



SNAŽNI:

Mediji bez mržnje i dezinformacija

**MEDIJSKI SISTEM U SRBIJI
OBELEŽEN DELOVANJEM
MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO
ŠIRE DEZINFORMACIJE,
GOVOR MRŽNJE I PROPAGANDU**

*Dubravka Valić Nedeljković
Milica Janjatović Jovanović*

SRBIJA

SNAŽNI: Mediji bez mržnje i dezinformacija

Regionalni projekat „SNAŽNI: Inicijativa civilnog društva za reafirmaciju slobode medija i suzbijanje dezinformacija, propagande i govora mržnje na Zapadnom Balkanu i u Turskoj“ realizuju partnerske organizacije [SEENPM](#), [Albanski medijski institut](#), [Mediacentar Sarajevo](#), [Kosovo 2.0](#), [Institut za medije Crne Gore](#), [Makedonski institut za medije](#), [Novosadska novinarska škola](#), [Mirovni institut](#) i [Bianet](#), uz finansijsku podršku Evropske unije.

Info: <https://seenpm.org/>

Kontakt: admin@seenpm.org

MEDIJSKI SISTEM U SRBIJI OBELEŽEN DELOVANJEM MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE DEZINFORMACIJE, GOVOR MRŽNJE I PROPAGANDU

SRBIJA

Autorke: Dubravka Valić Nedeljković, Milica Janjatović Jovanović

Urednica, voditeljica regionalnog istraživanja: Brankica Petković

Izvršna urednica: Milica Janjatović Jovanović

Lektor: Predrag Mijatović

Grafički dizajn: Špela Kranjec za Filip Kranjec s.p., Ljubljana, Slovenija

Izdavači: Novosadska novinarska škola, Novi Sad, SEENPM, Tirana i Mirovni institut, Ljubljana

Novi Sad, septembar 2020

© *Novosadska novinarska škola, SEENPM, Mirovni institut i autorke*



South East European Network
for Professionalization of Media



*Ova publikacija nastala je uz finansijsku podršku Evropske unije.
Sadržaj publikacije predstavlja isključivo odgovornost autorki i izdavača
i ne odražava nužno stavove Evropske unije*

SADRŽAJ

1. UVOD	4
2. ZAVISNOST MEDIJA OD CENTARA MOĆI	6
2.1. Sadržaj koji plasiraju mediji uz direktnu ili indirektnu podršku države	7
2.2. Netradicionalni mediji kao pogodno tle za širenje ekstremističkih narativa	10
3. SISTEMATIČNA PRODUKCIJA DEZINFORMACIJA, GOVORA MRŽNJE I PROPAGANDE	12
3.1. Tabloidi kao najaktivniji generatori dezinformacija, govora mržnje i propagande	13
3.2. Propaganda, govor mržnje i dezinformacije kao odlika komercijalnih televizija	15
4. VLASNIŠTVO I FINANSIJSKI IZVORI MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE GOVOR MRŽNJE, DEZINFORMACIJE I PROPAGANDU	17
5. PROPAGANDNO DELOVANJE MEDIJA SA NACIONALNOM FREKVENCIJOM	20
6. ZAKLJUČAK	23
7. PREPORUKE ZA SUPROSTAVLJANJE FUNKCIONISANJU MODELA MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE PROPAGANDU, GOVOR MRŽNJE I DEZINFORMACIJE	25
Literatura i izvori	26
O autorkama	30

MEDIJSKI SISTEM U SRBIJI OBELEŽEN DELOVANJEM MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE DEZINFORMACIJE, GOVOR MRŽNJE I PROPAGANDU

*Dubravka Valić Nedeljković
Milica Janjatović Jovanović*

1. UVOD

Srbija, kao zemlja u kojoj pokušaji da se uspostavi uređen medijski sistem traju već nekoliko decenija, uključujući reforme zakonodavstva i sistemskih mera, pokazuje brojne znake slabe uređenosti medijskog sistema, nepoštovanja medijskih zakona (jasno uočljivo kroz zloupotrebe sistema projektnog sufinansiranja medija), kao i neefikasnost Regulatornog tela za elektronske medije. U takvom sistemu javno komuniciranje nije zasnovano na činjenicama, nema transparentnosti niti odgovornosti, a društvo se zatvara u začaranom krugu dezinformacija, propagande i narativa kojima se širi govor mržnje. Međunarodni izveštaji, kao i interni monitorinzi rada medija koje obavljaju različita udruženja novinara, istraživači, kao i organizacije civilnog društva ukazuju na to da medijska praksa često predstavlja naličje zakona i dobrih praksi, jer „zavisnost medija od centara moći, pritisci kao i loš ekonomski položaj novinara za posledicu imaju širenje autocenzure, tabloidizaciju i pad etičkih standarda koji se mogu izdvojiti kao osnovne karakteristike medijske scene u Srbiji“ (Jaraković, V. 2019:6).

Javno komuniciranje nije zasnovano na činjenicama, nema transparentnosti niti odgovornosti, a društvo se zatvara u začaranom krugu dezinformacija, propagande i narativa kojima se širi govor mržnje.

Ovim istraživanjem pokušalo se ustanoviti na koji način finansijsko-ekonomska struktura medijskog tržišta u Srbiji utiče na pad nivoa profesionalnih standarda, urušavanje autonomije medija i zloupotreba dezinformacija i govora mržnje u propagandne svrhe. Za potrebe istraživanja konsultovani su različiti izvori – medijska istraživanja objavljena tokom prethodnih godina, analitički tekstovi istraživačkih novinara, portali koji dekonstruišu dezinformacije i manipulativno predstavljanje informacija u javnosti, odluke i monitorinzi regulatornih tela, kao i intervjui sa jednim medijskim istraživačem i jednom predstavnicom Saveta za štampu.

U poglavljima koja slede biće predstavljen opšti okvir zavisnosti medija od centara moći, kao i posledice takve zavisnosti koje se mogu uočiti u sadržaju koji ti mediji plasiraju. Nakon toga, po poglavljima će biti predstavljene različite grupe medija koji se mogu označiti kao kreatori i prenosioci informacija koje

se mogu okarakterisati kao govor mržnje, dezinformacije i propaganda. U obzir su uzimani najuticajniji i najtiražniji mediji u Srbiji, a grupe su formirane po učestalosti neprofesionalnog izveštavanja. U svakom poglavlju se za prikazanu grupu medija ukazuje na povezanost vlasničke strukture medija sa različitim centrima moći. Nakon zaključka formulisane su preporuke za postizanje veće transparentnosti finansijsko-ekonomske strukture medija i podizanje nivoa kvaliteta sadržaja, na osnovu najčešće izražanih zahteva medijskih profesionalaca.

2. ZAVISNOST MEDIJA OD CENTARA MOĆI

Mediji u Srbiji pokazuju izuzetno nizak stepen autonomije kada je u pitanju ekonomska i finansijska održivost. Analiza koju je objavila organizacija IREX 2018. pokazala je do tada najgore rezultate za Srbiju od 2000. godine. Ocena za održivost tada je bila 1,64 na skali od 1 do 4:

„Privatni, jednako kao i javni mediji, niti su u mogućnosti da funkcionišu kao efikasne i dobro rukovođene kompanije, niti ostvaruju zarade. Oni, usled neregulisanosti tržišta, ne koriste poslovno planiranje, ni internacionalne računovodstvene i finansijske standarde. U državi je registrovano više od 2000 medija, tako da često održivost za jedan prosečan medij nije moguća“ (IREX, 2018:9).

Istovremeno, na sajtu Monitora medijskog vlasništva u Srbiji, ukazuje se na to da su mediji koji imaju više od 50% udela u gledanosti u vlasništvu ili su kontrolisani od strane političke partije, političara ili političke grupe, ili imaju vlasnika sa političkim vezama.¹

Ukoliko postoji toliko snažan ekonomski uticaj vlasti i pojedinaca bliskih vlastima, teško je očekivati da će rad medija biti nezavisan i novinarstvo autonomno i kritički usmereno. Rezultati istraživanja Novosadske novinarske škole o diverzitetu projekata finansiranih javnim sredstvima na teritoriji Novog Sada, Kikinde i Subotice pokazuju „da se najviše novca usmerava na one sadržaje koji sa sobom nose veliki rizik od pasivizacije medija, odnosno njihovog transformisanja u biltene aktivnosti lokalnih samouprava, a samim tim i stranaka na vlasti“ (Janjić, S. et al. 2018:6).

Kao jedan od uzroka nefunkcionalnosti sistema projektnog sufinansiranja koje je uvedeno na nivou države i lokalnih zajednica i koje bi trebalo da podržava medijske projekte od javnog interesa, jeste način odabira članova konkursne komisije, koji je obeležen brojnim zloupotrebama:

„Deset najčešće imenovanih članova odlučivalo je na skoro svakom trećem konkursu; Svaki deseti član komisije imenovan je suprotno Zakonu; Pojedini članovi odlučivali u svakom od projektnih ciklusa; Evropska komisija i nakon tri godine implementacije u svojim izveštajima ukazuje na problem političkog uticaja administracije na dodelu subvencija za sufinansiranje medijskih sadržaja, posebno na lokalnu“ (Strahinić, J. 2019:11).

Tako sistematično finansiranje medija iz centara moći direktno povezanih sa vladajućom strukturom neizbežno vodi do medijskog sistema u kojem su brojni mediji prožeti nekritičkim stavom prema delovanju vlasti. To dovodi do pretvaranja medija u propagandnu

Sistematično finansiranje medija iz centara moći direktno povezanih sa vladajućom strukturom neizbežno vodi do medijskog sistema u kojem su brojni mediji prožeti nekritičkim stavom prema delovanju vlasti.

¹ Media Ownership Monitor Srbija. Dostupno na: <http://serbia.mom-rsf.org/rs/nalazi/indikatori/#1895a26c9d314c00bdf16f9afd8ebe78b> (pregledano: 28.05.2020)

mašineriju vladajuće strukture što se kosi sa Zakonom o javnom informisanju i medijima, kao i sa etičkim normama novinarske profesije.

2.1. Sadržaj koji plasiraju mediji uz direktnu ili indirektnu podršku države

Medijska scena u Srbiji kao jedno od najznačajnijih obeležja nosi upravo široku rasprostranjenost narativa okarakterisanih govorom mržnje, dezinformacijama i propagandom. Da se radi o značajnom fenomenu koji ukazuje na postojanje visoke koncentracije određenog broja medijskih aktera koji na sistematičan način objavljuju ovakve sadržaje, ukazuju istraživanja portala Raskrikavanje kojima je ustanovljeno da su tabloidi Informer, Srpski telegraf i Alo tokom 2018. godine na naslovnim stranama objavili preko 700 lažnih vesti,² dok su isti tabloidi, uz tabloid Kurir, tokom 2019. godine objavili 945 lažnih i neutemeljenih tvrdnji na svojim naslovnim stranama.³ Istovremeno, ovi tabloidi nalaze se među najprodavanijim novinama u Srbiji – dnevno se proda 100,239 primeraka Informera i 41,223 primeraka tabloida Kurir.⁴ Ukoliko se ima u vidu da ovi tabloidi imaju i svoja izuzetno posećena onlajn izdanja⁵, postaje jasno da je njihov domet značajan. Ovakav način rada tabloida istovremeno odražava nefunkcionalnost i neefikasnost regulatornog okvira medijskog sistema, s obzirom na činjenicu da iako sankcije za ovakav rad postoje, one nisu korektivni faktor koji bi omogućio da se širenje lažnih vesti na sistematičan način zaustavi. Advokat Vladimir Gajić za list Danas komentarisao je neefikasnost sudskih mera i ukazao na to kako bi se ovaj problem mogao prevazići: „Kada bi tabloide ozbiljno koštao način na koji kleveću i blate ljude, dobro bi razmislili pre nego što bi se na to odlučili. Ovako, sudovi dosuđuju naknade od po 1.000-2.000 evra, što tabloid zaradi za nekoliko sati prodaje novina u jednom danu. Sud bi dakle mogao da stane na put tabloidima“.⁶

Istovremeno, u izjavama visokih državnih zvaničnika retko se može čuti kritika na neprofesionalan rad medija, u kojima se dezinformacijama, etiketiranjem i govorom mržnje često obračunava sa političkim neistomišljenicima (videti dalje u tekstu), već se takva praksa označava kao pluralizam mišljenja i odraz medijskih sloboda. Jedan od primera ovakvih stavova je i izjava premijerke Ane Brnabić: „Sloboda medija postoji, mediji ovde mogu da iskažu stavove, da kritikuju vlast, predsednika i to najčešće i rade. U Srbiji postoje mediji koji

2 Đorđević, J. i Radojević, V. (2019). Više od 700 laži na naslovnim stranama tri tabloida u 2018. godini (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Vise-od-700-lazi-na-naslovnim-stranama-tri-tabloida-u-2018-godini-346> (pristupljeno: 25.06.2020)

3 Vučić, M. i Radojević, V. (2020). Najmanje 945 lažnih vesti na naslovnicama četiri tabloida u 2019. (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Najmanje-945-laznih-vesti-na-naslovnicama-cetiri-tabloida-u-2019-557> (pristupljeno: 25.06.2020)

4 OVERVIEW: SERBIA (neobjavljeno istraživanje)

5 Portal kurir.rs dnevno poseti u proseku 971 538 osoba, portal alo.rs 497 085, dok informer.rs poseti 249 448 (Gemisu audience. (2020). Dostupno na: <https://rating.gemius.com/rs/tree/32> (pristupljeno 25.06.2020)

6 Živanović, K: (2020). Sudovi podilaze tabloidima. (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/sudovi-podilaze-tabloidima/> (pristupljeno: 25.6.2020)

misle da Vlada dobro radi svoj posao i oni koji misle da ne radi dobro. Ali svi oni imaju prostora da to javno kažu i da se to, kao i u drugim evropskim državama, ne sankcioniše⁷. Činjenica da postoje mediji u kojima se može čuti kritika vlasti ne negira brojne zloupotrebe medija u propagandne svrhe, na koje javnost upozorava⁸.

S obzirom na veliku ulogu države u finansiranju medija koji nemaju kapacitet da finansijsku održivost obezbede na tržištu, važan doprinos održivosti profesionalnih medija bio bi visok kvalitet u radu medija koje finansira država, što bi podrazumevalo rad u skladu sa zakonom i javnim interesom. Tako se Pravilnikom o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja propisuje da se prilikom odabira projekata posebno mora ocenjivati „da li su učesniku konkursa izrečene mere od strane državnih organa, regulatornih tela ili tela samoregulacije u poslednjih godinu dana, zbog kršenja profesionalnih i etičkih standarda“ („Sl. glasnik RS”, br. 16/2016 i 8/2017, stav 4, član 18). Međutim, potpuno suprotno tome, analize istraživača pokazuju da su mediji koji dobijaju najviše novca iz državnog budžeta upravo mediji koji se odlikuju neprofesionalnim radom, širenjem dezinformacija, panike i propagande.

Samoregulatorno telo Savet za štampu, koje prati rad štampanih i onlajn medija, ukazuje na kršenje Kodeksa novinara Srbije, objavljuje javne opomene medijima koji prekrše kodeks, sprovodi redovan monitoring kojim se beleži broj prekršaja koje su načinili štampani i onlajn mediji. Rezultati monitoringa u drugoj polovini 2019. ukazuju na to da su mediji koji su dobili značajnu finansijsku pomoć države upravo mediji koji su najčešće kršili Kodeks novinara Srbije. U tabeli koja sledi nalaze se mediji koja su na prva četiri mesta po broju prekršaja Kodeksa u tom periodu.

BROJ ČLANAKA U ČETIRI TABLOIDA U KOJIMA JE PREKRŠEN KODEKS

Tabela 1

MEDIJ	BROJ ČLANAKA U KOJIMA JE PREKRŠEN KODEKS (period jul-decembar 2019)
ALO	214
KURIR	163
SRPSKI TELEGRAF	137
INFORMER	103

Izvor: Savet za štampu, dostupno na: http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs_monitoring_jul-dec_2019_V1.pdf

7 Nezavisni.rs (2019). Brnabić: Vlast ne utiče na uređivačku politiku nijednog medija. (onlajn). Dostupno na: <https://nezavisni.rs/2019/03/29/brnabic-vlast-ne-utice-na-uredjivacku-politiku-nijednog-medija/> (pristupljeno 28.05.2020)

8 U martu 2020. godine Akademska akcija uputila je zahtev REM-u za razrešenje članova Upravnog odbora RTS-a, kao i zabranu emitovanja informativnog i političkog programa televizija Pink, Hepi i Studio B zbog „nepoštovanja zakona koji regulišu medijski prostor i zloupotrebe medija radi obmanjivačkog prikrivanja afere pripadnika vladajuće stranke i propagandističkog veličanja njenog predsednika“ (Cenzolovka. 2020: <https://www.cenzolovka.rs/pritisci-i-napadi/akademska-akcija-od-rem-trazi-zabranu-emitovanja-pinka-hepija-i-studija-b/>, pristupljeno 3.6.2020)

Portal Raskrikavanje prikupio je podatke o državnom sufinansiranju medija za period 2017, 2018. i prva tri meseca 2019. godine i uporedio te podatke sa brojem dezinformacija i manipulacija koje su ti mediji objavili u datom periodu. U tabeli koja sledi prikazani su podaci za četiri medija, koji su u datom periodu najviše širili lažne i manipulativne vesti.

SREDSTVA IZ BUDŽETA I BROJ OBJAVLJENIH LAŽNIH VESTI U ČETIRI TABLOIDA ZA PERIOD 2017, 2018 I PRVA TRI MESECA 2019

Tabela 2

MEDIJ	SREDSTVA DOBIJENA IZ BUDŽETA	BROJ OBJAVLJENIH LAŽNIH VESTI
INFORMER	14.800.000,00 RSD (123.000,00 EUR)	82
ALO	11.400.000,00 RSD (95.000,00 EUR)	72
SRPSKI TELEGRAF	17.207.000,00 RSD (143.000,00 EUR)	63
KURIR	850.000,00 RSD (7.000,00 EUR)	47

Izvor: Raskrikavanje, dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/kesformisanje/>

Gotovo bez izuzetka, mediji koji dobijaju najveću podršku države istovremeno i najviše plasiraju propagandni sadržaj, ne odnose se kritički prema odlukama vlasti, dok neretko etiketiraju političke neistomišljenike, šire dezinformacije i govor mržnje.

Marko Nedeljković, istraživač i direktor Centra za profesionalizaciju medija i medijsku pismenost, nakon sprovedenog istraživanja „Komunikativna agresija u Srbiji 2019.“ ukazuje na značajan fenomen koji se ispostavio kao medijska praksa u Srbiji u kontekstu etiketiranja i širenja govora mržnje:

„Rezultati pokazuju da svakoga dana mediji u Srbiji objave oko 80 tekstova u kojima pojedince ili grupe direktno proglašavaju za „izdajnike“, „strane plaćenike“, „ustaše“ ili „Šiptare“. To znači da na godišnjem nivou dolazimo do brojke od najmanje 30.000 građana koji će biti etiketirani na jedan od navedenih načina. Ako tome dodamo i danas već uobičajene termine koji se koriste za neistomišljenike, kao što su „lopov“ i ponovo aktuelne termine kao što su „terorista“ i „fašista“, brojka postaje još alarmantnija jer dolazimo do cifre od najmanje 50.000 građana. Ove izraze posebno ističem jer oni spadaju u domen najekstremnijih, posebno etiketiranje upotrebom termina „ustaša“ (508 tekstova na mesečnom nivou) i „Šiptar“ (491 tekst na mesečnom nivou) koji sadrže i elemente govora mržnje i kao takvi ne bi ni trebalo da se koriste u medijima, a po rezultatima možete videti da njihova upotreba nije izuzetak, već pravilo na dnevnom nivou“ (Nedeljković, M, intervju).

Mediji koji dobijaju najveću podršku države istovremeno i najviše plasiraju propagandni sadržaj, ne odnose se kritički prema odlukama vlasti, dok neretko etiketiraju političke neistomišljenike, šire dezinformacije i govor mržnje.

Uz etiketiranje, govor mržnje, diskreditaciju političkih neistomišljenika, značajno obeležje tabloidnih medija jeste upotreba ekstremističkih narativa u obliku najava rata sa nekom od susednih država, Trećeg svetskog rata, ili rata velikih sila.⁹

Iz svega toga proizlazi da država ne samo da ne koristi zakonski i regulatorni okvir da sankcioniše medije koji šire propagandu, dezinformacije i govor mržnje, nego takve medije i nagrađuje kontinuirano podržavajući njihov rad putem konkursa za sufinansiranje medijskih projekata kojima bi trebalo da se ostvaruje javni interes. Može se zaključiti da je rad takvih medija, produkcija i širenje takvih sadržaja de facto deo medijske politike države odnosno vladajućih struktura. Uzimajući u obzir uticaj takvog medijskog sadržaja na građane, postavlja se pitanje u čijem interesu je izlaganje građana medijskim sadržajima koji šire govor mržnje, propagandu i dezinformacije i kako postići da se sloboda govora, za koju institucije vlasti tvrde da postoji, ne poistovećuje sa govorom mržnje, lažnim informacijama i propagandom.

Na medijskoj sceni u Srbiji na delu je sukob dve paradigme – „ideala“ i „moći“. Naime, nesporno je da postoje zakoni koji na dobar način regulišu rad medija, međutim, istovremeno postoje mediji koji zakone krše bez posledica, što jasno ukazuje na to da je paradigma moći u ovom momentu jača od „ideala“ koji se nalazi u zakonima.

2.2. Netradicionalni mediji kao pogodno tle za širenje ekstremističkih narativa

Prilikom istraživanja Centra za nove medije Liber o iskustvu građana Srbije sa govorom mržnje u javnom diskursu, najveći deo ispitanika odgovorio je da se govor mržnje najčešće sreće na Fejsbuku (607 odgovora ili 74% ispitanika), dok je sledeće mesto po učestalosti govora mržnje ili verbalnih napada, prema oceni ispitanika bio odeljak u kome građani ostavljaju komentare na medijske objave (397 odgovor, odnosno 485 ispitanika), zatim sledi Tviter (279 odgovora – 34% ispitanika), potom tekstovi i emisije u medijima (228 odgovora – 28% ispitanika, kao i komentari na blogu (209 ili 26%) (Vehovec, T. et.al, 2016:15).

Značajan primer širenja govora mržnje i lažnih vesti u onlajn sferi u Srbiji jeste Fejsbuk grupa „STOP naseljavanju miganata“¹⁰ koji ima preko 330.000 članova, a koja objavljuje sadržaje o odlukama vlasti i incidentima u vezi sa migrantima i izbeglicama, predstavljajući ih kao opasnost, često se služeći neproverenim ili lažnim informacijama, slikama sa neodgovarajućim opisom i sličnim sadržajima. Ti sadržaji imaju funkciju zastrašivanja građana i

9 Fakenews tragač (2019). Rat je najjeftinija reč srpskih tabloida. (onlajn). Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/03/11/rat-je-najjeftinija-rec-srpskih-tabloida/> (pristupljeno: 28.05.2020.)

10 Dostupno na: https://www.facebook.com/groups/512775282720731/?ref=group_header (pregledano: 25.06.2020.)

kreiranja atmosfere netrpeljivosti, što je vidno po komentarima koje građani ostavljaju ispod postova u toj grupi, koji su neretko eksplicitan govor mržnje upućen kako izbeglicama i migrantima, tako i domaćim političarima.

Internet je omogućio različitim grupacijama ekstremnih stavova da dopru direktno do građana, da sa njima komuniciraju i šire svoje ideje efikasnije i masovnije nego ranije. „Istraživači se slažu da organizacije sa ekstremnim stavovima koriste internet komunikaciju zarad efikasnog stvaranja i snaženja kolektivnog identiteta. Internet komuniciranje pruža im mogućnost da to rade na jeftin i anoniman način“ (Nikolić, 2018:163). Iako ove grupacije retko dobijaju prostor u tradicionalnim medijima, njihova zastupljenost na društvenim mrežama i internet platformama, kao i broj ljudi do kojih uspevaju da dopru, upućuju na neophodnost kreiranja odgovarajućeg regulatornog okvira za plasiranje medijskog sadržaja na ovaj način, kao i dekonstrukcije narativa koji se ovim kanalima plasiraju.

Internet je omogućio različitim grupacijama ekstremnih stavova da dopru direktno do građana, da sa njima komuniciraju i šire svoje ideje efikasnije i masovnije nego ranije.

3. SISTEMATIČNA PRODUKCIJA DEZINFORMACIJA, GOVORA MRŽNJE I PROPAGANDE

Poslednji izveštaj Reportera bez granica ukazuje na to da je u Srbiji često opasno biti novinar, kao i da lažne vesti sve više dobijaju na vidljivosti i popularnosti, te je Srbija pala za još tri mesta na listi slobode medija i sada se nalazi na 93. mestu.¹¹ Loše stanje u medijima u Srbiji dokumentovala je i Vlada Republike Srbije u najnovijoj medijskoj strategiji za period 2020-2025, u kojoj se, u odeljku Pregled i analiza postojećeg stanja utvrđuje sledeće:

*„Uloga države sadrži veliki broj ciljeva za koje se može zaključiti da uglavnom nisu ispunjeni. To se naročito odnosi na: stvaranje pogodnog okruženja za razvoj slobode izražavanja, imajući u vidu veliki broj pretnji, zastrašivanja i napada na novinare, neadekvatni stepen zaštite izvora informacija, loš socio-ekonomski položaj novinara i medijskih radnika, nedovoljnu otvorenost institucionalnih izvora informacija, diskriminaciju pojedinih urednika i novinara od strane organa javne vlasti, kršenje zakonskih obaveza i ljudskih prava u medijskim sadržajima pojedinih medija (ugrožavanje privatnosti ljudi o kojima se piše, tzv. diskreditujuće kampanje, ugrožavanje ličnog dostojanstva, govor mržnje, lažne vesti, nepoštovanje posebnih prava dece i maloletnika i žrtava nasilja, curenje podataka iz istraga, medijska promocija osuđenih lica, promovisanje problematičnih životnih stilova itd.)“.*¹²

Poslednji izveštaj Reportera bez granica ukazuje na to da je u Srbiji često opasno biti novinar, kao i da lažne vesti sve više dobijaju na vidljivosti i popularnosti.

Istraživački portal Fakenews tragač uradio je statističku analizu povezanosti izvora dezinformacija, kao i katalog medija koji su u prethodne dve godine objavljivali dezinformacije u najvećem broju. Predvodnici prakse širenja dezinformacija su tabloidi Alo, Kurir i Informer.¹³

Istraživanja sprovedena tokom prethodnih godina, analitički i istraživački tekstovi, žalbe, tužbe i odluke regulatornih tela, omogućili su da se stekne uvid u postojanje više različitih grupa medija, koji na sistematičan način plasiraju dezinformacije, govor mržnje i propagandu, kao i postojanje više različitih objekata koje ovakvi narativi targetiraju. Iako i dalje postoje mediji u Srbiji koji su zadržali visok profesionalni standard, istovremeno postojanje brojnih i uticajnih medija koji na sistematičan način proizvode sadržaj koji obiluje govorom mržnje, lažnim vestima i propagandom, doprinosi tome da je Srbija dokumentovano zemlja u kojoj je ovakav model postao važan element medijskog sistema.

¹¹ Reporters without borders. (2020). Dostupno na: <https://rsf.org/en/serbia> (pregledano: 25.06.2020)

¹² Strategija sistema javnog informisanja u Republici Srbiji za period 2020 – 2025 godina. Dostupno na: https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf (pregledano: 25.06.2020)

¹³ Kompletan spisak medija, kao i grafički prikaz njihove povezanosti dostupni su na sajtu Fakenews tragača. Fakenews tragač (2020). Habovi i mreže manipulacija (onlajn). Dostupno na: <https://fakenews.rs/2020/03/31/habovi-i-mreze-manipulacija/> (pristupljeno: 25.06.2020)

3.1. Tabloidi kao najaktivniji generatori dezinformacija, govora mržnje i propagande

U Srbiji tabloidi pored uobičajenih rubrika karakterističnih za taj tip medija (izveštavanje o životu poznatih na senzacionalistički način), fokus stavljaju na političke teme i time značajno utiču na javno mnjenje. U intervjuu za televiziju N1, Vesna Radojević, istraživačka novinarka portala Raskrikanje ukazala je upravo na ovaj problem:

„Teme naših tabloida su okrenute prema unutrašnjoj i spoljnoj politici što je neverovatno. Tabloidi u svetu se bave privatnim životima javnih ličnosti, i to nisu teme od javnog interesa. Kod nas je potpuno pomerena situacija, jer je fokus tabloida politika. Tako da su lažne vesti državni projekat, jer podržavaju vlast, a bave se uništavanjem političkih neprijatelja.“¹⁴

O ulozi tabloida u Srbiji, kao sredstvu za diskreditaciju i obračunavanje sa političkim neistomišljenicima urađeno je više analiza i istraživanja. Pokazalo se da su listovi koji najviše krše Kodeks novinara Srbije, takođe i mediji koji se najčešće obračunavaju sa opozicionim liderima. Među navedenim medijima, Informer se izdvaja kao medij koji se najčešće i najotvorenije obračunava sa opozicijom. Prema Kvartalnom medijometru, u poslednja tri meseca 2019. najviše tekstova u Informeru pripadalo je temi označenoj kao politički život u Srbiji, a među objavljenim tekstovima čak 95% imalo je negativan vrednosni kontekst u odnosu na ovu temu (Jarić i Laban, 2019:60). Poređenja radi, procenat za isti parametar kod Kurira iznosi 77% (Isto:61) (sa duplo više tekstova nego Informer), a za Alo 18% (Isto:55). Na naslovnica ovih listova, među najfrekventnijim rečima nalazi se prezime lidera opozicije Dragana Đilasa, kao i njena varijacija Đilasov; u Informeru su pored toga zastupljene i reči „Boško“ i „Ćosić“, koje se odnose na drugog lidera opozicije Boška Obradovića, odnosno programskog direktora televizije N1 Jugoslava Ćosića, koja važi za medij koji najviše kritikuje aktuelni režim; a u Kuriru „Lutovac“ i „demokrata“, koje se odnose na trenutnog lidera stranke koja je prethodno bila na vlasti (Isto:34-35).

Pokazalo se da su listovi koji najviše krše Kodeks novinara Srbije, takođe i mediji koji se najčešće obračunavaju sa opozicionim liderima.

U diskurzivnoj analizi, autori pomenutog istraživanja identifikuju Informer kao lidera među dnevnim novinama u „stvaranju vrednosno negativnog imidža sadašnje opozicije“ (Stanković, 2019:136). Kako u redovnim tekstovima, tako i u kolumnama glavnog urednika Informera Dragana Vučićevića, prepoznaju se obrasci u izveštavanju o političkim neistomišljenicima koji uključuju, ali nisu ograničeni na: strogo personalizovanu kritiku lidera opozicije, dovodenje u pitanje moralnog kredibiliteta i političkog kapaciteta opozicije, isticanje njenog manjka patriotizma koji se ogleda u lojalnosti prema zapadnim silama, predstavljanje poteza opozicije kao pokušaja rušenja vladajućeg sistema s ciljem dolaska na vlast radi lične koristi (Isto). Govor mržnje i dezinformacije,

¹⁴ N1 (2020). Radojević: Premijerka Brnabić ima poseban pik na novinare televizije N1. (onlajn). Dostupno na: rs.n1info.com/Vesti/a565246/Radojevic-Premijerka-Brnabic-ima-poseban-pik-na-novinare-televizije-N1.html (pregledano: 28.06.2020)

osim na neistomišljenike i kritičare vladajućih struktura, usmeren je i na ranjive društvene grupe (nacionalne manjine, žene¹⁵, migrante), kao i na narode susednih država.

„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 Srbije! Putine Srbije!), a onaj ko ne valja Šiptarom (Tramp Šiptar?!) predstavlja najprizemnji oblik javne komunikacije.“
(Jovović et. al, 2018:30).

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. Kako su ustanovili novinari portala Fakenews tragač, narativne matrice sa vrednosno negativnom konotacijom, dezinformacijama i otvorenim govorom mržnje prema Albancima se kreću od proglašavanja Albanaca „kriminalcima i mrziteljima Srba“, etiketiranja Albanaca kao nezahvalnih i kao onih koji zloupotrebljavaju gostoprimstvo u Srbiji, do dokazivanja navodnim DNK analizama kako su Albanci zapravo Srbi¹⁶.

Hrvati su, uz Albance, najčešće mete govora mržnje u domaćim medijima. Termin „ustaša“ se pojavljuje u 508 medijskih tekstova mesečno (Nedeljković, M, intervju), dok je tabloid Informer, tačnije njegov urednik, nudio nepostojeći dokaz da su bar 90% Hrvata ustaše (Đorđević, J. 2019).¹⁷ 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 preta opasnost od novog rata (Marković, T. 2018)¹⁸, (Janjić, S. i Šovanec, S, 2018:54), a tabloidi dodatno dramatišu situaciju lažnim tvrdnjama poput „Srbe u Hrvatskoj love kao divlje zveri“ (Vučić, M. 2019).¹⁹

15 Političarke i novinarke su česta meta napada tabloida i njihovih urednika. Povodom ovakve prakse oglasila se i grupa Novinarke protiv nasilja saopštenjem, u kom se, između ostalog tvrdi sledeće: „Vlasnik i urednik tabloida “Informer” godinama u svom mediju i na Tviter profilu seje seksističke uvrede na račun novinarki čije mu izveštavanje nije po volji. Poslednja u nizu njegovih meta je novinarka N1 Žaklina Tatalović, čije fotografije uporno objavljuje vređajući njen fizički izgled, a nedavno je “obnovio” praksu napada na novinarku Tamaru Skrozcu. Vučićevićev obrazac vređanja žena je uvek isti: fokusiran na fizički izgled ili seksualni život njegovih meta” (N1 Beograd (2020). Novinarke protiv nasilja: Država da zaštiti novinarke izložene provokacijama (onlajn). Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a593114/Novinarke-protiv-nasilja-Drzava-da-zastiti-novinarke-izlozene-provokacijama.html> (pregledano: 28.06.2020)

16 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/> (pregledano: 25.06.2020)

17 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> (pregledano: 25.06.2020)

18 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> (pregledano: 25.06.2020)

19 Vučić, M. (2019). Za pola godine više od 400 laži na naslovnica četiri tabloida. (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Za-pola-godine-vise-od-400-lazi-na-naslovnica-cetiri-tabloida-488> (pregledano: 25.06.2020)

Tabloidni mediji u Srbiji koriste dezinformacije i kada izveštavaju o ženama. Takav primer je senzacionalističko izveštavanje o ubistvu pevačice Jelene Marjanović. Duže od četiri godine (od aprila 2016.) tabloidi šire netačne informacije tokom izveštavanja o ovom ubistvu. Neki od njih su o tom slučaju objavili više od 200 članaka, uz brojne dezinformacije (Maksimović, S, 2019).

3.2. Propaganda, govor mržnje i dezinformacije kao odlika komercijalnih televizija

Televizija je značajan izvor informacija građanima Srbije. Srbija je u vrhu liste evropskih zemalja po dužini perioda tokom kog njeni građani dnevno gledaju televiziju (u proseku 5 sati i 32 minuta), kako se navodi u izveštaju Evropske radiodifuzne unije iz 2019. godine²⁰. Zato je važno ukazati na kontinuiranu i sistematičnu praksu pojedinih televizija u proizvodnji propagandnog sadržaja koji se neretko sastoji od otvorenog govora mržnje, spinova i dezinformacija, najčešće u svrhu diskreditacije opozicionih pokreta, stranaka i političara, kao i odbrane aktuelne vlasti. Istraživački tim Insajdera u emisiji Tačka 2 opisuje matricu medijskog linča uz tvrdnju da je ona opasnija od svake cenzure.

„Sve počinje tako što tabloidi prvo objave informaciju koja često nije tačna ili je samo delimično tačna – o pojedincima ili grupama. Tako plasiranu informaciju, kao istinitu, preuzimaju komercijalne televizije sa nacionalnom frekvencijom, a često i lokalne. Slede celodnevni vanredni programi. Slika targetiranog pojedinca vrti se ceo dan na ekranima. U studijima se smenjuju analitičari koji takve informacije komentarišu, a najopasnije od svega je to što se sa svojim komentarima u linč uključuju i predstavnici državnih institucija, odnosno vlasti“ (Insajder, 2020).²¹

Prema petomesečnom monitoringu Biroa za društvena istraživanja (BIRODI) od septembra 2019. do januara 2020. godine, televizija Pink je bila lider u negativnom predstavljanju opozicione partije za bojkot izbora i njihovih lidera – te 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 najnegativnije ponovo na televiziji Pink (CRTA, 2020:12). Kvantitativno-kvalitativna analiza centralne informativne emisije ove televizije koju je sprovele Novosadska novinarska škola pokazuje „izuzetno visok“ procenat pristrasnosti novinara prema temi i subjektu, koja se ogleda u tome što novinari i urednici Pinka

Važno ukazati na kontinuiranu i sistematičnu praksu pojedinih televizija u proizvodnji propagandnog sadržaja.

²⁰ Bojković, B. (2019). Internet napreduje, ali televizija se i dalje gleda (onlajn). RTS. Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/magazine/sr/story/411/film-i-tv/3612995/internet-napreduje-ali-televizija-se-i-dalje-gleda.html> (pregledano: 28.06.2020)

²¹ Insajder (2020) Dostupno na: [https://insajder.net/sr/sajt/tema/18855/TA%C4%8CKA-2-Mediji-kao-mehanizam-uz-pomo%C4%87-kojeg-se-lak%C5%A1e-vlada-\(EMISLIJA\).htm](https://insajder.net/sr/sajt/tema/18855/TA%C4%8CKA-2-Mediji-kao-mehanizam-uz-pomo%C4%87-kojeg-se-lak%C5%A1e-vlada-(EMISLIJA).htm) (pregledano: 25.06.2020)

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“ (Isto:17).

Na beogradskim lokalnim izborima 2018. godine, prema monitoringu Transparentnosti Srbija, u podršci izbornoj listi oko SNS, kao i u priložima u kojima se negativno govori o opoziciji prednjačili su Pink, ali i lokalni Studio B (Transparentnost Srbija, 2018). Ipak, ova televizija dospela je u žižu javnosti u decembru iste godine, kada je njena reporterka Barbara Životić u živom uključanju u program tokom građanskih protesta „Stop krvavim košuljama“ označila Dragana Đilasa za organizatora protesta, nazvala parolu protesta velikim licemerjem zbog toga što organizatori protesta pozivaju na „linč, silovanje, nasilje, državni udar“ (zivstepa, 2018). Usledila su brojna reagovanja i osude relevantnih lica i udruženja, ali da se ne radi o izolovanom slučaju pokazuje i sličan primer od ove (2020.) godine, kada je spikerka u vestima Studija B navela da je „Savez predvođen medijskim tajkunom i kleptomatom Đilasom, siledžijom i fašistom Obradovićem i međunarodnim muljatorom Jeremićem danas pokazao svu svoju jadrnost i ljigavštinu, i da za njih ne postoji nikakva granica u želji da unize i oštete Srbiju i srpski narod“ (Direktno, 2020:p.5).

Još jedan primer upotrebe govora mržnje u svrhu odbrane vladajuće strukture, koji uprkos prijavi nije bio procesuiran niti sankcioniran, jeste etničko profilisanje i diskreditacija profesora Sinanija sa Beogradskog univerziteta na osnovu njegove nacionalne pripadnosti u jutarnjem programu komercijalne televizije Hepi. Voditelj je uvredljivo ukazivao na profesoru nacionalnost u svrhu odbrane ministra finansija Siniše Malog, čiji doktorat se u tom periodu proveravao zbog sumnji da se radi o plagijatu²², što je u međuvremenu i dokazano. Nakon toga krivičnu prijavu protiv Milomira Marića, urednika televizije Hepi, podneli su Slavko Ćuruvija fondacija i medijska udruženja, međutim, Više javno tužilaštvo odbacilo je krivičnu prijavu²³.

22 „Marić je u programu naveo da će o doktoratu odlučivati Hašim Tači i Ramuš Haradinaj, uz objašnjenje da je „jedan njihov predstavnik član te komisije“, aludirajući na Sinanija. „On ne može da bude moralni sudija. Otkud znamo šta su mu Tači i Haradinaj rekli“ (...) Mediji su preneli i da je Marić apotrofirao „sumnjivo prezime“ Sinanija i rekao da on ne može da bude moralni sudija, jer bi na Kosovu „Tači i Haradinaj Srbina koji bi to pokušao streljali.“ (Insajder (2020). REM pokrenuo postupak protiv TV Hepi zbog vređanja profesora Sinanija; Tužilaštvo: Delovaćemo u okviru ovlašćenja (onlajn). Dostupno na: <https://insajder.net/sr/sajt/vazno/15709/REM-pokrenuo-postupak-protiv-TV-Hepi-zbog-vre%C4%91anja-profesora-Sinanija-Tu%C5%BEila%C5%A1tvo-Delova%C4%87emo-u-okviru-ovla%C5%A1%C4%87enja.htm> (pregledano: 28.06.2020)

23 Kolundžija, D. (2020) I Treće osnovno tužilaštvo odbacilo krivičnu prijavu protiv Milomira Marića. (onlajn) Slavko Ćuruvija fondacija. Dostupno na: <https://www.slavkocuruvijafondacija.rs/i-trece-osnovno-tuzilastvo-odbacilo-krivicnu-prijavu-protiv-milomira-marica/> (pristupljeno 25.06.2020)

4. VLASNIŠTVO I FINANSIJSKI IZVORI MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE GOVOR MRŽNJE, DEZINFORMACIJE I PROPAGANDU

Uočeni narativi kojima se širi govor mržnje, propaganda i dezinformacije, ukazuju na osnovnu misiju koju tabloidi i prorežimske televizije u Srbiji imaju – favorizovati ili odbraniti aktuelni režim i obračunati se sa političkim neistomišljenicima, kao i podsticati mržnju prema pripadnicima pojedinih naroda u regionu i ranjivih društvenih grupa. Kako bi se ovo postiglo uočeno je više različitih metodologija. Pre svega direktan napad na svakog značajnog aktera koji pokuša da uputi kritiku režimu, zatim spinovanje javnosti senzacionalističkom pričom, koja često ima elemente govora mržnje i sadrži u sebi dezinformacije, kao i konstantno održavanje građana u stanju strepnje zbog novih sukoba u regionu uz istovremeno zanemarivanje aktuelnih tema od javnog interesa.

Brojni izveštaji medijskih istraživača, kao i istraživačkih novinara ukazuju na usku spregu medija koji šire lažne vesti, govor mržnje i propagandu sa vladajućom strukturom.

Dragan Vučićević, vlasnik i glavni urednik tabloida Informer otvoreno podržava Srpsku naprednu stranku u svojim javnim nastupima, tekstovima, kao i uređivačkom politikom svog medija, što se moglo uočiti u analizi prikazanoj ranije u tekstu. Upravo je Informer na konkursima za projektno sufinansiranje medija tokom 2017. i 2018. godine dobio 14.800.000,00 dinara (123.000,00 EUR).

Saša Blagojević, vlasnik tabloida Alo i televizije Studio B, medija koji nedvosmisleno podržavaju trenutnu vlast, a pritom se njihov rad odlikuje upravo lažnim vestima, propagandom i govorom mržnje, kroz projektno sufinansiranje medija od grada Beograda dobio je višemilionske iznose:

„Već ustaljeno, gradskoj televiziji Studio B za tri projekta dodeljeno je čak nešto više od 17 miliona dinara (143.000,00 EUR, op.a.). Ako se uzme u obzir da je od prošle godine vlasnik te televizije Saša Blagojević, koji u svom posedu ima i kuću koja izdaje tabloid Alo, a koji je na ovom konkursu dobio pet i po miliona dinara za projekat 'Volim Beograd', u istu kasu slilo se 22,5 miliona dinara (1.875.000 EUR, op.a.), odnosno skoro trećina cele sume. Prema pisanju medija, biznismen Saša Blagojević je školski drug i blizak poznanik sadašnjeg ministra finansija a bivšeg gradonačelnika Beograda Siniše Malog“ (Nikoletić, 2019).²⁴

²⁴ Nikoletić, I., (2019). Milioni tabloidima i firmama povezanim sa naprednjacima (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/milioni-tabloidima-i-firmama-povezanim-sa-naprednjacima/> (pregledano: 25.06.2020)

Vlasnik tabloida Kurir, Igor Žeželj, tokom 2017. i 2018. godine kroz projektno sufinansiranje dobija 850.000 RSD (7.000,00 EUR) od države, a postoje indicije da rad ovog tabloida podržava i javno preduzeće Telekom Srbija (Insajder, 2020)²⁵

Tabloid Srpski telegraf, koji je tokom 2017. i 2018. godine dobio najviše novca od države kroz projektno sufinansiranje – 17.207.000,00 RSD (143.000,00 EUR)²⁶ (Raskrikavanje, 2019) ima 4 vlasnika, od kojih se za jednog od njih – Lazara Simića ustanovilo da ima vezu sa vladajućom strukturom: „Lazar Simić je, prema podacima iz KRIK-ove baze imovine političara, advokat koji je radio u kancelariji Igora Isailovića, poslovnog partnera premijerke Ane Brnabić i čoveka od poverenja bivšeg gradonačelnika Beograda, a sada ministra finansija Siniše Malog.“ (Vučić, M. i Radojević, V. 2020)²⁷

Željko Mitrović, vlasnik televizije Pink, kroz rad ove televizije otvoreno je podržavao svaku vlast od samog osnivanja, što je potvrdila i savetnica za medije trenutnog predsednika Srbije, Suzana Vasiljević: „Željko Mitrović je bio prijatelj i Borisa Tadića i Zorana Đinđića, znači Željko Mitrović je bio prijatelj svakome ko je bio na vlasti“ (Insajder, 2020).²⁸ Televizija Pink i tabloidni štampani mediji povezuju se poslovno i programski. Tako je urednik Informera na televiziji Pink bio autor i voditelj političke emisije „Teška reč“, za koju je Pink Informeru isplatio višemilionske iznose, daleko preko tržišne vrednosti, dok se istovremeno sadržaj emisije odlikovao ustaljenom praksom podržavanja aktuelnog režima.²⁹ Da televizija Pink ima određene privilegije i podršku države za sadržaj koji plasira, pokazuju i podaci da je ovoj televiziji odložena otpлата poreskog duga za prethodne četiri godine, u vrednosti od 1,52 milijarde RSD (12.600.000,00 EUR).³⁰

U tabeli koja sledi kroz različite kategorije prikazana je vlasnička struktura, kao i tiraž, odnosno udeo u gledanosti medija koji su lideri u širenju propagande, dezinformacija i govora mržnje u Srbiji.

25 Insajder. (2020). Dostupno na: [https://insajder.net/sr/sajt/tema/18855/TA%C4%8CKA-2-Mediji-kao-mehanizam-uz-pomo%C4%87-kojeg-se-lak%C5%A1e-vlada-\(EMISIJA\).htm](https://insajder.net/sr/sajt/tema/18855/TA%C4%8CKA-2-Mediji-kao-mehanizam-uz-pomo%C4%87-kojeg-se-lak%C5%A1e-vlada-(EMISIJA).htm) (pregledano: 25.06.2020)

26 Raskrikavanja. (2019). Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/kesformisanje/> (pregledano: 25.06.2020)

27 Vučić, M. i Radojević, V. (2020). Najmanje 945 lažnih vesti na naslovnicama četiri tabloida u 2019. (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=557> (pregledano: 25.06.2020)

28 Insajder (2020). Dostupno na: [https://insajder.net/sr/sajt/tema/18750/Ta%C4%8Dka-prvi-deo-\(VIDEO\).htm](https://insajder.net/sr/sajt/tema/18750/Ta%C4%8Dka-prvi-deo-(VIDEO).htm) (pregledano: 25.06.2020)

29 Kostić, V. i Čodanović, N. (2020). Milionske isplate Pinka za Vučićevićevu emisiju (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/milionske-isplate-pinka-za-vucicevicevu-emisiju/> (pregledano: 29.06.2020)

30 Milivojević, A. (2019). Podobnim medijima milioni iz džepa građana. (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/podobnim-medijima-milioni-iz-dzepa-gradjana/?fbclid=IwAR296srlax7Nupn3C6oIS9IT5ITXqy4Nia8Ph7w8m5z51ZZVJzn88gH3WDM> (pristupljeno: 28.05.2020)

DOSEG I VLASNIŠTVO MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE GOVOR MRŽNJE, DEZINFORMACIJE I PROPAGANDU

Tabela 3

MEDIJ	TIRAŽ/UDEO U GLEDANOSTI	MEDIJSKA GRUPACIJA	VLASNIK	SKORIJA PROMENA U VLASNIŠTVU
INFORMER	135.874 štampana primerka 100.239 prodata primerka	/	Dragan Vučićević 100%	/
ALO	75.027 štampana primerka 45.652 prodata primerka	/	Saša Blagojević 100%	Bio u vlasništvu Ringier Axel Springera do 2017.
SRPSKI TELEGRAF	2%	/	Ljubomir Dabović 55% Lazar Simić 15% Milan Lađević 15% Saša Milovanović 15%	/
KURIR	69 325 štampana primerka 41 223 prodata primerka	Adrija medija grupa	Igor Žeželj 100%	/
PINK	15,46%	/	Željko Mitrović 100%	/
STUDIO B	0,6%	/	Saša Blagojević 59,75%	Bio u vlasništvu Maksim medija (Ružica Krdžić) do 2018.
HEPI	9,03%	/	Predrag Ranković 100%	/

VLASNIK VIŠE MEDIJA OBUHVAĆENIH ANALIZOM

Tabela 4

VLASNIK	MEDIJI U NJEGOVOM VLASNIŠTVU	KOMPANIJE U NJEGOVOM VLASNIŠTVU U MEDIJSKOM SEKTORU	KOMPANIJE U NJEGOVOM VLASNIŠTVU KOJE NISU U MEDIJSKOM SEKTORU	VEZE SA VLAŠĆU/ POLITIČARIMA
Saša Blagojević	Alo, Studio B	Global Media Technology (vlasnik Studija B)	Marketinška i konsultantska agencija Trilenium	Mediji navode da je Blagojević prijatelj ministra finansija Siniše Malog, sa kojim je išao u školu ³¹

31 Nikoletić, I. (2020). Državni milioni za finansiranje laži, mržnje i propagande vlasti (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/drzavni-milioni-za-finansiranje-lazi-mrznje-i-propagande-vlasti/> (pregledano: 25.06.2020.)

5. PROPAGANDNO DELOVANJE MEDIJA SA NACIONALNOM FREKVENCIJOM

Medijski neprofesionalizam, kao simptom nedostajuće autonomije, predstavlja opštu karakteristiku medija u Srbiji, dok argumentovana debata ili kritika, kao i profesionalno izveštavanje, zasnovano na činjenicama, mogu da se uoče u izuzetno malom broju medija. Najnoviji izveštaj Fridom hausa kao primere profesionalnih medija navodi televiziju N1 i dnevni list Danas, ukazujući na to da je njihov uticaj limitiran (Šajkaš, M., 2020).³²

Propagandistička pristrasnost i korišćenje zakonski nedozvoljenih praksi odlike su prvenstveno tabloida u njihovim štampanim i onlajn izdanjima, međutim, ovakvi pristupi mogu se uočiti i na televizijama sa nacionalnom frekvencijom. U Srbiji nacionalnu frekvenciju trenutno imaju dva javna servisa – RTS i RTV, kao i komercijalne televizije – B92, Prva, Pink i Hepi. Iako javni servisi i deo komercijalnih televizija (izuzev televizija Pink i Hepi) ne koristi otvoreno i sistematično propagandističko izveštavanje, direktan govor mržnje, niti se u njihovim programima dezinformacije proizvode na sistematičan način, istraživanja su pokazala da njihovo izveštavanje o značajnim temama služi istom cilju – promociji vladajuće strukture i istovremenoj diskreditaciji ili nevidljivosti političkih neistomišljenika i kritičara vlasti. Do ovih zaključaka došlo se kroz više istraživanja koje su sprovodile organizacije u Srbiji. Tako su istraživački novinari CINS-a došli u posed neobjavljenog izveštaja REM-a o medijskom izveštavanju tokom izborne kampanje 2016. iz kog se može zaključiti da su „skoro sve televizije sa nacionalnom frekvencijom emitovale emisije, redovne i specijalizovane, kroz koje je u najvećoj meri promovisan Vučić“ (Kostić, V. i Đorđević, D, 2019).³³ Nakon monitoringa centralnih informativnih emisija komercijalnih televizija sa nacionalnom frekvencijom, istraživači Novosadske novinarske škole dolaze do zaključka da se u tim emisijama „izbegavaju sve afere, ili delikatne teme koje bi mogle da ukažu na to da političke i ekonomske elite i centri moći svoj posao za koji su dobile mandat od građana i građanki ne obavljaju na adekvatan način i/ili sami nisu kredibilne ličnosti.“ (Valić Nedeljković i Isakov, 2020:104). Istovremeno, BIRODI nakon monitoringa televizija sa nacionalnom frekvencijom i televizije N1 zaključuje da „na većini prorežimski nastrojenih privatnih televizija gotovo nema neutralnih sadržaja, odnosno, analitičkih, objektivnih emisija i sučeljavanja, već dominiraju isključivo reklamni, pohvalni, propagandni, PR materijali, kada su u pitanju nosioci aktuelne vlasti“ (Nikoletić, I, 2020).³⁴

32 Šajkaš, M. (2020). Izveštaj Fridom hausa: Srbija napušta demokratske principe, većina medija pod kontrolom vladajuće stranke (onlajn). Cenzolovka. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/pritiscii-napadi/izvestaj-fridom-hausa-srbija-napusta-demokratske-principe-vecina-medija-pod-kontrolom-vladajuce-stranke/> (pregledano: 25.06.2020)

33 Kostić, V. i Đorđević, D. (2019). Tajni izveštaj REM-a: Televizije pred izbore u službi Vučića. (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/tajni-izvestaj-rem-a-televizije-pred-izbore-u-sluzbi-vucica/> (pregledano: 25.06.2020)

34 Nikoletić, I. (2020). RTS kritikovao Vučića čitavih 13 sekundi za mesec i po dana. (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/rt-s-kritikovao-vucica-citavih-13-sekundi-za-mesec-i-po-dana/> (pregledano: 25.06.2020)

Praksa pristrasnog i nepotpunog izveštavanja o značajnim društvenim temama, kojom se takođe promoviše vladajuća struktura, može se pripisati i javnim servisima. Novosadska novinarska škola je tokom 2019. godine analizirala rad javnih servisa, čime je ustanovljeno da su i RTS i RTV iz svog izveštavanja izostavljali teme od javnog interesa, a kojima bi se dovela u pitanje transparentnost rada državnih institucija, neuspešno poslovanje javnih preduzeća, kao i prikrile afere i slučajevi korupcije. Takođe, bez kritičkog osvrta prenošene su manipulativne i samopromotivne izjave visokih državnih zvaničnika, kao i direktan govor mržnje (primer za to je oslovljavanje Albanaca Šiptarima, koje je izgovorio ministar odbrane Aleksandar Vulin, a RTV se od takve izjave nije ogradio, niti se na nju kritički osvrnuo) (Valić Nedeljković i Isakov, 2020).

Ustanovljeno da su i RTS i RTV iz svog izveštavanja izostavljali teme od javnog interesa, a kojima bi se dovela u pitanje transparentnost rada državnih institucija, neuspešno poslovanje javnih preduzeća, kao i prikrile afere i slučajevi korupcije.

Iako se ni RTS ni RTV ne mogu okarakterisati ni kao generatori, niti kao konstantni prenosioci dezinformacija ili govora mržnje, istraživački novinari ipak uočavaju slučajeve da neki od javnih servisa objavi dezinformaciju. Pretragom dekonstruisanih lažnih vesti na portalu Fakenews tragač analitičari ove platforme za analizu verodostojnosti izveštavanja ustanovili su da RTV zauzima 14. mesto na rang listi medija koji objavljuju lažne vesti. Među takvim sadržajima na RTV bile su vesti kojima se žrtva nasilja predstavljala kao huligan (Fakenews tragač, 2019),³⁵ kao i lažna vest o vlasniku pekare u Beogradu koji navodno pokazuje šakama simbol Velike Albanije (Čovš, L, 2019).³⁶ Istovremeno, RTS izuzetno retko objavljuje lažne vesti, te je objavljena lažna vest u septembru 2019. godine utoliko više poslužila da se potvrde nalazi o, kako indirektnoj, tako i direktnoj podršci vladajućoj strukturi. Naime, tom prilikom RTS je, u svojoj centralnoj informativnoj emisiji, objavio tvit urednika tabloida Informer, Dragana Vučićevića, kojim on optužuje predsednika opozicione Demokratske stranke Zorana Lutovca da u svom kabinetu drži uramljenu fotografiju na kojoj se on nalazi iza rešetaka. Nakon ovoga reagovala su brojna medijska udruženja i novinari, međutim, RTS se povodom ove svoje greške dalje nije oglašavao (Živanović, K, 2019).³⁷

Ko su vlasnici i kako se finansiraju televizije sa nacionalnom frekvencijom koje smo u ovom izveštaju uvrstili u grupu medija u kojima je povremeno ili oko određenih tema uočeno korišćenje pristrasnog propagandističkog pristupa u svrhu promovisanja aktuelne vlasti? Javni servisi se prema Zakonu o javnim medijskim servisima finansiraju kroz mehanizam pretplate, koja je obavezna za sve građane koji imaju strujno brojilo, zatim iz budžeta Republike Srbije, pod strogo ograničenim uslovima, kao i iz drugih izvora prihoda.

35 Fakenews tragač. (2019). Javni servis Vojvodine u službi laži: kriva je žrtva. (onlajn). Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/10/16/javni-servis-vojvodine-u-sluzbi-lazi-kriva-je-zrtva/> (pregledano: 25.06.2020)

36 Čovš, L. (2019). Hleba i igara ljudskim životima. (onlajn). Fakenews tragač. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/05/01/hleba-i-igara-ljudskim-zivotima/> (pregledano: 25.06.2020)

37 Živanović, K. (2019). Zašto je RTS u vestima citirao Informerove laži? (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/zasto-je-rts-u-vestima-citirao-informerove-lazi/> (pregledano: 25.06.2020)

Istovremeno, komercijalne televizije sa nacionalnom frekvencijom imaju vrlo koncentrisano privatno vlasništvo, što se može uočiti u tabelama koje slede. Promena u vlasništvu televizija Prva i B92 desila se 2018. uz brojne sumnje da je tada preko javnog preduzeća Telekom Srbija, država ponovo ušla u vlasništvo privatnih medija: „Srđan Milovanović, bivši vlasnik Kopernikus kablovskog sistema je krajem 2018. godine od grčke Antena grupe kupio dve televizije koje imaju nacionalnu frekvenciju – B92 i Prva. Zbog transakcije koja se u roku od samo mesec dana desila između Telekoma, Kopernikus kablovskog sistema i dve televizije, u javnosti se stekao utisak da je država na taj način preko Telekoma postala vlasnik dve televizije“ (Insajder, 2020).³⁸

DOSEG I VLASNIŠTVO MEDIJA KOD KOJIH JE UOČENO PROPAGANDNO IZVEŠTAVANJE

Tabela 5

MEDIJ	UDEO U GLEDANOSTI	MEDIJSKA GRUPACIJA	VLASNIK	SKORIJA PROMENA U VLASNIŠTVU
PRVA	9,63%	Kopernikus korporacija	Srđan Milovanović 100%	Bila u vlasništvu Antena grupe do 2018.
B92 (prethodno O2)	4,58%	Kopernikus korporacija	Srđan Milovanović 100%	Bila u vlasništvu Antena grupe do 2018.

VLASNIK VIŠE MEDIJA OBUHVAĆENIH ANALIZOM

Tabela 6

VLASNIK	MEDIJI U NJEGOVOM VLASNIŠTVU	KOMPANIJE U NJEGOVOM VLASNIŠTVU U MEDIJSKOM SEKTORU	KOMPANIJE U NJEGOVOM VLASNIŠTVU KOJE NISU U MEDIJSKOM SEKTORU	VEZE SA VLAŠĆU/ POLITIČARIMA
Srđan Milovanović	Prva TV, Prva TV (Crna Gora), B92, B92.rs, Prva.rs, Play radio + kablovski kanali	Kopernikus produkcija, Content & Rights	Kopernikus Hotel Prag, Kopernikus Logistics, Kopernikus Hotels and Restaurants, Kopernikus Real Estate, Partner Gradnja ZND, Kopernikus Cars (Switzerland)	brat Zvezdana Milovanovića, visokog funkcionera SNS

³⁸ Insajder. (2020). Dostupno na: [https://insajder.net/sr/sajt/tema/18750/Ta%C4%8Dka-prvi-deo-VIDEO\).htm](https://insajder.net/sr/sajt/tema/18750/Ta%C4%8Dka-prvi-deo-VIDEO).htm) (pregledano: 25.06.2020)

6. ZAKLJUČAK

Višegodišnji pokušaji obezbeđivanja medijske autonomije i izveštavanja u javnom interesu, počevši od donošenja Zakona o javnom informisanju i medijima, ukidanja i prodaje državnog vlasništva u medijima privatnim vlasnicima, uvođenja sufinansiranja medijskih projekata od javnog interesa, pa do uspostavljanja regulatornih i samoregulatornih tela – REM-a i Saveta za štampu, ukazuju na to da formalno postoji osnova za rad profesionalnih medija koji bi izveštavali u javnom interesu. Međutim, neadekvatno sankcionisanje spornih medijskih praksi, kao i zloupotreba mehanizma za sufinansiranje projekata medija, što rezultira sufinansiranjem medija koji sistematično plasiraju sadržaje kojima se šire dezinformacije, govor mržnje i propaganda, ukazuje na to da formalno-pravni okvir nije funkcionalan.

U civilnom društvu u Srbiji deluju mehanizmi i platforme koji prate i analiziraju rad i finansiranje medija, kao što su istraživački portali Fakenews tragač, Raskrikavanje, BIRODI, CINS i BIRN. Aktivno je i samoregulatorno telo Savet za štampu. Svi oni kontinuirano dekonstruišu medijske manipulacije i dezinformacije, ukazuju na kršenje zakona i kodeksa. Međutim, njihov rad je predmet uvreda i pretnji visokih državnih zvaničnika, koji čak njihov rad i ometaju mnogobrojnim tužbama.³⁹

Građanima Srbije plasira se dominantno medijski sadržaj u kojem se teme od javnog interesa zanemaruju, odnosno njima se bave mediji sa malim dometom, čije izveštaje mediji sa nacionalnom pokrivenošću zanemaruju ili napadaju. Istovremeno se građanima sistematično dostavljaju sadržaji kojima se propagira vlast, šire dezinformacije i podstiče mržnja prema neistomišljenicima ili susednim narodima. Na taj način se širokoj javnosti onemogućava pristup verodostojnim informacijama i razvijanje kritičke svesti. Kod većine medija, koji plasiraju sporne narative, istraživanja su pokazala blisku vezu vlasnika medija sa vladajućim strukturama. Ti pokazatelji ukazuju na mogućnost da se kod održavanja i rasprostranjenosti takvog modela medija u Srbiji radi o interesu sadašnje vladajuće strukture da putem medija održava građane u konstantnom stanju egzistencijalne zabrinutosti uz svakodnevno podsticanje polarizacije, mržnje i netrpeljivosti. Putem najgledanijih i najčitanijih medija građani se obmanjuju bilo prećutkivanjem pitanja i problema od javnog interesa uz istovremene mrzilačke, dezinformacijske i propagandističke napade na svakog ko je na neki od problema ili zloupotreba pokušao da ukaže. Država novcem svojih građana plaća i podržava medije da iste te građane obmanjuju, što je

Građanima Srbije plasira se dominantno medijski sadržaj u kojem se teme od javnog interesa zanemaruju, odnosno njima se bave mediji sa malim dometom, čije izveštaje mediji sa nacionalnom pokrivenošću zanemaruju ili napadaju.

³⁹ Jovanović, B. (2018). Četvrta Popovićeva tužba protiv KRIK-a (onlajn). *Krik*. Dostupno na: <https://www.krik.rs/cetvrta-popoviceva-tuzba-protiv-krik-a/> (pristupljeno 25.06.2020);

Vojinović, M. (2020). Vučić: Danilo je pošten mladić, obećavam pobediću njihove laži (onlajn). *Krik*. Dostupno na: <https://www.krik.rs/vucic-danilo-je-posten-mladic-obecavam-pobedicu-njihove-lazi/> (pristupljeno 25.06.2020)

očigledan znak nefunkcionisanja demokratskog medijskog sistema. Takva medijska politika nije u interesu građana. Moguće je pretpostaviti da je cilj takve politike održavanje na vlasti, kontrola državnih resursa i javnog mnjenja.

Obmanjivanje uz konstantno podsticanje mržnje i netrpeljivosti u krajnjem ishodu dovodi do pasivizacije građana i njihovog odustajanja od učestvovanja u javnom životu. Rad javnih institucija na taj način ostaje potpuno netransparentan, prepušten izabranim predstavnicima, koji građane o svom radu neće izveštavati, već će im prepustiti da biju medijski iskonstruisane bitke u kojima će sami građani ostati večiti i jedini gubitnici.

7. PREPORUKE ZA SUPROSTAVLJANJE FUNKCIONISANJU MODELA MEDIJA KOJI SISTEMATIČNO ŠIRE PROPAGANDU, GOVOR MRŽNJE I DEZINFORMACIJE

- Skupština da izmeni Zakon o javnom informisanju i medijima kako bi se onemogućile zloupotrebe prilikom odabira komisije za projektno sufinansiranje medijskih projekata od javnog interesa i uspostavio efikasan sistem odlučivanja o sufinansiranju koji onemogućava da se javna sredstva dodele medijima koji krše zakonodavstvo i etičke norme.
- Skupština da izmeni Zakon o javnom informisanju i medijima kako bi se izbegla mogućnost političkog uticaja prilikom odabira članova Regulatornog tela za elektronske medije.
- Pravosuđe da proveri sudsku praksu u vezi sa sankcionisanjem slučajeva širenja govora mržnje, dezinformacija i propagande u medijima.
- Vlada da zakonski propiše i obavezan registar medija kojim bi se transparentno moglo pratiti vlasništvo nad medijima, prihodi, rashodi i načini finansiranja registrovanih medija.
- Medijska udruženja da kreiraju predlog regulatornog okvira za plasiranje sadržaja od javnog značaja u onlajn sferi, kojim bi se propisala značajna transparentnost i verodostojnost tih medijskih platformi te sistem odgovornosti za plasiranje neproverenih informacija i govora mržnje.
- Nezavisna udruženja novinara da organizuju zagovaračke kampanje za promenu medijske politike i medijskog sistema u kojima će polazište biti istraživački nalazi o institucionalnim zloupotrebama koje su omogućile širenje govora mržnje, lažnih vesti i propagande i delovanje modela medija zasnovanog na tim spornim praksama.

Literatura i izvori

Barbara skinuta sa trona, Studio B ima novu "zvezdu". (2020) (onlajn). Direktno. Pristupljeno 17.6.2020. na <https://direktno.rs/beograd/251173/barbara-skinuta-sa-trona-studio-b-ima-novu-zvezdu.html>

Bojković, B. (2019). Internet napreduje, ali televizija se i dalje gleda (onlajn). RTS. Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/magazine/sr/story/411/film-i-tv/3612995/internet-napreduje-ali-televizija-se-i-dalje-gleda.html>

Cenzolovka (2020). Akademska akcija od REM traži zabranu emitovanja Pinka, Hepija i Studija B (onlajn). Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/pritisci-i-napadi/akademska-akcija-od-rem-trazi-zabranu-emitovanja-pinka-hepija-i-studija-b/>

Čovš, L. (2019). Hleba i igara ljudskim životima (onlajn). Fakenews tragač. Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/05/01/hleba-i-igara-ljudskim-zivotima/>

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>

Đorđević, J. i Radojević, V. (2019). Više od 700 laži na naslovnim stranama tri tabloida u 2018. godini (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Vise-od-700-lazi-na-naslovnim-stranama-tri-tabloida-u-2018-godini-346>

Fakenews tragač (2020). Habovi i mreže manipulacija (onlajn). Dostupno na: <https://fakenews.rs/2020/03/31/habovi-i-mreze-manipulacija/>

Fakenews tragač. (2019). Javni servis Vojvodine u službi laži: kriva je žrtva (onlajn). Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/10/16/javni-servis-vojvodine-u-sluzbi-lazi-kriva-je-zrtva/>

Fakenews tragač (2019). Rat je najjeftinija reč srpskih tabloida (onlajn). Dostupno na: <https://fakenews.rs/2019/03/11/rat-je-najjeftinija-rec-srpskih-tabloida/>

Gemisu audience. Dostupno na: <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>

Insajder. (2020). Tačka, prvi deo (VIDEO) (onlajn). Dostupno na: [https://insajder.net/sr/sajt/tema/18750/Ta%C4%8Dka-prvi-deo-\(VIDEO\).htm](https://insajder.net/sr/sajt/tema/18750/Ta%C4%8Dka-prvi-deo-(VIDEO).htm)

Insajder. (2020). TAČKA 2: Mediji kao mehanizam uz pomoć kojeg se lakše vlada (EMISIJA) (onlajn). Dostupno na: [https://insajder.net/sr/sajt/tema/18855/TA%C4%8CKA-2-Mediji-kao-mehanizam-uz-pomo%C4%87-kojeg-se-lak%C5%A1e-vlada-\(EMISIJA\).htm](https://insajder.net/sr/sajt/tema/18855/TA%C4%8CKA-2-Mediji-kao-mehanizam-uz-pomo%C4%87-kojeg-se-lak%C5%A1e-vlada-(EMISIJA).htm)

IREX, Media sustainability index 2018, dostupno na: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-serbia.pdf>

Janjić, S., Grnja Klaić, M., Sigeti, V., Femić, T. (2018). Analiza tematskog diverziteta medijskih projekata u Novom Sadu, Subotici i Kikindi. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/analiza-tematskog-diverziteta-medijskih-projekata-u-novom-sadu-subotici-i-kikindi/>

Janjić, S. i Šovanec, S. (2018). Najava rata na naslovnim stranama srpskih tabloida. Dostupno na: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2466-541X/2018/2466-541X1843049J.pdf>

Jaraković, V. (2019). „Četvrti deo: Mediji u Srbiji – u slobodnom padu“. CRTA. Dostupno na: <https://crt.rs/mediji-u-srbiji-u-slobodnom-padu/>

Jarić, I. i Laban, D. (2019). Rezultati istraživanja. U: Popović, V. i Kazimir, V.Ć. (urednici). Kvartalni medijametar: Analiza štampanih medija u Srbiji, 4/2019. Beograd: Institut za javnu politiku. Dostupno na: <https://www.medijametar.rs/pdf/MM-04-2019.pdf>

Jovanović, B. (2018). Četvrta Popovićeva tužba protiv KRIK-a (onlajn). Krik. Dostupno na: <https://www.krik.rs/cetvrta-popoviceva-tuzba-protiv-krik-a/>

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

Kostić, V. i Čodanović, N. (2020). Milionske isplate Pinka za Vučićevićevu emisiju (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/milionske-isplate-pinka-za-vucicevicevu-emisiju/>

Kostić, V. i Đorđević, D. (2019). Tajni izveštaj REM-a: Televizije pred izbore u službi Vučića (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/tajni-izvestaj-rem-a-televizije-pred-izbore-u-sluzbi-vucica/>

Kršenje Kodeksa novinara Srbije u dnevnim novinama (jul-decembar 2019.) (2019). Beograd: Savet za štampu. Dostupno na: http://www.savetzastampu.rs/cirilica/uploaded/szs_monitoring_jul-dec_2019_V1.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>

Media Ownership Monitor Srbija. Dostupno na: <http://serbia.mom-rsf.org/rs/>

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/>

Milivojević, A. (2019). Podobnim medijima milioni iz džepa građana (onlajn). CINS. Dostupno na: <https://www.cins.rs/podobnim-medijima-milioni-iz-dzepa-gradjana/?fbclid=IwAR296srLax7Nupn3C6olS9IT5ITXqy4Nia8Ph7w8m5z51ZZVJzn88gH3WDM>

N1 Beograd (2020). Novinarke protiv nasilja: Država da zaštiti novinarke izložene provokacijama (onlajn). Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a593114/Novinarke-protiv-nasilja-Drzava-da-zastiti-novinarke-izlozene-provokacijama.html>

N1 (2020). Radojević: Premijerka Brnabić ima poseban pik na novinare televizije N1 (onlajn). Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a565246/Radojevic-Premijerka-Brnabic-ima-poseban-pik-na-novinare-televizije-N1.html>

Nezavisni.rs (2019). Brnabić: Vlast ne utiče na uređivačku politiku nijednog medija (onlajn). Dostupno na: <https://nezavisni.rs/2019/03/29/brnabic-vlast-ne-utice-na-uredjivacku-politiku-nijednog-medija/>

Nikoletić, I. (2020). Državni milioni za finansiranje laži, mržnje i propagande vlasti (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/drzavni-milioni-za-finansiranje-lazi-mrznje-i-propagande-vlasti/>

Nikoletić, I. (2020). RTS kritikovao Vučića čitavih 13 sekundi za mesec i po dana (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/rts-kritikovao-vucica-citavih-13-sekundi-za-mesec-i-po-dana/>

Nikolić, P. M. (2018). Govor mržnje u internet komunikaciji u Srbiji (Doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu-Fakultet političkih nauka). Dostupno na: http://www.fpn.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2018/07/Nikolic_Predrag_Disertacija_FPN.pdf

Raskrikavanje. Kešformisanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/kesformisanje/>

Reporters without borders. (2020). Dostupno na: <https://rsf.org/en/serbia>

Stanković, D.V. (2019). Diskurzivna analiza. U: Popović, V. i Kazimir, V.Ć. (urednici). Kvartalni medijametar: Analiza štampanih medija u Srbiji, 4/2019. Beograd: Institut za javnu politiku. Dostupno na: <https://www.medijametar.rs/pdf/MM-04-2019.pdf>

Strahinić, J. (2019). Unapređenje rada konkursnih komisija za sufinansiranje javnog interesa u medijima. Dostupno na: <https://kazitrazi.rs/wp-content/uploads/2020/01/Unapredjenje-rada-konkursnih-komisija-1.pdf>

Šajkaš, M. (2020). Izveštaj Fridom hausa: Srbija napušta demokratske principe, većina medija pod kontrolom vladajuće stranke (onlajn). Cenzolovka. Dostupno na: <https://www.cenzolovka.rs/pritisci-i-napadi/izvestaj-fridom-hausa-srbija-napusta-demokratske-principe-vecina-medija-pod-kontrolom-vladajuce-stranke/>

Valić Nedeljković, D. i Isakov, S. (2020). Analiza sadržaja centralno-informativnih emisija komercijalnih televizija sa nacionalnom frekvencijom. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/monitoring-informativnih-emisija-komercijalnih-televizija-sa-nacionalnom-frekvencijom/>

Valić Nedeljković D. i Isakov, S. (2020). Monitoring informativnih emisija komercijalnih televizija sa nacionalnom frekvencijom. Novi Sad: Novosadska novinarska škola. Dostupno na: <https://www.novinarska-skola.org.rs/sr/publication/monitoring-informativnih-emisija-komercijalnih-televizija-sa-nacionalnom-frekvencijom/>

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

Vojinović, M. (2020). Vučić: Danilo je pošten mladić, obećavam pobeđiću njihove laži (onlajn). Krik. Dostupno na: <https://www.krik.rs/vucic-danilo-je-posten-mladic-obecavam-pobedicu-njihove-lazi/>

Vučić, M. (2019). Za pola godine više od 400 laži na naslovnica četiri tabloida (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Za-pola-godine-vise-od-400-lazi-na-naslovnica-cetiri-tabloida-488>

Vučić, M. i Radojević, V. (2020). Najmanje 945 lažnih vesti na naslovnica četiri tabloida u 2019. (onlajn). Raskrikavanje. Dostupno na: <https://www.raskrikavanje.rs/page.php?id=Najmanje-945-laznih-vesti-na-naslovnica-cetiri-tabloida-u-2019-557>

zivstepe (2018). Studio B - Panorama: Barbara Životić:: live. [video]. Dostupno na: <https://www.youtube.com/watch?v=v9Hi6geNxK8>

Živanović, K. (2020). Sudovi podilaze tabloidima. (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/sudovi-podilaze-tabloidima/>

Živanović, K. (2019). Zašto je RTS u vestima citirao Informerove laži? (onlajn). Danas. Dostupno na: <https://www.danas.rs/drustvo/zasto-je-rt-s-u-vestima-citirao-informerove-lazi/>

PRAVNI AKTI:

Zakon o javnom informisanju i medijima. (2016) Službeni glasnik RS, br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016

Zakon o elektronskim medijima. (2016) Službeni glasnik RS, br. 83/2014 i 6/2016

Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja. "Sl. glasnik RS", br. 16/2016 i 8/2017

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji 2020-2025. Dostupno na: https://www.media.srbija.gov.rs/medsrp/dokumenti/medijska_strategija210_cyr.pdf

POPIS INTERVJUA:

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

Tamara Skrozza, novinarka i članica Saveta za štampu, onlajn intervju, jun 2020.

O autorkama

Dr Dubravka Valić Nedeljković je redovna profesorica Univerziteta u Novom Sadu. Predaje na master i doktorskim Rodnim studijama na ACIMS Univerziteta u Novom Sadu (predmete iz grupe Mediji i rod). Gostujuća je predavačica na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Podgorici. Oblasti istraživanja: kritička analiza medijskog diskursa, mediji i marginalizovane grupe sa fokusom na žene i nacionalne manjine, mediji i multikulturalizam, medijska etika, medijska regulativa, medijski žanrovi i istraživačko novinarstvo.

Milica Janjatović Jovanović je studentkinja interdisciplinarnih doktorskih studija na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu, gde je takođe angažovana i kao istraživač pripravnik. U Novosadskoj novinarskoj školi angažovana je od 2018. godine kao medijska istraživačica.

Ova publikacija nastala je kao rezultat istraživačkih aktivnosti na SNAŽNI projektu. Tematski okvir prve serije istraživanja jeste POLITIČKA EKONOMIJA MEDIJA KOJI ŠIRE GOVOR MRŽNJE I PROPAGANDU u Albaniji, Bosni i Hercegovini, Kosovu, Crnoj Gori, Severnoj Makedoniji, Srbiji i Turskoj.

Projekat „SNAŽNI: Mediji bez mržnje i dezinformacija“ zajedno realizuje devet organizacija koje se bave razvojem medija na Zapadnom Balkanu i u Turskoj, uz finansijsku podršku Evropske unije. Koordinator trogodišnjeg projekta je Mreža Jugoistočne Evrope za profesionalizaciju medija (SEENPM). Partneri na projektu su: Albanski medijski institut iz Tirane, Mediacentar Sarajevo, Kosovo 2.0 iz Prištine, Institut za medije Crne Gore iz Podgorice, Makedonski institut za medije iz Skoplja, Novosadska novinarska škola iz Novog Sada, Mirovni institut iz Ljubljane i Bianet iz Istanbula.