GRADI DUGOROČNU OTPORNOST KROZ EDUKACIJU

Obrazuj se o načinima na koje mediji manipulišu javnim mnjenjem i podučavaj druge da prepoznaju štetne medijske narative. Imaj na umu da se promene ne dešavaju preko noći i da tvoj cilj ne treba da bude samo raskrinkavanje jednog članka ili videa, već dugoročno menjanje društvene klime.

**KOME PRIJAVITI
ŠTETNE MEDIJSKE
NARATIVE?**

U Srbiji postoji nekoliko relevantnih institucija i tela kojima možeš da prijaviš neetično, štetno ili neprofesionalno medijsko izveštavanje. Evo najvažnijih adresa i šta tačno rade:

- **Savet za štampu**

Prijavljuju se: štampani i onlajn mediji koji krše Kodeks novinara Srbije.

Vrsta pritužbi: govor mržnje, senzacionalizam, povreda prava na privatnost, netačno izveštavanje, stigmatizacija.

Postupak je javan i besplatan, a žalbu može podneti svako, čak i ako nije lično pogođen sadržajem. Ishod može biti javna opomena, izveštaj u medijima, preporuka redakcijama da objave ispravku.

<https://www.savetzastampu.rs>
prigovor@savetzastampu.rs



- **Regulatorno telo za elektronske medije (REM)**

Prijavljuju se: televizije i radio stanice koje krše Zakon o elektronskim medijima.

Vrsta prijava: govor mržnje, diskriminacija, širenje panike, neprimereni sadržaji, zaštita maloletnika.

REM ima ovlašćenja da izrekne opomenu, novčanu kaznu, pa čak i oduzme dozvolu za emitovanje.

<https://www.rem.rs>
kontakt@rem.rs



- **Poverenik za zaštitu ravnopravnosti**

Prijavljuje se: medijski sadržaj koji sadrži diskriminaciju po osnovu pola, roda, rase, seksualne orijentacije, invaliditeta, itd.

Postupak može pokrenuti bilo ko, uključujući individue i udruženja u ime pogođene grupe. Poverenik može izdati preporuke, pokrenuti postupke pred sudovima i informisati javnost.

<https://ravnopravnost.gov.rs>
poverenik@ravnopravnost.gov.rs



- **Zaštitnik građana (Ombudsman)**

Prijavljuje se: nepostupanje ili neadekvatna reakcija javnih medijskih institucija.

Pogotovo je korisno ako smatraš da državni mediji zanemaruju javni interes ili promovišu diskriminaciju.

<https://ombudsman.rs>
kontakt@ombudsman.rs



- **Organizacije civilnog društva i novinarska udruženja**

NUNS, UNS, Slavko Ćuruvija fondacija, CRTA, SHARE Fondacija – često objavljuju analize, reaguju javno i mogu pomoći u prijavljivanju i širenju informacija o štetnim narativima.

ZAKLJUČAK

Važno je uvek imati na umu da kao pojedinci_ke imamo moć da utičemo na stvarnost u kojoj živimo, da nismo pasivni primaoci medijskog sadržaja, već da imamo pravo, a mnogi bi rekli da imamo i obavezu, da reagujemo na štetne medijske narative i radimo na njihovom raskrinkavanju i uklanjanju iz javnog prostora. Ipak, problem često nije u odsustvu želje za reagovanjem, već u poteškoćama pri prepoznavanju i označavanju medijskog narativa kao štetnog, u čemu ovim priručnikom želimo da ti pomognemo.

Ovaj priručnik nije jedini alat ovakve vrste i postoji mnoštvo publikacija, često daleko obimnijih i temeljnijih, koje ti mogu pomoći da prepoznaš štetne medijske narative i razvojiš ih od pravih, etičnih i objektivnih vesti. Ovaj priručnik smo pokušali da učinimo što razumljivijim, sažetijim i takvim da bude pristupačan i jasan čak i osobama sa minimalnim znanjem o ovoj temi, zbog čega te ohrabrujemo da ga deliš sa svima, a posebno sa osobama koje se ne bave medijima i koje nemaju velika i temeljna znanja o ovoj temi.

