

Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama

Glavač, Antonio

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:040510>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 227/NOV/20225

Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama

Antonio Glavač, 3343/336

Koprivnica, rujan 2022. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo		
PRISTUPNIK	Antonio Glavač	MATIČNI BROJ	3343/336
DATUM	5.9.2022.	KOLEGIJ	Medijsko pravo
NASLOV RADA	Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	The influence of the media on hate speech on social networks		
MENTOR	Goran Vojković	ZVANJE	izvanredni profesor
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Iva Rosanda Žigo, predsjednica		
	2. doc. dr. sc. Irena Miličić Radej, članica		
	3. izv. prof. dr. sc. Goran Vojković, mentor		
	4. doc. dr. sc. Željko Kruselj, zamjenski član		
	5.		

Zadatak završnog rada

BROJ 227_NOV_2022

OPIS

Zadnjih desetak godina svjedočimo novom fenomenu - iznimnom jačanju elektroničkih publikacija (populamo: portali) i društvenih mreža. Elektroničke publikacije aktivno koriste društvene mreže za svoju promociju i interakciju s čitateljima, te omogućavaju komentiranje ispod članaka, ali i na svojim stranicama na društvenim mrežama. Međutim, takav razvoj je uza svoje pozitivne učinke stvorio i negativne, kao što je govor mržnje. Govor mržnje se iznimno proširio na društvenim mrežama, a često je vezan uz objavu različitih članaka i komentara. U radu je potrebno analizirati ove pojave i utvrditi utječu li mediji i kako na govor mržnje na društvenim mrežama.

ZADATAK URUČEN

12.9.2022

POTPIS MENTORA



Sveučilište Sjever

Preddiplomski stručni studij Novinarstvo

Završni rad br. 227/NOV/2022

Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama

Student

Antonio Glavač, 3343/336

Mentor

izv. prof. dr. sc. Goran Vojković

Koprivnica, rujan 2022. godine

Predgovor

Želim se zahvaliti svojem mentoru Goranu Vojkoviću što je pristao na mentorstvo te mi je pomagao tijekom izrade rada. Također, htio bih se zahvaliti svojoj obitelji i prijateljima što su mi bili potpora.

Sažetak

Sloboda govora jedno je od temeljnih ljudskih prava. To potvrđuju i Ujedinjeni narodi koji su u svojoj Univerzalnoj Deklaraciji ljudskih prava iz 1948. godine naveli da „svatko ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja“. John Stuart Mill bio je jedan od prvih ljudi koji je u svojem djelu „O Slobodi“ pokušao objasniti kako bi sloboda govora trebala biti ograničena samo kada se njome šteti drugima, to jest, narušavaju se njihova sloboda.

Ne postoji općepriznata definicija govora mržnje. Pod tim pojmom se općenito misli na verbalno uznemiravanje manjina. „Sve vrste govora kojima se širi, potiče ili opravdava nacionalna i rasna netrpeljivost, ksenofobija, antisemitizam, vjerski i drugi oblici mržnje temeljeni na nesnošljivosti“ (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007.). Smatra se kako je govor mržnje ušao u hrvatski jezik devedesetih godina prošlog stoljeća. Dotada je ta sintagma bila praktički nepostojeća u hrvatskom jeziku. Mediji su tada, sami i uz pomoć političara, oblikovali i učvrstili posve novu retoriku koja je djelotvornije pogađala metu od bilo kojeg oružja.

Masovni su mediji od svojih samih početaka postali sudionik ali i kreator društvenih procesa. Oni su platforma za daljnju demokratsku raspravu, omogućuju slobodu izražavanja te iznošenje različitih svjetonazora u javnom diskursu. Shodno tome, utječu na razvoj društva i unapređivanje javne i političke komunikacije. Početkom Domovinskog rata započelo je i prvo razdoblje govora mržnje u Hrvatskoj. Mediji tada govorom mržnje „napadaju“ pripadnike srpske nacionalne manjine. Najdrastičniji u svojim „napadima“ su bili niskonakladni tjednici poput Tomislava, Naroda i Hrvatskog slova.

„Društvene mreže pripadaju platformi na kojoj se okuplja sve veći broj korisnika, pa je „Facebook“ postao mjesto promicanja najžešćih izričaja mržnje“ (Vilović, 2011.).

Ključne riječi: sloboda govora, mediji, govor mržnje, društvene mreže

Summary

Freedom of speech is one of the fundamental human rights. That is confirmed by the United Nations, which stated in its Universal Declaration of Human Rights from 1948 that "everyone has the right to freedom of thought and expression". John Stuart Mill was one of the first people who, in his work "On Freedom", tried to explain that freedom of speech should be limited only when it harms others, that is, when it violates their freedom.

There is no generally accepted definition of hate speech. This term generally refers to verbal harassment of minorities. "All types of speech that spread, encourage or justify national and racial intolerance, xenophobia, anti-Semitism, religious and other forms of hatred based on intolerance". (Malović, Ricciardi, Vilović, 2007.). It is believed that hate speech entered the Croatian language in the 1990s. Until then, this phrase was practically non-existent in the Croatian language. The media then, alone and with the help of politicians, shaped and consolidated a completely new rhetoric that hit the target more effectively than any weapon.

From its very beginnings, the mass media have become a participant as well as a creator of social processes. They are a platform for further democratic debate, they enable freedom of expression and the presentation of different worldviews in public discourse. Consequently, they influence the development of society and the improvement of public and political communication. At the beginning of the Croatian War of Independence the first period of hate speech in Croatia began. The media then "attacked" members of the Serbian national minority with hate speech. The most drastic in their "attacks" were low-circulation weeklies such as Tomislav, Narod and Hrvatsko slovo.

"Social networks belong to a platform on which an increasing number of users gather, so "Facebook" has become a place for promoting the fiercest expressions of hatred" (Vilović, 2011).

Key words: freedom of speech, media, hate speech, social network

Popis korištenih kratica

UNHR *Univerzalna deklaracija ljudskih prava*

ICCPR *Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima*

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Cilj rada.....	2
3.	Sloboda govora	3
3.1.	Granice slobode govora.....	3
4.	Govor mržnje	5
4.1.	Međunarodni pravni okvir.....	6
4.2.	Zakonska regulativa govora mržnje u Hrvatskoj	6
4.2.1.	<i>Provođenje zakonske regulative u Hrvatskoj</i>	<i>7</i>
4.3.	Zakon o elektroničkim medijima	7
5.	Mediji i govor mržnje	9
6.	Društvene mreže	10
6.1.	Govor mržnje na društvenim mrežama	11
7.	Metode i ispitanici.....	12
8.	Rezultati	16
9.	Rasprava.....	31
9.1.	Korištenje društvenih mreža.....	31
9.2.	Primjeri govora mržnje.....	31
9.3.	Govor mržnje na društvenim mrežama	32
10.	Zaključak.....	34
11.	Literatura.....	36

1. Uvod

„Tvoj glas je bitan. Ti imaš pravo reći ono što misliš, dijeliti informacije i zahtijevati bolji svijet. Također imaš pravo slagati se ili ne slagati se s onima na snazi i izraziti svoja mišljenja na mirnim protestima“, (Freedom of expression, Amnesty International). Iz ovog se jasno da iščitati kako svaki pojedinac ima pravo reći/napisati svoje mišljenje o bilo kojoj temi, ma kakvo god to mišljenje bilo. Međutim, ponekad to mišljenje prelazi granice dobrog ukusa te dolazi do govora mržnje od strane pojedinaca.

Svrha ovog rada jest pojasniti što je to uopće govor mržnje te ga analizirati kao sve češću pojavu na društvenim mrežama, posebice u komentarima ispod medijskih objava i dolazi li do govora mržnje zbog poticanja od strane novinara ili smo jednostavno predodređeni za mržnju. Osim toga, istražiti ću i granicu između govora mržnje i slobode govora, to jest gdje završava sloboda govora, a počinje govor mržnje.

Završni rad je podijeljen na pet poglavlja. U prvom poglavlju može se pročitati o slobodi govora te kada sloboda govora prestaje biti sloboda govora već postaje nešto drugo. Drugo poglavlje obuhvaća što je to uopće govor mržnje, kakva je zakonska regulativa u Hrvatskoj te su navedeni primjeri provođenja te regulative. Zatim sljedeće poglavlje uključuje medije, dok se naredno fokusira na društvene mreže.

Prilikom obrade teme i izrade rada korišteni su relevantni izvori iz stručne i znanstvene literature, zakoni, internetski i elektronički izvori vezani uz tematiku. Za potrebe rada jest provedeno i anketno ispitivanje u kojem su sudjelovali korisnici društvene mreže „Facebook“.

Anonimna je anketa provedena na općoj populaciji diljem Hrvatske, a broj anketiranih iznosi 200, to jest 169 ispitanika je ženskog spola i 31 ispitanika je muškog spola. Izrađena je preko servisa Google Obrasci, a podijeljena je preko društvene mreže „Facebook“. Pitanja su podijeljena u tri grupe: opći demografski podatci, pitanja o govoru mržnje na društvenim mrežama i primjeri govora mržnje. U prvom dijelu pitanja saznali smo opće demografske podatke o ispitanicima, drugi dio je sadržavao pitanja što ispitanici misle o govoru mržnje na društvenim mrežama, dok su u trećem dijelu bili prikazani primjeri govora mržnje te su anketirani ispitanici morali odgovoriti slažu li se s tim tvrdnjama ili ne.

2. Cilj rada

Cilj rada je ustvrditi utječu li mediji na govor mržnje na društvenim mrežama. Nadalje, znaju li uopće korisnici prepoznati govor mržnje prilikom korištenja društvenih mreža.

Postavljene su sljedeće hipoteze:

- H1 – Mediji šire govor mržnje na društvenim mrežama više nego sami korisnici društvenih mreža
- H2 – Veći postotak korisnika na društvenim mrežama je često žrtva govora mržnje na društvenim mrežama
- H3 - Govor mržnje se najčešće pojavljuje na društvenoj mreži „Facebook“

3. Sloboda govora

Kao što je ranije u uvodu navedeno, sloboda govora jedno je od temeljnih ljudskih prava. To potvrđuju i Ujedinjeni narodi koji su u svojoj Univerzalnoj Deklaraciji ljudskih prava (dalje: UNHR) iz 1948. godine naveli da „svatko ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja“ (UNHR, čl. 19).

Za razliku od UN-ove deklaracije, Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (dalje: ICCPR) je na snagu stupio 1976. godine s ciljem zaštite civilnih i političkih prava te je pravno obvezujući za sve države potpisnice (Hrvatska je dio pakta od 6. listopada 1991. godine). ICCPR priznaje dostojanstvo svakog pojedinca i obvezuje se promicati uvjete unutar država koji u potpunosti dopuštaju uživanje u civilnim i političkim pravima. U njemu piše da „svatko ima pravo na slobodu izražavanja. To pravo obuhvaća slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja svake vrste, usmeno, pismeno, tiskom ili umjetničkim oblikom, ili kojim drugim sredstvom prema svom osobnom izboru i bez obzira na granice“ (ICCPR, čl. 19).

Uz ove dvije univerzalne deklaracije, Hrvatska je i u svojem Ustavu definirala slobodu govora, a u njemu piše: „Jamči se sloboda mišljenja i izražavanja misli. Sloboda izražavanja misli obuhvaća osobitu slobodu tiska i drugih sredstava priopćavanja, slobodu govora i javnog nastupa“ (Ustav RH čl. 38).

3.1. Granice slobode govora

Sloboda govora je temeljno pravo ali ono nije apsolutno pravo. John Stuart Mill bio je jedan od najutjecajnijih mislilaca 19. stoljeća. Primarno filozof, ekonomist i politički teoretičar, međutim zalagao se je i za širenje prava glasa i liberalniji pogled na svijet. Tako je on bio među prvima koji je u svojem djelu „O Slobodi“ pokušao objasniti kako bi sloboda govora trebala biti ograničena samo kada se njome šteti drugima, to jest, narušava se njihova sloboda. Upravo na tragu toga je i Ustav RH koji u sebi ima dva članka u kojima se ograničava sloboda govora.

U Ustavu RH tako piše „slobode i prava mogu se ograničiti samo zakonom da bi se zaštitila sloboda i prava drugih ljudi te pravni poredak, javni moral i zdravlje“ (Ustav RH, čl. 16), i ona se može ograničiti u izvanrednim situacijama poput rata ili prirodne nepogode (Ustav RH, čl. 17). Nije Ustav RH jedini koji ograničava slobodu govora. Pa tako svaka od ranije spomenutih deklaracija koje definiraju slobodu govora, na ovaj ili onaj način ju i ograničavaju.

„Opravdano je govoriti o ograničavanju slobode govora kada je riječ o situacijama gdje se ta sloboda zloupotrebljava da bi se izravno ugrozila prava drugih. Prijetnja ili ucjena, čak i ako sadrži samo verbalnu komponentu, primjer je takve zloupotrebe. Također, klevetanje neke osobe, dječja

pornografija, lažno svjedočenje na sudu, neovlašteno otkrivanje poslovne tajne pa čak i lažno oglašavanje moraju biti zakonski sankcionirani upravo zbog toga što izravno ugrožavaju prava drugih osoba. Pravo na slobodu govora, iako temeljno pravo, valja biti suspendiramo kada pređe granicu prava drugog“ (Kulenović 2016.).

Iz ovoga se da iščitati kako se ponekad sloboda govora zloupotrebljava za sebične potrebe. Sloboda govora ne daje pojedincima apsolutno pravo širenja mržnje, prijetnji, poticanja na rat i ostaloga. Stoga, slobodu govora valja ograničiti i regulirati, ona ne može biti bezuvjetna i neograničena. „Iako je sloboda govora važna, ona nije jedina vrijednost. Ljudsko dostojanstvo, jednakost, sloboda da živimo bez prijetnji i proganjanja, društveni sklad, međusobno poštovanje i zaštita vlastite časti i dobrog imena presudni su za dobar život, te ih vrijedi zaštititi. S obzirom na to da se ove vrijednosti sukobljavaju, da li po svojoj prirodi ili u određenom kontekstu, treba ih balansirati“ (Parekh 2012.).

4. Govor mržnje

„Mržnja, izrazi mržnje u javnom diskursu su rijetko poželjni, ali koncept govora mržnje ne obuhvaća svaki izraz mržnje, već isključivo ine instance javnog izražavanja netrpeljivosti koje su usmjerene prema osobi ili skupini na temelju njezinih ili njihovih askriptivnih karakteristika. Takav govor stigmatizira pripadnike određenih skupina na osnovu određenih arbitrarnih i nepromjenjivih identitetskih značajki koje dijele s ostalim pripadnicima skupine: boje kože, etničkog porijekla, spola, seksualne orijentacije ili invaliditeta. Izuzetak je pripadnost određenoj vjerskoj skupini, s obzirom na to da takva pripadnost nije u potpunosti arbitrarna, niti nepromjenjiva“ (Kulenović, 2016.).

Ne postoji općepriznata definicija govora mržnje. Pod tim pojmom se općenito misli na verbalno uznemiravanje manjina. „Sve vrste govora kojima se širi, potiče ili opravdava nacionalna i rasna netrpeljivost, ksenofobija, antisemitizam, vjerski i drugi oblici mržnje temeljeni na nesnošljivosti“ (Malović, Ricchiardi, Vilović, 2007.).

Međunarodni sporazumi u kojima su definirana ljudska prava definiraju slobodu govora, ali isto tako definiraju i govor mržnje. Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima piše o pravu „na jednaku zaštitu od diskriminacije... i od svakog poticanja na takvu diskriminaciju“ UNHR, čl. 7). Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima pokušava osigurati zaštitu građanskih i političkih prava. U njemu je također definiran govor mržnje te ide ovako: „Svako poticanje na rat mora se zakonom zabraniti. Svako pozivanje na nacionalnu, rasnu ili vjersku mržnju koja potiče diskriminaciju, neprijateljstvo ili nasilje, mora se zakonom zabraniti“ ICCPR, čl. 20). Ustav RH također ima na sličan način definira govor mržnje. „Zabranjeno je i kažnjivo svako pozivanje ili poticanje na rat ili uporabu nasilja, na nacionalnu, rasnu ili vjersku mržnju ili bilo koji oblik nesnošljivosti“ (Ustav RH, čl. 39).

Smatra se kako je govor mržnje ušao u hrvatski jezik devedesetih godina prošlog stoljeća. Dotada je ta sintagma bila praktički nepostojeća u hrvatskom jeziku. Mediji su tada, sami i uz pomoć političara, oblikovali i učvrstili posve novu retoriku koja je djelotvornije pogađala metu od bilo kojeg oružja. Početak tragičnih događaja – rat, stradanja, stotine tisuća izbjeglica i prognanika – samo je osnažio žestinu govora mržnje u svim novonastalim postjugoslavenskim državama. Ubrzo je svaka država koja se našla u sukobu, ponajprije kroz državne elektroničke medije kao svoje glasnogovornike, uspostavila karakterističan i prepoznatljiv izričaj – govor mržnje“ (Vilović, 2011.).

Od početka Domovinskog rata pa do danas možemo pričati o tri razdoblja govora mržnje u Republici Hrvatskoj. Prvo razdoblje traje od 1990. godine, do 1997. godine i to je razdoblje istinskog govora mržnje koji su prenosili mediji. Drugo razdoblje započinje 1997. godine, a

završava 2000. godine i u to vrijeme je započela državna briga za smanjivanjem intenziteta i ubojitost govora mržnje. Treće i posljednje razdoblje započinje 2000. godine i traje sve do danas. Njega karakterizira značajno smanjenje govora mržnje, ali još više njegovo premještanje iz tradicionalnih medija (TV, radio, tisak) na internetske stranice, a tu se poglavito misli na društvene mreže.

4.1. Međunarodni pravni okvir

„Usporedba zakonodavstava demokratskih država pokazuje da postoje duboke razlike u načinu na koji je taj koncept pravno definiran. Čak i zagovornici regulacije govora mržnje priznaju da ne postoji tako nešto kao univerzalni standard za sankcioniranje govora mržnje. Prvo, države različito definiraju što zapravo takav govor uključuje: kleveta i povrede časti u Nizozemskoj, Španjolskoj, Slovačkoj; negativnu stigmatizaciju grupa u Australiji; povredu dostojanstva na temelju pripadnosti grupi u Njemačkoj ili prijetnje javnom redu i miru u Kanadi, Ujedinjenom Kraljevstvu“ (Kulenović, 2016).

Uz to, svaka država ima drugačije skupine koje su izložene govoru mržnje. U Francuskoj je riječ o pripadnicima skupina na temelju rase, vjere ili etniciteta dok je u UK-u i Danskoj riječ o skupinama na temelju boje kože, nacionalnog i etničkog porijekla, kao i boje kože.

Za razliku od svih ranije spomenutih država, Sjedinjene Američke Države na temelju svojeg Prvog amandmana zabranjuju bilo kakvu pravnu regulaciju slobode govora. Država u tom slučaju može ograničiti slobodu govora jedino u slučaju kada bi postojala očita i neposredna opasnost da su prava drugog pojedinca ugrožena.

4.2. Zakonska regulativa govora mržnje u Hrvatskoj

„Govor mržnje u hrvatskom pravnom sustavu inkriminiran je kroz niz odredaba. Nijedna ne nosi naziv „govor mržnje“ niti pristupa tom pojmu cjelovito, nego propisuje kažnjivost samo nekih njegovih pojavnih oblika“ (Munivrana Vajda, Šurina Marton, 2016.). Najčešće se uz govor mržnje povezuje odredba jest članak 325 iz Kaznenog zakona. „Tko putem tiska, radija, televizije, računalnog sustava ili mreže, na javnom skupu ili na drugi način javno potiče ili javnosti učini dostupnim letke, slike ili druge materijale kojima se poziva na nasilje ili mržnju usmjerenu prema skupini ljudi ili pripadniku skupine zbog njihove rasne, vjerske, nacionalne ili etničke pripadnosti, jezika, podrijetla, boje kože, spola, spolnog opredjeljenja, rodnog identiteta, invaliditeta ili kakvih drugih osobina, kaznit će se kaznom zatvora do tri godine“ (Kazneni zakon, čl. 325).

Osim KZ-a, govor mržnje spominje i niz drugih prekršajnih zakona, među kojima treba istaknuti Zakon o suzbijanju diskriminacije, Zakon o prekršajima protiv javnog reda i mira, Zakon

o javnom okupljanju te Zakon o sprječavanju nereda na športskim natjecanjima u kojem stoji: „Pokušaj unošenja, unošenje i isticanje transparenta, zastave ili druge stvari s tekstom, slikom, znakom ili drugim obilježjem kojima se iskazuje ili potiče mržnja ili nasilje na temelju rasne, nacionalne, regionalne ili vjerske pripadnosti. Pjevanje pjesama ili dobacivanje poruka čiji sadržaj iskazuje ili potiče mržnju ili nasilje na temelju rasne, nacionalne, regionalne ili vjerske pripadnosti.“

Nadalje, važno bi još bilo i spomenuti Zakon o elektroničkim medijima piše: „U audio i/ili audiovizualnim medijskim uslugama nije dopušteno poticati, pogodovati poticanju i širiti mržnju ili diskriminaciju na osnovi rase ili etničke pripadnosti ili boje kože, spola, jezika, vjere, političkog ili drugog uvjerenja, nacionalnog ili socijalnog podrijetla, imovnog stanja, članstva u sindikatu, obrazovanja, društvenog položaja, bračnog ili obiteljskog statusa, dobi, zdravstvenog stanja, invaliditeta, genetskog naslijeđa, rodnog identiteta izražavanja ili spolne orijentacije, te antisemitizam i ksenofobiju, ideje fašističkih, nacionalističkih, komunističkih i drugih totalitarnih režima“ (Zakon o elektroničkim medijima čl. 14).

4.2.1. Provođenje zakonske regulative u Hrvatskoj

U ovom poglavlju navest ću nekoliko primjera gdje je sud donio odluke u kojima je dodijelio kazne propisane prema članku 325. Kaznenog zakona.

Prvi primjer. Putem svojeg „Instagram“ profila, osuđenik je objavio poruku koja glasi: „Pola 9 glavni, imigranti se rjesavaju kod oce nek dode“, da bi zatim dodao: „Prebacujemo za sutra, dolazi vise ljudi, od 9 navecer se okupljamo, kip kod glavnog, bez bjezanja, i svi furajte nozeve.“ Sud mu je zbog ovog govora mržnje prema osobama drugačije etničke pripadnosti dodijelio kaznu zatvora od šest mjeseci te mu je data uvjetna osuda kojom je određeno kako zatvorska kazna neće biti odslužena ukoliko u periodu od dvije godine ne počini novo kazneno djelo.

U drugom primjeru osuđenik je na „Facebook-u“ komentirao članak o prometnoj nesreći te je pozvao na nasilje prema policijskim djelatnicima i njihovoj djeci. „Sve ih treba pokopati ka zečeve i njih i roditelje i to javno za primjer ostalima, a te pase pandure čija dica to najviše rade e njih posebno“, napisao je između ostaloga. Zbog ovih riječi sud ga je osudio na uvjetnu kaznu zatvora u trajanju od šest mjeseci.

4.3. Zakon o elektroničkim medijima

Kako bi se pokušao spriječiti govor mržnje na društvenim mrežama, hrvatsko zakonodavstvo je pokušalo taj teret prebaciti na leđa medija. Naime, prije nekoliko godina predloženo je da se

izmijeni Zakon o elektroničkim medijima. U prvom prijedlogu stajalo je da bi sami mediji bili odgovorni za cjelokupni sadržaj na svojim stranicama, uključujući i onaj koji je stvorio korisnik. To bi značilo da bi mediji plaćali kazne za komentare koje su čitatelji ostavljali ispod članaka na njihovim stranicama. Te kazne su se u tom trenutku kretale u rasponu od sto tisuća do milijun kuna. Ta izmjena nije dobro sjela medijima, kao niti samim novinarima te su poslali znatan broj primjedbi i prijedloga Ministarstvu kulture i medija.

Ministarstvo kulture i medija podleglo je pritisku javnosti te su ipak izmijenili taj sporni članak u zakonu. U članku 94. Zakona o elektroničkim medijima sada piše: „Pružatelj elektroničke publikacije odgovoran je za cjelokupni sadržaj objavljen na elektroničkoj publikaciji, uključujući i sadržaj koji generiraju korisnici ako propusti registrirati korisnika i ako nije na jasan i lako uočljivi način upozorio korisnika na pravila komentiranja.“ To znači da više nije moguće ostavljati anonimne komentare ispod članaka već svaki korisnik mora biti registriran te samim time lakše ga je pronaći ukoliko i ostavi uvredljiv komentar. Isto tako, od donošenja tog zakona, za uvredljive komentare odgovaranju njihovi stvarni autori. Međutim, i dalje medij može biti kažnjen ukoliko je propustio registrirati korisnika ili ga nije upozorio na pravila komentiranja. Kazne za to nisu tako drastične kao što su trebale biti u ranijem prijedlogu zakona, već je riječ o novčanom iznosu od deset tisuća do pedeset tisuća kuna.

5. Mediji i govor mržnje

Masovni su mediji od svojih samih početaka postali sudionik ali i kreator društvenih procesa. Oni su platforma za daljnju demokratsku raspravu, omogućuju slobodu izražavanja te iznošenje različitih svjetonazora u javnom diskursu. Shodno tome, utječu na razvoj društva i unapređivanje javne i političke komunikacije. „Riječ je o platformi na kojoj se razvijaju, pojačavaju i slabe odnosi moći između pojedinaca, skupina i institucija u društvu“ (Car, 2016).

Medij sam sebi ne može zadati okvir u kojem će djelovati, već to rade novinari i urednici tako što biraju sadržaj i izvore koji će biti uključeni ili isključeni iz priloga. Tu je bitno spomenuti i uređivačku politiku samog medija koja se definira kroz različite ekonomske, političke i ideološke interese.

„Novinari i urednici biraju okvir unutar kojeg smještaju temu, a jezičnim izborima, a jedan od njih je i govor mržnje, (re)prezentiraju i sugeriraju sustave vrijednosti i prihvatljive oblike ponašanja, te pritom održavaju, ili pak mijenjaju, postojeće odnose u društvu“ (Car, 2016).

Početak Domovinskog rata započelo je i prvo razdoblje govora mržnje u Hrvatskoj. Mediji tada govorom mržnje „napadaju“ pripadnike srpske nacionalne manjine. Najdrastičniji u svojim „napadima“ su bili niskonakladni tjednici poput Tomislava, Naroda i Hrvatskog slova. Autori su u ovim tjednicima najčešće napadali sve „koji ne dijele jednako mišljenje o njima o hrvatskoj aktualnoj političkoj i kulturnoj zbilji (neovisno o vjerskoj, nacionalnoj ili drugoj pripadnosti)“ (Milović, Ricchiardi, Vilović, 2005).

6. Društvene mreže

Društvene mreže možemo okarakterizirati kao „online zajednicu individualaca koji si izmjenjuju poruke, dijele informacije i u nekim slučajevima sudjeluju u zajedničkim aktivnostima“ (Britannica, Social Network). Društvene mreže omogućuju korisnicima komentiranje fotografija njihovih prijatelja, slanje privatnih poruka na mreži, dijeljenje fotografija i videozapisa te čak igranje igara u sklopu te mreže. U najboljem slučaju, društvene mreže funkcioniraju kao alat za poticanje kreativnosti među korisnicima i daljnje širenje svojeg brenda.

Najranije online društvene mreže postoje od onda od kada ih je mogla poduprijeti tehnologija. 1970.-ih godina na scenu su stupili chat programi i e-mailovi, prvu pravu društvenu mrežu čekali smo do 1979. godine kada je stvoren USENET. Taj program započeo je kao sistem za dijeljenje poruka između dva fakulteta (fakultet Duke i fakultet Sjeverne Karoline), ali zbog svoje popularnosti ubrzo je proširen i na druge fakultete, ali isto tako i na državne agencije.

Krajem 80.-ih i početkom 90.-ih godina prošlog stoljeća, Tim Berners Lee je izumio world wide web i to je značajno doprinijelo daljnjem razvitku društvenih mreža. Način na koji je world wide web sagrađen dopuštao je manevriranje s jedne stranice na drugu samo pomoću samo jednog klika, a brže brzine interneta dopuštale su i dijeljenje medijskog sadržaja. Prve kompanije koje su izgradile društvene mreže na temelju web tehnologije bile su Classmates.com i SixDegrees.com. Međutim, prva društvena mreža koja zapravo sličí onome što mi danas podrazumijevamo pod društvenom mrežom bila je SixDegrees.com. Lansirana je 1997. godine sa značajkama koje će 20 godina kasnije karakterizirati društvene mreže: članovi bi mogli stvoriti svoje profile, imati listu prijatelja i kontaktirati s njima preko privatnog sistema za poruke unutar sustava. Međutim, iako su u samo tri godine privukli tri milijuna korisnika, raspali su se 2000. godine puknućem „dot-com“ balona.

S obzirom da je u tom trenutku tržište bilo prazno, mnogi su za pokušali revitalizirati. Međutim, značajniji doprinos doći će tek 2003. godine i to pojavom MySpace platforme. Njihov plan bio je regrutirati primarno mlađu populaciju na svoju stranicu, a njima se je svidjelo što MySpace nudi. U samo dvije godine postala je najveća društvena mreža na svijetu, a tu titulu je držao do 2009. godine.

Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz i Chris Hughes osnovali su „Facebook“ 2004. godine. Ova mreža s radom je započela na Harvardu gdje su korisnici mogli objavljivati fotografije, privatne detalje o svojim životima, itd. Ubrzo su se pridružili i članovi drugih fakulteta, a „Facebook“ je nastavio s nadogradnjom. Ubrzo je dodan kulturni „zid“ te su korisnici mogli objavljivati po svojim i tuđim „zidovima“. Kroz naredne godine „Facebook“ je iz male sobe u

domu prerastao u giganta industrije, a članovi koji svakodnevno koriste tu mrežu broje se u milijardama.

6.1. Govor mržnje na društvenim mrežama

Web 2.0 je druga generacija World Wide Web tehnologije koja se ističe svojom mogućnošću generiranja sadržaja od strane korisnika te korisnik više nije pasivni promatrač već postaje aktivni sudionik na internetu. Korisnici su mogli uzajamno dijeliti informacije, stvarati sadržaj na internetu i međusobno si pomagati. Upravo na temelju toga društvene mreže započele su s rastom popularnosti. Razvitak tehnologije dopustio je korisnicima mogućnost dijeljenja svojih misli s drugima, ali također postoji i veliki nedostatak u tome. Rastom društvenih mreža porasle su i ilegalne aktivnosti poput: online uhođenja, „cyberbulling“, krađa identiteta i promicanje govora mržnje.

„Posljednjih godina internet, kao medij koji ima neslućene mogućnosti interaktivnosti i sve veći broj mladih korisnika, postaje platformom na kojoj su vidljivi novi oblici promicanja nesnošljivosti prema određenim manjinskim društvenim skupinama“ (Vilović, 2011.)

„Facebook“ već godinama nosi naziv najpopularnije društvene mreže. Kao i kod svih drugih društvenih mreža, veoma lako je postati njegovim korisnikom. Nije potrebno unijeti točne podatke prilikom upisa te je zapravo moguće da jedna osoba napravi beskonačan broj lažnih računa. Skrivajući će iza lažnih profila vrlo je lako promicati govor mržnje. „Društvene mreže pripadaju platformi na kojoj se okuplja sve veći broj korisnika, pa je „Facebook“ postao mjesto promicanja najžešćih izričaja mržnje“ (Vilović, 2011.).

S godinama nisu više samo fizičke osobe otvarale račun na „Facebook-u“ kako bi se nakon deset godina spojile s tetom iz Australije, račune su počeli otvarati i poslovni subjekti koji su htjeli doprinijeti do većeg broja konzumenata. U to su uključeni i web portali koji su počeli linkati svoje vijesti na „Facebook-u“ kako bi ostvarili veću klikabilnost na portalima. Ovime su omogućili i javno komentiranje svojeg sadržaja, što dotad nije bilo moguće. Međutim, time su otvorili i mogućnost javnog širenja govora mržnje koje se slabo ili nikako ne kontrolira.

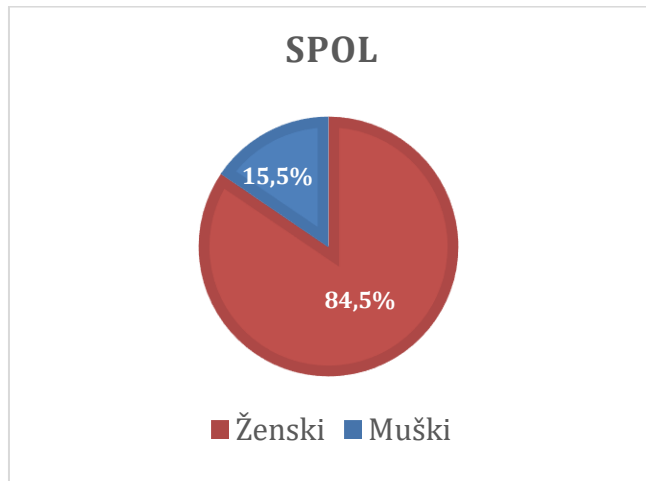
7. Metode i ispitanici

Metoda ispitivanja u ovom završnom radu izvršena je preko servisa Google obrasci, a podijeljena je preko društvene mreže „Facebook“ općoj populaciji i svim korisnicima društvenih mreža. Putem ankete se je provjerilo koliko su sami korisnici društvenih mreža svjesni govora mržnje na ranije spomenutim mrežama i rade li što po tom pitanju. Izabran je ovaj način istraživanja kako bi se provjerilo utječu li mediji na govor mržnje po mišljenju samih korisnika društvenih mreža.

U anketi sudjelovalo je 200 ispitanika i muškog i ženskog spola. Dobna skupina ispitanika je između 18 i 70 godina, najviše se ističu mlade zaposlene osobe. Kao što je navedeno, ispitivanje je izvršeno putem interneta, preko servisa Google obrasci, te su rezultati ispitivanja obrađeni deskriptivnom metodom statistike, prikazani grafički i tabelarno.

U slijedećim grafovima obrađena su opća demografska pitanja kao što su spol, dob ispitanika, obrazovanje te radni status.

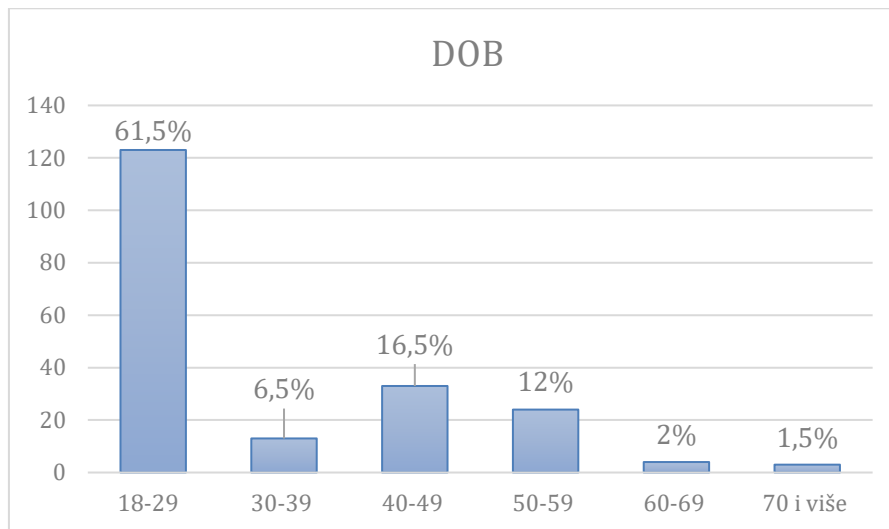
U grafu 6.1. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Spol?“



Graf 6.1. Prikaz rezultata na pitanje: „Spol?“

Na pitanje „Spol ispitanika?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 169 (84,5%) ispitanika je ženskog spola i 31 (15,5%) ispitanika je muškog spola.

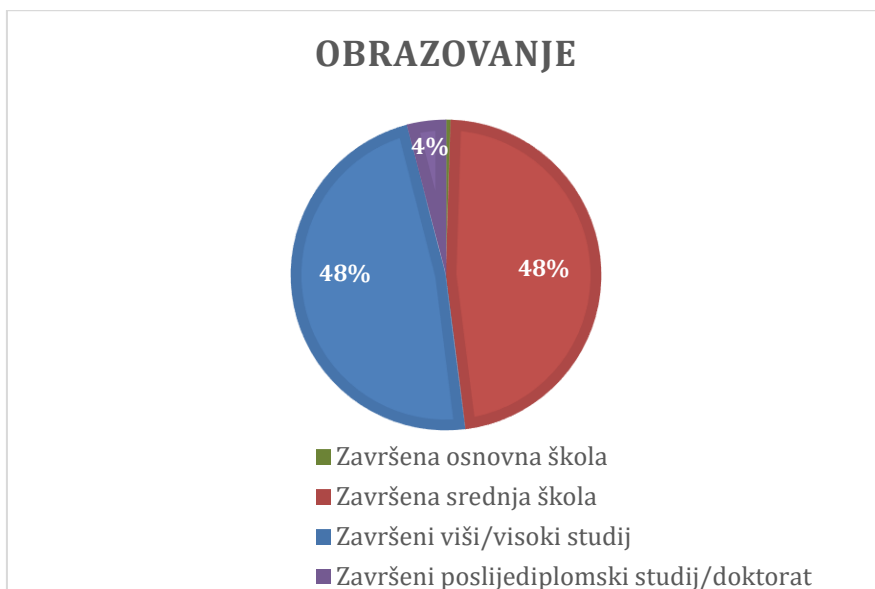
U grafu 6.2. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Dob?“



Graf 6.2. Prikaz rezultata na pitanje: „Dob?“

Na pitanje „Dob ispitanika?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 123 (61,5%) ispitanika su u dobi između 18-29 godina, 13 (6,5%) ispitanika su u dobi između 30-39 godina, 33 (16,5%) ispitanika je u dobi između 40-49 godina, 24 (12%) ispitanika je u dobi između 50-59 godina, samo 4 (2%) ispitanika su u dobi između 60-69, te 3 (1,5%) ispitanika ima 70 godina i više.

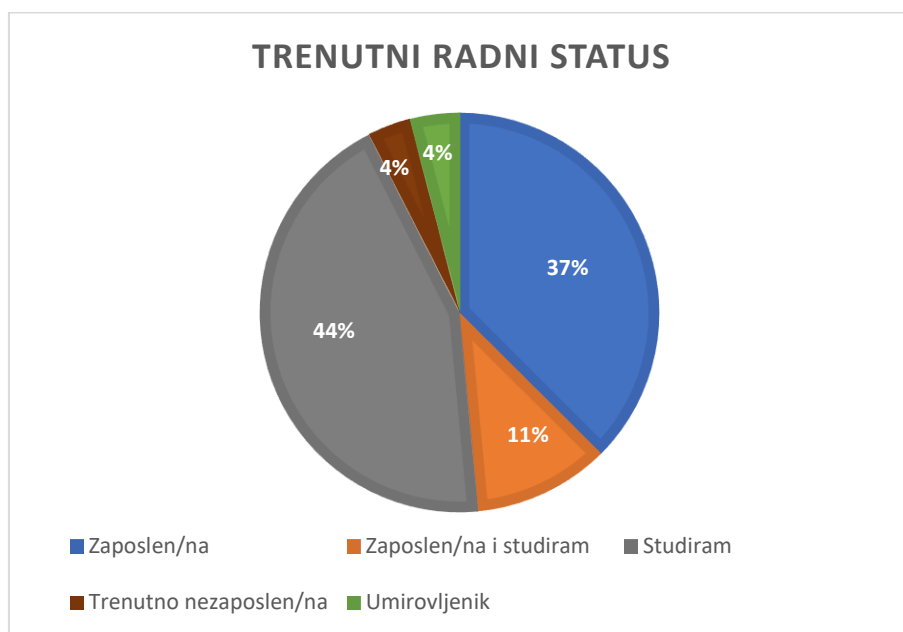
U grafu 6.3. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Obrazovanje?“



Graf 6.3. Prikaz rezultata na pitanje: „Obrazovanje?“

Na pitanje „Obrazovanje?“ odgovorilo je 200 ispitanika. Samo 1 (0,5%) ispitanik je završio osnovnu školu, 95 (47,5%) ispitanika završilo je srednju školu, 96 (48%) ispitanika je završilo viši/visoki studij, te 8 (4%) ispitanika je završilo poslijediplomski studij/doktorat.

U grafu 6.4. prikazani su rezultati odgovora na pitanje „Trenutni Radni status?“

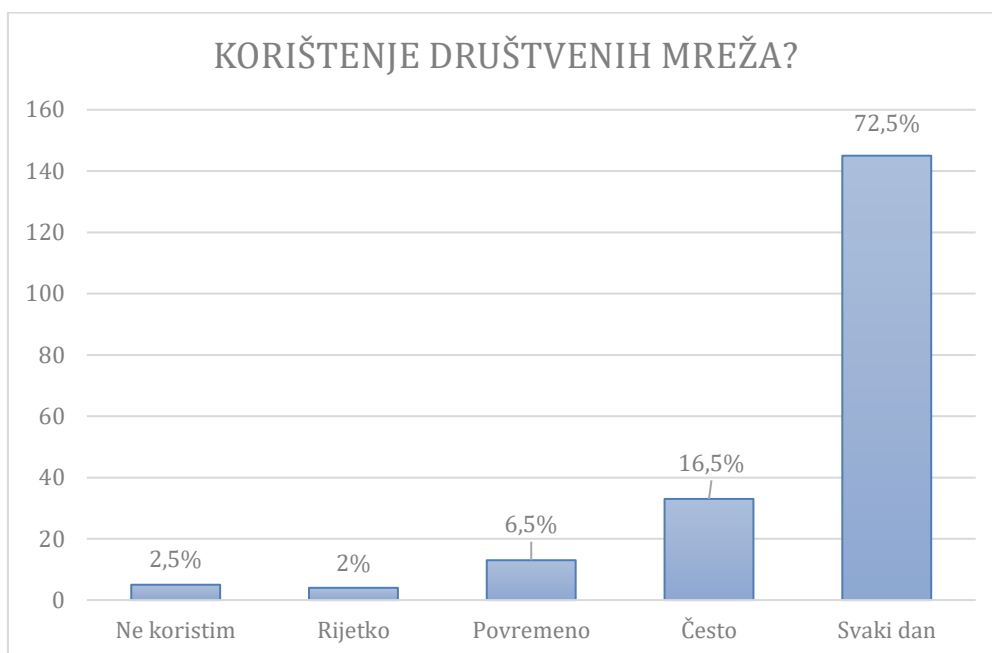


Graf 6.4. Prikaz rezultata na pitanje: „Trenutni radni status?“

Na pitanje „Trenutni radni status?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 75 (37%) ispitanika je zaposleno, 88 (44%) ispitanika studira, 22 (11%) ispitanika je zaposleno i studira, 7 (4%) ispitanika je trenutno nezaposleno, te 8 (4%) ispitanika je u mirovini.

8. Rezultati

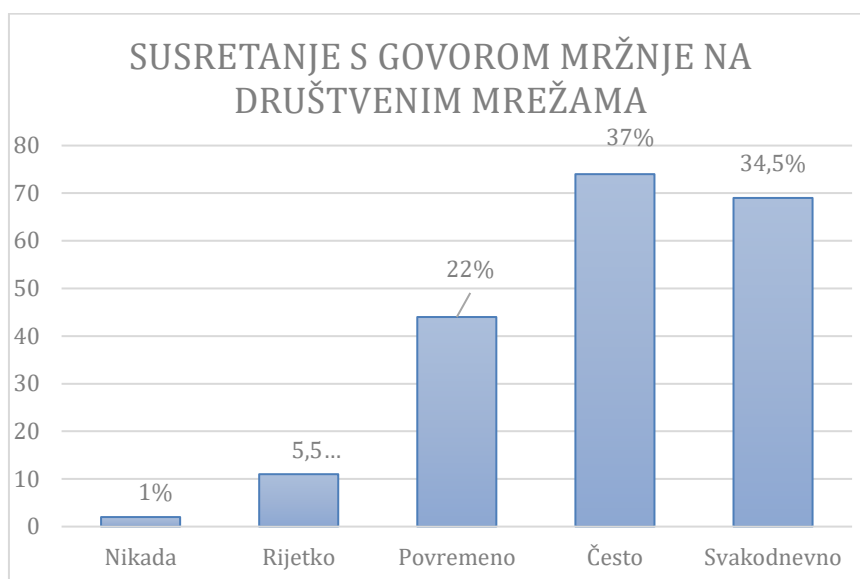
U grafu 7.1. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Koliko često koristite društvene mreže?“



Graf 7.1. Prikaz rezultata na pitanje: „Koliko često koristite društvene mreže?“

Na pitanje „Koliko često koristite društvene mreže?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 145 (72,5%) ispitanika koristi društvene mreže svaki dan, 33 (16,5%) ispitanika koristi društvene mreže često, 13 (6,5%) ispitanika koristi društvene mreže povremeno, 4 (2%) ispitanika koristi društvene mreže rijetko, te 5 (2,5%) ispitanika ne koristi društvene mreže.

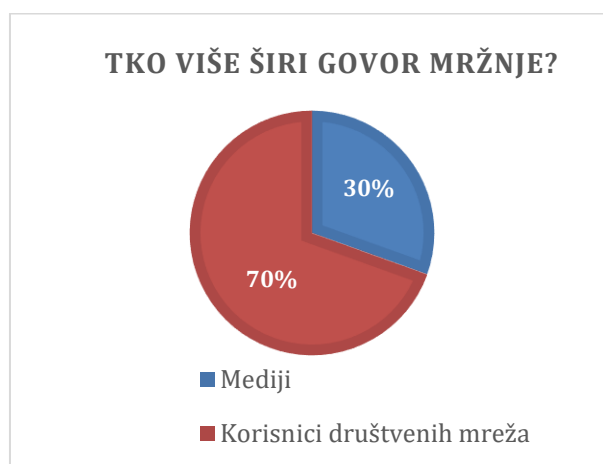
U grafu 7.2. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Koliko često se susrećete s govorom mržnje na društvenim mrežama?“



Graf 7.2. Prikaz rezultata na pitanje: „Koliko često se susrećete s govorom mržnje na društvenim mrežama?“

Na pitanje „Koliko često se susrećete s govorom mržnje na društvenim mrežama?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 69 (34,5%) ispitanika susreće se svakodnevno sa govorom mržnje na društvenim mrežama, 74 (37%) ispitanika susreće se često, 44 (22%) ispitanika susreće se povremeno, 11 (5,5%) susreće se rijetko, te 2 (1%) ispitanika se nikad nije susrela sa govorom mržnje na društvenim mrežama.

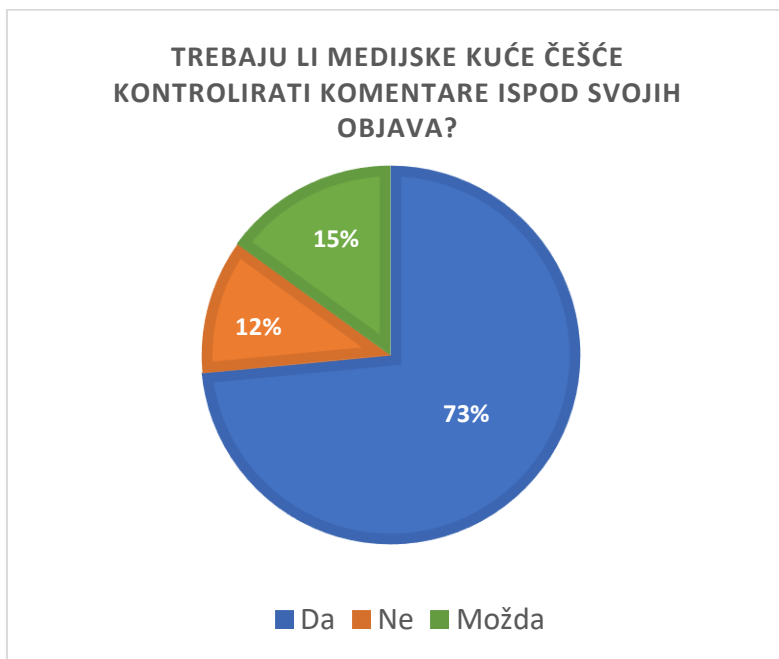
U grafu 7.3. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Po Vašem mišljenju, tko više širi govor mržnje, mediji ili korisnici društvenih mreža?“



Graf 7.3. Prikaz rezultata na pitanje: „Po Vašem mišljenju, tko više širi govor mržnje, mediji ili korisnici društvenih mreža?“

Na pitanje „Po Vašem mišljenju, tko više širi govor mržnje, mediji ili korisnici društvenih mreža?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 139 (70%) ispitanika smatra da govor mržnje više šire korisnici društvenih mreža, dok 61 (30%) ispitanik smatra da mediji više šire govor mržnje na društvenim mrežama.

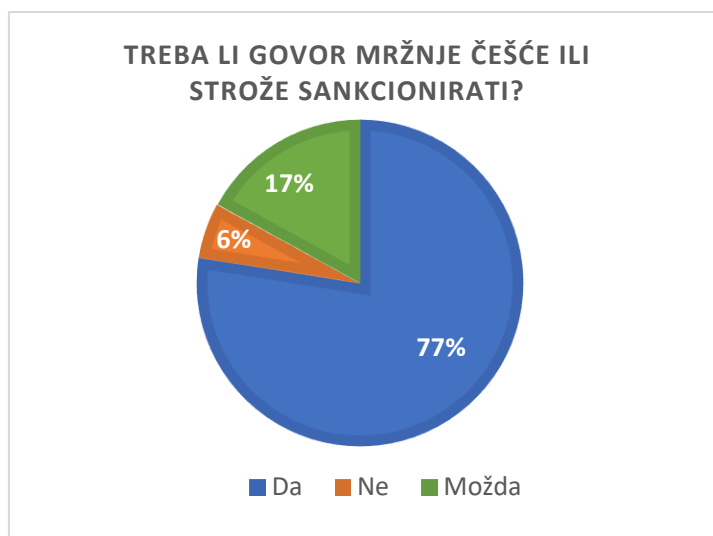
U grafu 7.4. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Mislite li da medijske kuće trebaju češće kontrolirati komentare ispod svojih objava?“



Graf 7.4. Prikaz rezultata na pitanje: „Mislite li da medijske kuće trebaju češće kontrolirati komentare ispod svojih objava?“

Na pitanje „Mislite li da medijske kuće trebaju češće kontrolirati komentare ispod svojih objava?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 147 (73%) ispitanika smatraju da trebaju, 23 (12%) ispitanika smatraju da ne trebaju, te 30 (15%) ispitanika smatra da možda medijske kuće trebaju češće kontrolirati komentare ispod svojih objava na društvenim mrežama.

U grafu 7.5. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Trebali li govor mržnje na društvenim mrežama češće ili strože sankcionirati?“

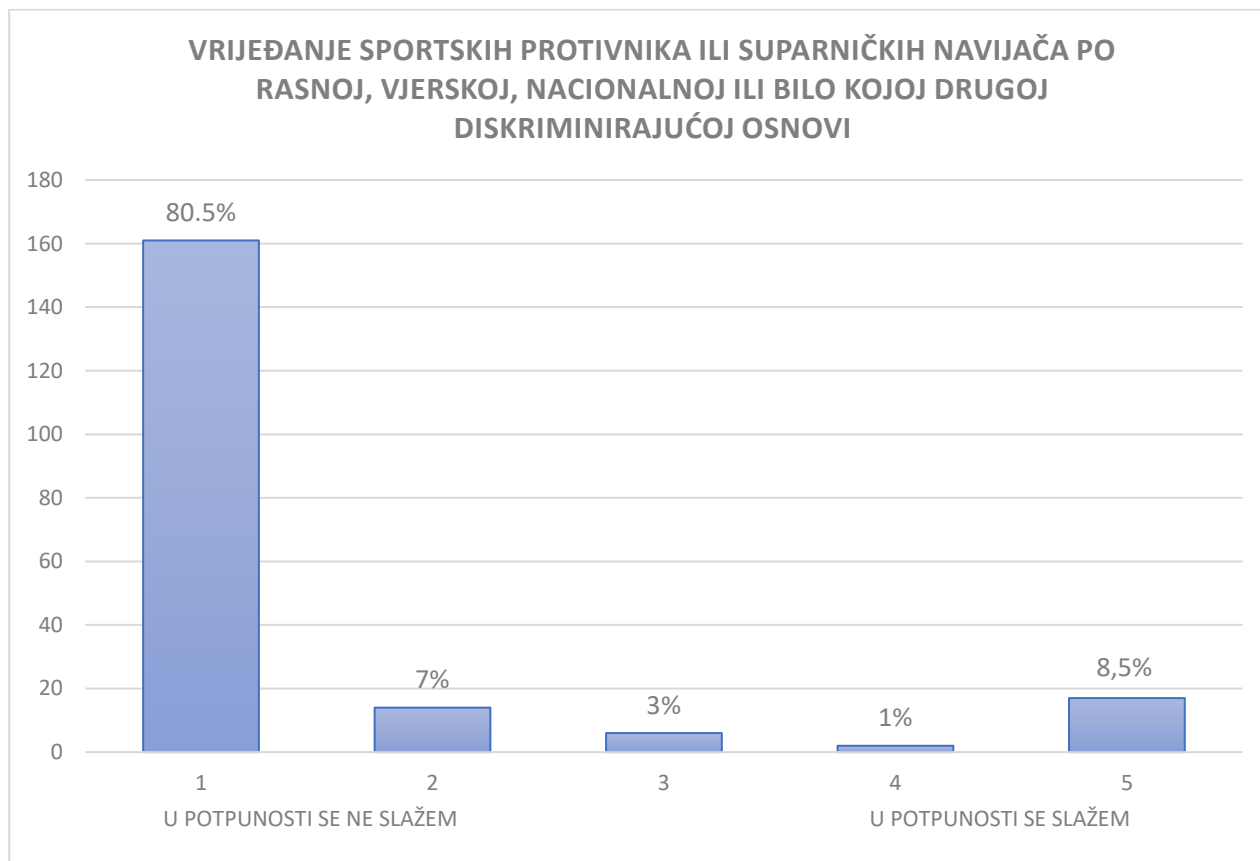


Graf 7.5. Prikaz rezultata na pitanje: „Trebali li govor mržnje na društvenim mrežama češće ili strože sankcionirati?“

Na pitanje „Trebali li govor mržnje na društvenim mrežama češće ili strože sankcionirati?“, odgovorilo je 200 ispitanika. 155 (77%) ispitanika smatra da treba, 11 (6%) ispitanika smatra da ne treba, te 34 (17%) smatra da možda treba govor mržnje češće ili strože sankcionirati na društvenim mrežama.

7.6. PRIMJERI GOVORA MRŽNJE

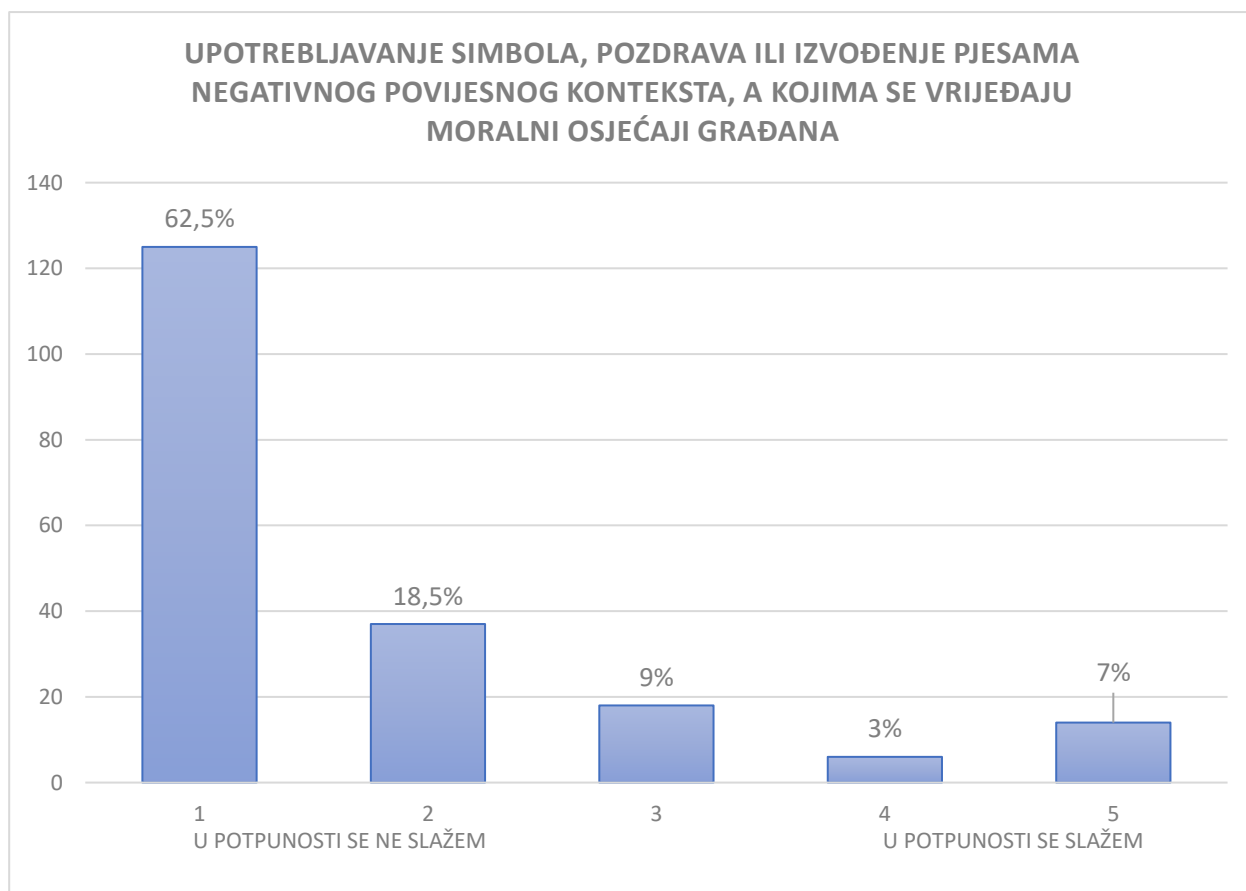
U grafu 7.6.1. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Smatrate li da je vrijeđanje sportskih protivnika ili suparničkih navijača po rasnoj, vjerskoj, nacionalnoj ili bilo kojoj drugoj diskriminirajućoj osnovi prihvatljivo ponašanje?“



Graf 7.6.1. Prikaz rezultata na pitanje: „Smatrate li da je vrijeđanje sportskih protivnika ili suparničkih navijača po rasnoj, vjerskoj, nacionalnoj ili bilo kojoj drugoj diskriminirajućoj osnovi prihvatljivo ponašanje?“

Na pitanje „Smatrate li da je vrijeđanje sportskih protivnika ili suparničkih navijača po rasnoj, vjerskoj, nacionalnoj ili bilo kojoj drugoj diskriminirajućoj osnovi prihvatljivo ponašanje?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 161 (80,5%) ispitanik se u potpunosti ne slaže da je to prihvatljivo ponašanje, 14 (7%) se ne slaže, 6 (3%) ispitanika se niti slaže niti ne slaže, 2 (1%) ispitanika se slaže, te 17 (8,5%) ispitanika se u potpunosti slaže da je navedeno ponašanje prihvatljivo.

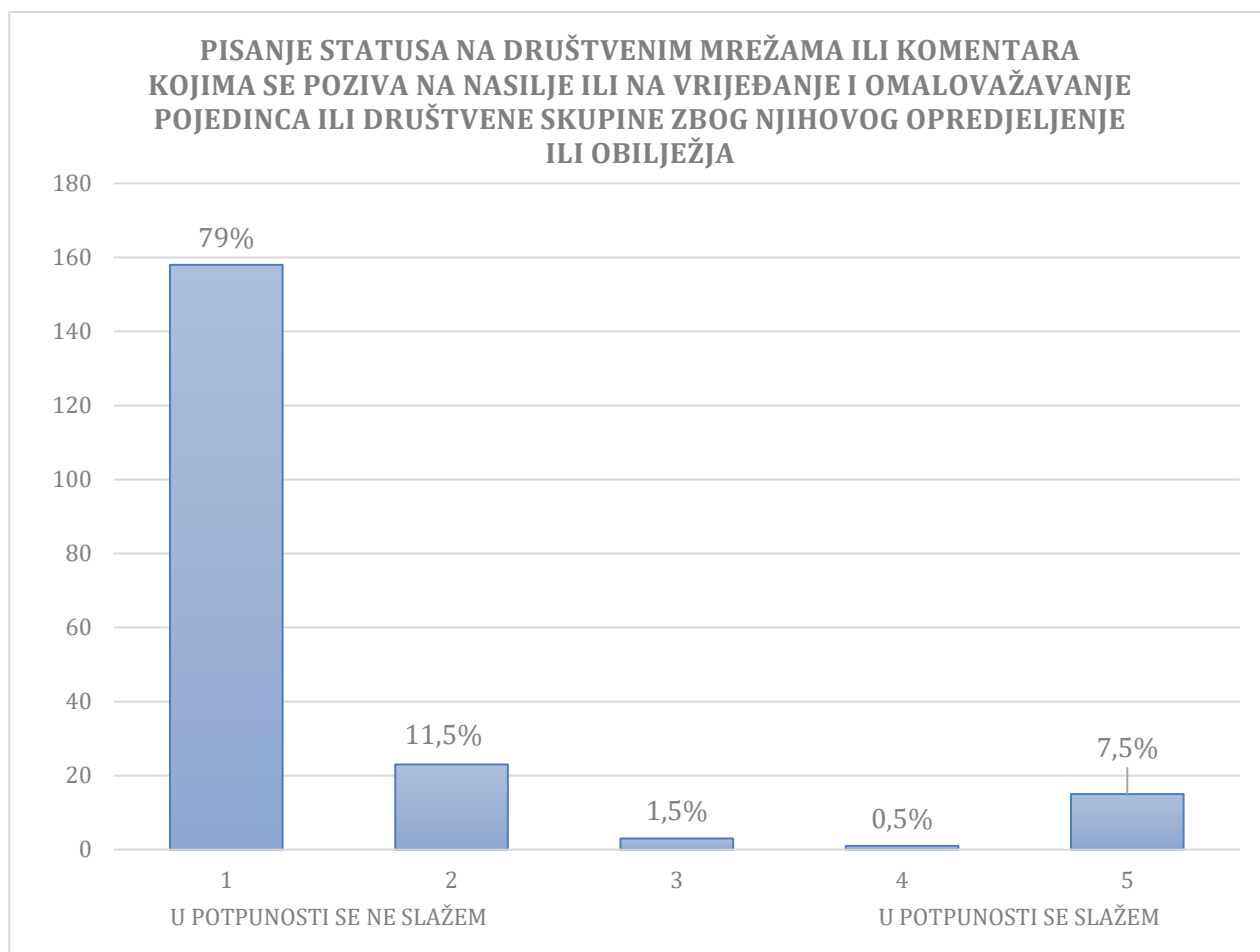
U grafu 7.6.2. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Smatrate li da je upotrebljavanje simbola, pozdrava ili izvođenje pjesama negativnog povijesnog konteksta, a kojima se vrijeđaju moralni osjećaji građana prihvatljivo ponašanje?“



Graf 7.6.2. Prikaz rezultata na pitanje: „Smatrate li da je upotrebljavanje simbola, pozdrava ili izvođenje pjesama negativnog povijesnog konteksta, a kojima se vrijeđaju moralni osjećaji građana prihvatljivo ponašanje?“

Na pitanje „Smatrate li da je upotrebljavanje simbola, pozdrava ili izvođenje pjesama negativnog povijesnog konteksta, a kojima se vrijeđaju moralni osjećaji građana prihvatljivo ponašanje?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 125 (62,5%) ispitanika se u potpunosti ne slaže, 37 (18,5%) ispitanika se ne slaže, 18 (9%) niti se slaže niti se slaže, 6 (3%) ispitanika se slaže, te 14 (7%) ispitanika se u potpunosti slaže da je navedeno ponašanje prihvatljivo.

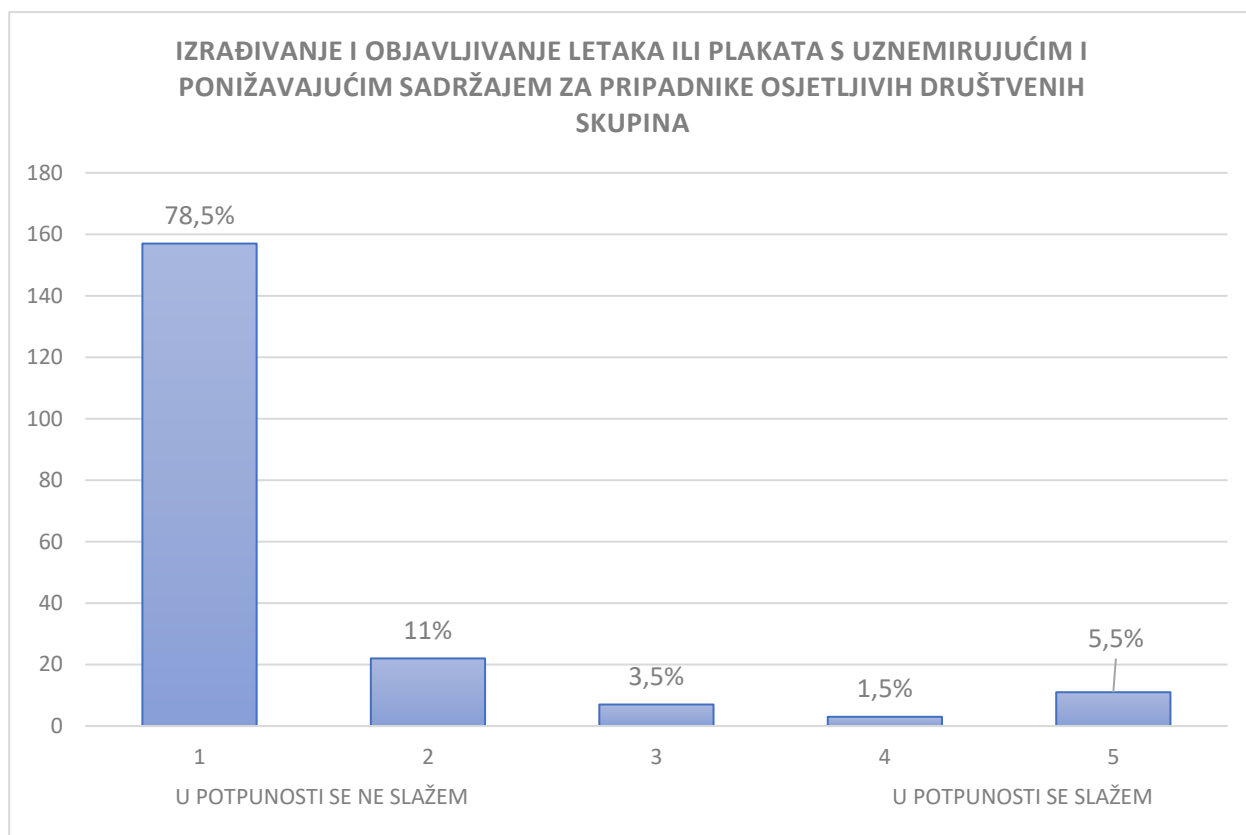
U grafu 7.6.3. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Smatrate li da je pisanje statusa na društvenim mrežama ili komentara kojima se poziva na nasilje ili na vrijeđanje i omalovažavanje pojedinca ili društvene skupine zbog njihovih opredjeljenja ili obilježja prihvatljivo?“



Graf 7.6.3. Prikaz rezultata na pitanje: „Smatrate li da je pisanje statusa na društvenim mrežama ili komentara kojima se poziva na nasilje ili na vrijeđanje i omalovažavanje pojedinca ili društvene skupine zbog njihovih opredjeljenja ili obilježja prihvatljivo?“

Na pitanje „Smatrate li da je pisanje statusa na društvenim mrežama ili komentara kojima se poziva na nasilje ili na vrijeđanje i omalovažavanje pojedinca ili društvene skupine zbog njihovih opredjeljenja ili obilježja prihvatljivo?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 158 (79%) ispitanika se u potpunosti ne slaže, 23 (11,5%) ispitanika se ne slaže, 3 (1,5%) ispitanika se niti ne slaže niti slaže, 1 (0,5%) ispitanik se slaže, te 15 (7,5%) ispitanika se u potpunosti slaže da je navedeno ponašanje prihvatljivo.

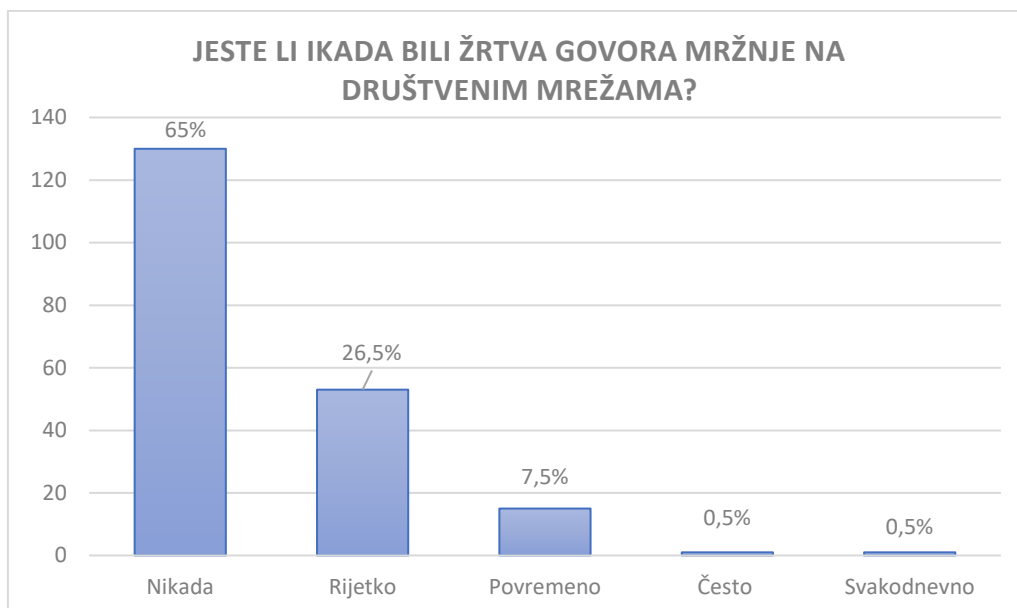
U grafu 7.6.4. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Smatrate li da je izrađivanje i objavljivanje letaka ili plakata s uznemirujućim i ponižavajućim sadržajem za pripadnike osjetljivih društvenih skupina prihvatljivo ponašanje?“



Graf 7.6.4. Prikaz rezultata na pitanje: „Smatrate li da je izrađivanje i objavljivanje letaka ili plakata s uznemirujućim i ponižavajućim sadržajem za pripadnike osjetljivih društvenih skupina prihvatljivo ponašanje?“

Na pitanje „Smatrate li da je izrađivanje i objavljivanje letaka ili plakata s uznemirujućim i ponižavajućim sadržajem za pripadnike osjetljivih društvenih skupina prihvatljivo ponašanje?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 157 (78,5%) ispitanika se u potpunosti ne slaže, 22 (11%) ispitanika se ne slaže, 7 (3,5%) ispitanika se niti ne slaže niti slaže, 3 (1,5%) ispitanika se slaže, te 11 (5,5%) ispitanika se u potpunosti slaže da je navedeno ponašanje prihvatljivo.

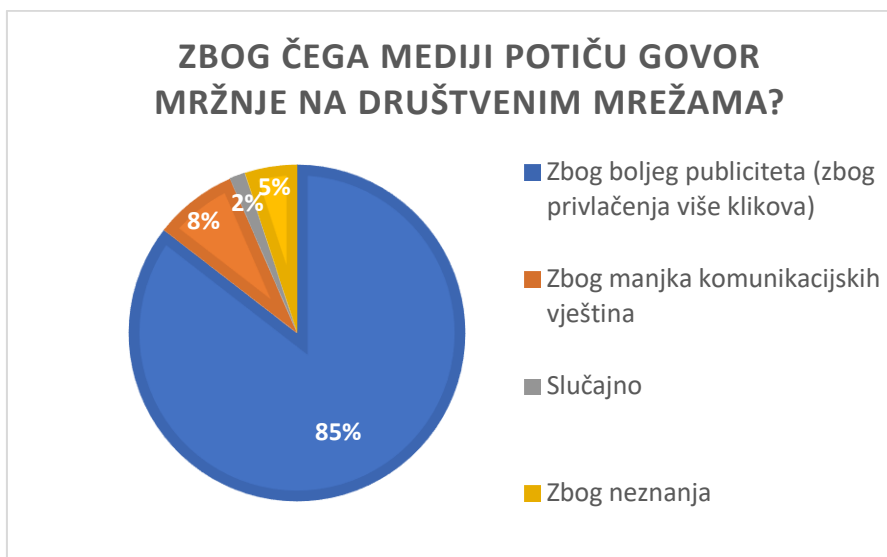
U grafu 7.7. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Jeste li ikada bili žrtva govora mržnje na društvenim mrežama?“



Graf 7.7. Prikaz rezultata na pitanje: „Jeste li ikada bili žrtva govora mržnje na društvenim mrežama?“

Na pitanje „Jeste li ikada bili žrtva govora mržnje na društvenim mrežama?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 130 (65%) ispitanika nikada nije bila žrtva, 53 (26,5%) ispitanika je rijetko bila žrtva, 15 (7,5%) ispitanika je povremeno bila žrtva, 1 (0,5%) ispitanik je često, te također 1 (0,5%) ispitanik je svakodnevno žrtva govora mržnje na društvenim mrežama.

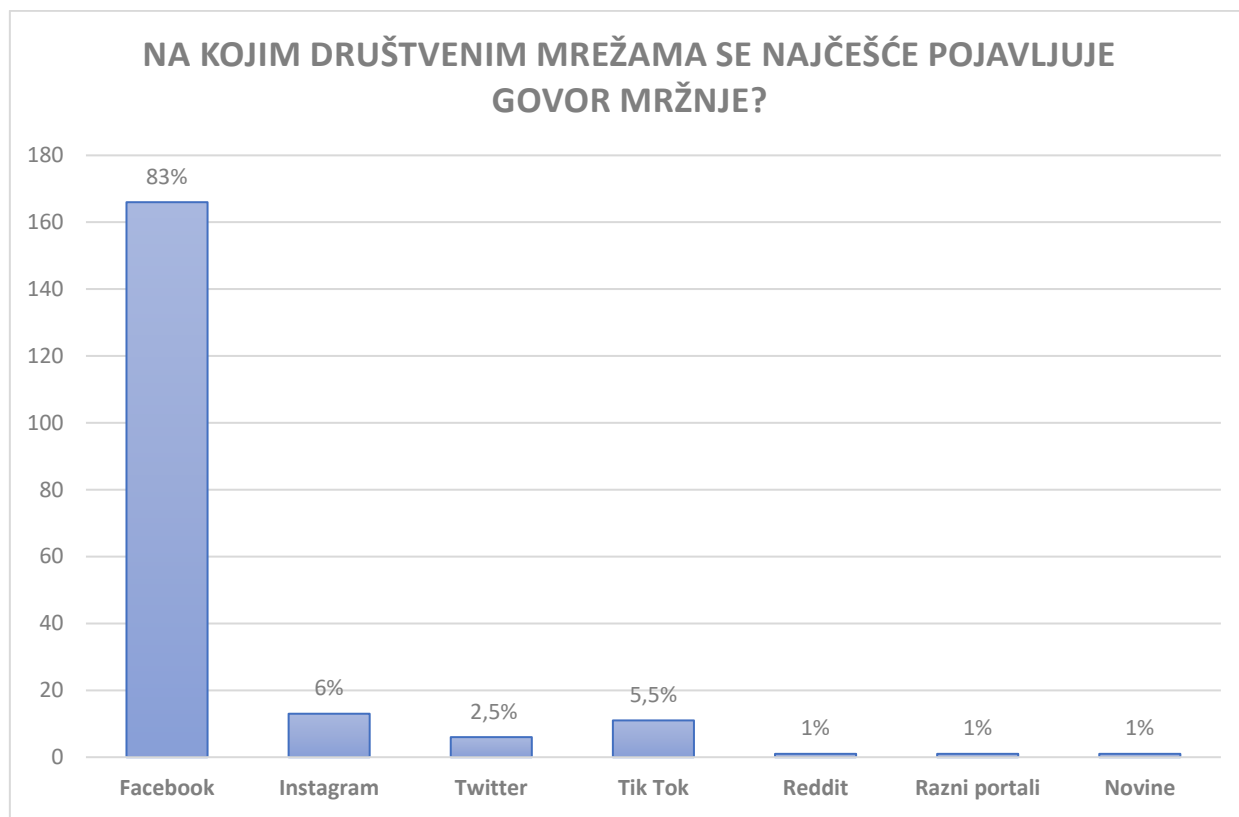
U grafu 7.8. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Po Vašem mišljenju, zbog čega mediji potiču govor mržnje na društvenim mrežama?“



Graf 7.8. Prikaz rezultata na pitanje: „Po Vašem mišljenju, zbog čega mediji potiču govor mržnje na društvenim mrežama?“

Na pitanje „Po Vašem mišljenju, zbog čega mediji potiču govor mržnje na društvenim mrežama?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 171 (85%) ispitanika smatra da mediji potiču govor mržnje zbog boljeg publiciteta (Zbog privlačenja više klikova), 16 (8%) ispitanika smatra da je je to zbog manjka komunikacijskih vještina, 3 (2%) ispitanika smatra da je to slučajno, te 10 (5%) ispitanika smatra da potiču govor mržnje na društvenim mrežama zbog neznanja.

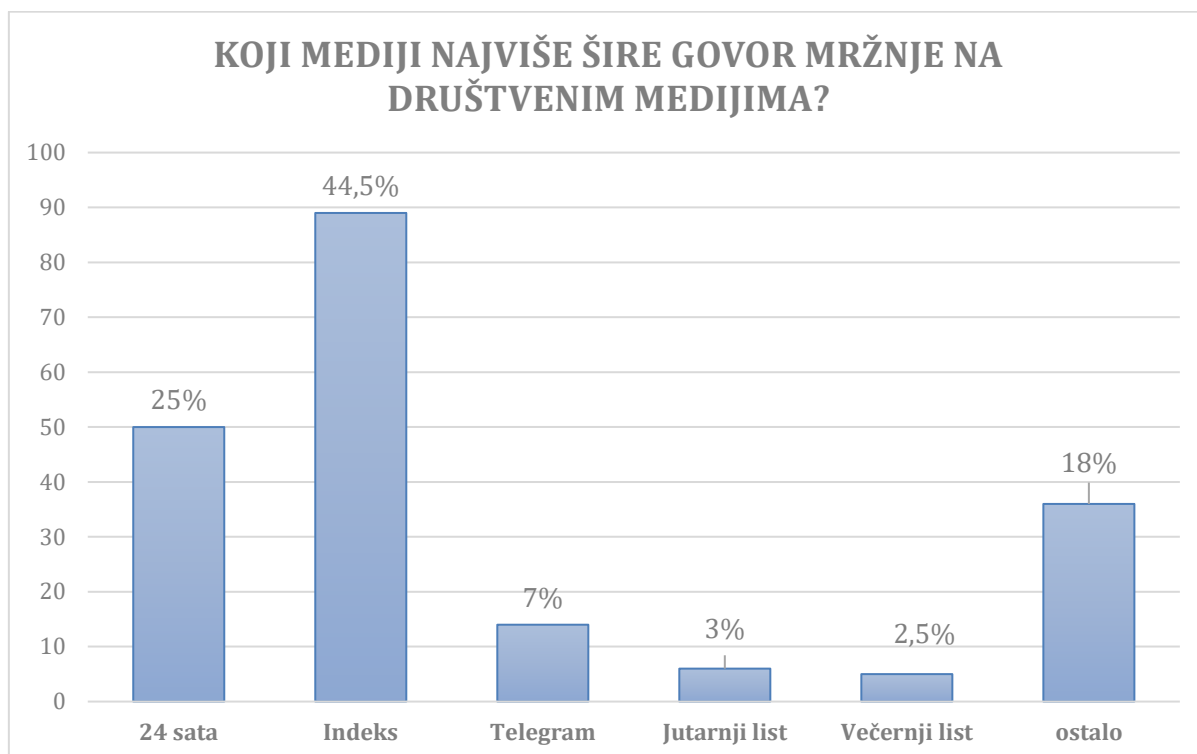
U grafu 7.9. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Po Vašem mišljenju, na kojim društvenim mrežama se najčešće pojavljuje govor mržnje?“



Graf 7.9. Prikaz rezultata na pitanje: „Po Vašem mišljenju, na kojim društvenim mrežama se najčešće pojavljuje govor mržnje?“

Na pitanje „Po Vašem mišljenju, na kojim društvenim mrežama se najčešće pojavljuje govor mržnje?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 166 (83%) ispitanika smatra da se govor mržnje najčešće pojavljuje na „Facebooku“, 13 (6%) ispitanika smatra da se pojavljuje na „Instagramu“, 6 (2,5%) smatra da se pojavljuje na „Twitteru“, 11 (5,5%) smatra da se pojavljuje na „Tik Tok-u“, jedan ispitanik (1%) smatra da se pojavljuje na „Reddit-u“, jedan ispitanik (1%) smatra da se pojavljuje na raznim portalima, te također jedan ispitanik (1%) smatra da se govor mržnje najčešće pojavljuje u novinama.

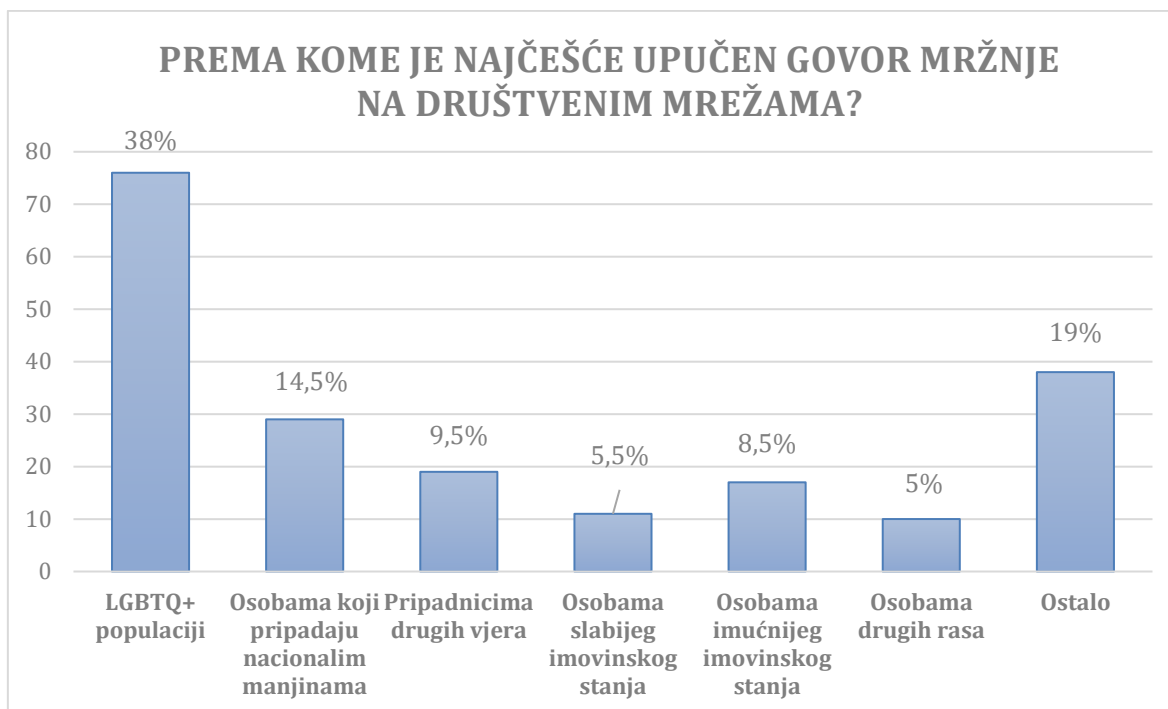
U grafu 7.10. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Po Vašem mišljenju, koji mediji najviše šire govor mržnje na društvenim mrežama?“



Graf 7.10. Prikaz rezultata na pitanje: „Po Vašem mišljenju, koji mediji najviše šire govor mržnje na društvenim mrežama?“

Na pitanje „Po Vašem mišljenju, koji mediji najviše šire govor mržnje na društvenim mrežama?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 50 (25%) ispitanika smatra da „24 sata“, 89 (44,5%) ispitanika smatra da „Indeks.hr“, 14 (7%) ispitanika smatra da „Telegram“, 6 (3%) ispitanika smatra da „Jutarnji list“, 5 (2,5%) ispitanika smatra da „Večernji list“, 36 (18%) ispitanika smatra da ostali mediji najviše šire govor mržnje na društvenim mrežama.

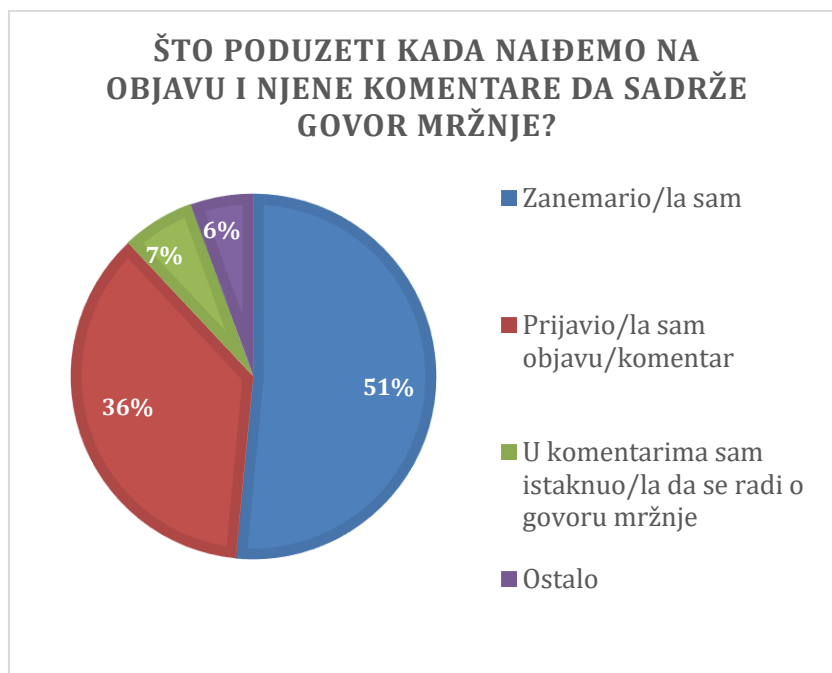
U grafu 7.11. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Prema kome je najčešće upućen govor mržnje na društvenim mrežama?“



Graf 7.11. Prikaz rezultata na pitanje: „Prema kome je najčešće upućen govor mržnje na društvenim mrežama?“

Na pitanje „Prema kome je najčešće upućen govor mržnje na društvenim mrežama?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 76 (38%) ispitanika smatra da je govor mržnje najviše upućen „LGBTQ+“ populaciji, 29 (14,5%) ispitanika smatra da je upućen osobama koji pripadaju nacionalnim manjinama, 19 (9,5%) ispitanika smatra da je upućen pripadnicima drugih vjera, 11 (5,5%) ispitanika smatra da je upućen osobama slabijeg imovinskog stanja, 17 (8,5%) smatra da je upućen osobama imućnijeg imovinskog stanja, 10 (5%) ispitanika smatra da je upućen osobama drugih rasa, te 38 (19%) ispitanika smatra da je upućen ostalima.

U grafu 7.12. prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Ako ste bili u situaciji da ste naišli na objavu i njene komentare da sadrže govor mržnje, jeste li poduzeli nešto?“



Graf 7.12. Prikaz rezultata na pitanje: „Ako ste bili u situaciji da ste naišli na objavu i njene komentare da sadrže govor mržnje, jeste li poduzeli nešto?“

Na pitanje „Ako ste bili u situaciji da ste naišli na objavu i njene komentare da sadrže govor mržnje, jeste li poduzeli nešto?“ odgovorilo je 200 ispitanika. 103 (51%) ispitanika je zanemarila, 73 (36%) ispitanika je prijavila objavu/komentar, 13 (7%) ispitanika je u komentar istaknula da se radi o govoru mržnje, te 11 (6%) ispitanika je poduzela neke druge načine.

U tablici 7.13. pitanju prikazani su rezultati odgovora na pitanje: „Kako bi Vi smanjili širenje govora mržnje na društvenim mrežama?“

Kako bi Vi smanjili širenje govora mržnje na društvenim mrežama?
Sankcijama, strožim kaznama
Veća kontrola komentara
Govorom ljubavi
Ne možemo utjecati na ono što će netko napisati na javnoj platformi, možemo prijaviti komentar/objavu i samo se ne zamarati mišljenjima takvih ljudi, budući da je uvrijeđenosti i poticanje negativnih osjećaja upravo njihov cilj
blokiranje mogućnosti komentiranja
Edukacijom ljudi koji imaju mnoge predrasude
Isključiti komentare na objavama
Obrazovanjem
Ukinuti sve društvene mreže
Automatsko brisanje objava i komentara koji u sebi sadrže određene ključne riječi. Tako bi sustav eliminirao barem neke neprihvatljive objave.
Istinito prenošenje događaja smanjuje zbunjenost kod čitača, nepristran naslov samog članka
Prvenstveno bi mediji trebali paziti kako izvještavaju o pojedinim temama. Upravo oni svojim sadržajem potiču na govor mržnje
Objavlivanjem pozitivnih vijesti umjesto samo loših
Uvođenjem novčanih kazni za prekršitelje

Tablica 7.12. Prikaz rezultata na pitanje: „Kako bi Vi smanjili širenje govora mržnje na društvenim mrežama?“

Na pitanje „Kako bi Vi smanjili širenje govora mržnje na društvenim mrežama?“ odgovorilo je 105 ispitanika.

9. Rasprava

Istraživanje se provelo 2021. godine i obuhvatilo je 200 ispitanika, 169 (84,5%) ispitanika je bilo ženskog spola i 31 (15,5%) muškog spola. Najveći broj ispitanika su u dobi između 18-29 godina, njih 50%, dok je najmanji broj ispitanika stariji od 70 godina (1,5%). U ispitivanju je sudjelovalo najveći broj ispitanika koja su završila viši/visoki studij 96 (48%), te samo jedan ispitanik sa završenom osnovnom školom (0,5%). Trenutno 88 (44%) ispitanika studira, dok je samo 7 (4%) ispitanika nezaposleno i 8 (4%) u mirovini.

9.1. Korištenje društvenih mreža

Od 200 ispitanika, njih 145 (72,5%) koristi društvene mreže svaki dan, dok samo 5 ispitanika uopće ne koristi društvene mreže. Iz rezultata je vidljivo da je govor mržnje učestali na društvenim mrežama, 69 (34,5%) ispitanika odgovara da se svakodnevno susreću, dok samo 2 (1%) ispitanika se nikad nije susrelo s navedenim. Na pitanje što ispitanici misle tko više širi govor mržnje, 139 (70%) ispitanika smatra da govor mržnje više šire korisnici društvenih mreža, dok 61 (30%) ispitanika smatra da to više rade mediji.

Hipoteza „Mediji šire govor mržnje na društvenim mrežama više nego sami korisnici društvenih mreža“ nije potvrđena, rezultat ankete pokazuje da veći broj ispitanika (70%) smatra da govor mržnje na društvenim mrežama šire sami korisnici iste.

Od ukupnog broja ispitanika, njih 147 (73%) smatra da medijske kuće trebaju češće kontrolirati komentare ispod svojih objava, dok manji broj 23 (12%) smatra da to nije potrebno. Također, veliki broj ispitanika 155 (77%) smatra da bi govor mržnje na društvenim mrežama trebalo češće ili strože sankcionirati, dok samo 11 (6%) ispitanika ne slaže s navedenim.

9.2. Primjeri govora mržnje

Ispitanicima je bilo postavljeno nekoliko primjera govora mržnje, te su se morali odgovoriti smatraju li da je primjer govora mržnje prihvatljiv oblik ponašanja ili ipak nije.

Od 200 ispitanika, 161 (80,5%) smatra da vrijeđanje sportskih protivnika ili suparničkih navijača po rasnoj, vjerskoj, nacionalnoj ili bilo kojoj drugoj diskriminirajućoj osnovi nije prihvatljivo ponašanje, dok 17 (8,5%) ispitanika se slaže da je navedeno ponašanje potpuno prihvatljivo.

„Smatrate li da je upotrebljavanje simbola, pozdrava ili izvođenje pjesama negativnog povijesnog konteksta, a kojima se vrijeđaju moralni osjećaji građana prihvatljivo ponašanje?“, 125 (62,5%)

ispitanika se u potpunosti ne slaže da da je navedeni primjer prihvatljivo ponašanje, dok manji broj 14 (7%) ispitanika ipak smatra da je to prihvatljivo ponašanje.

Veliki broj ispitanika 158 (79%) smatra da pisanje statusa na društvenim mrežama ili komentara kojima se poziva na nasilje ili na vrijeđanje i omalovažavanje pojedinca ili društvene skupine zbog njihovih opredjeljenja ili obilježja nije prihvatljivo, dok njih 15 (7,5%) ispitanika misle da je to u potpunosti prihvatljivo.

Na zadnjem primjeru, od ukupnog broja ispitanika, 157 (75,5) smatra da izrađivanje i objavljivanje letaka ili plakata s uznemirujućim i ponižavajućim sadržajem za pripadnike osjetljivih društvenih skupina nije prihvatljivo ponašanje, te 11 (5,5%) ispitanika smatra da je navedeno ponašanje potpuno prihvatljivo.

9.3. Govor mržnje na društvenim mrežama

Iz prethodnih pitanja je vidljivo da se veliki broj ispitanika često susreće s govorom mržnje na društvenim mrežama, međutim samo 15 (7,5%) ispitanika je povremeno bila žrtva, te 2 (1%) ispitanika je često ili svakodnevno žrtva. Dobar podatak da veći broj ispitanika 130 (65%) ipak nikad nisu bili žrtva govora mržnje na društvenim mrežama.

Hipoteza „Veći postotak korisnika na društvenim mrežama je često žrtva govora mržnje na društvenim mrežama“ nije potvrđena, iz rezultata je vidljivo da 65% anketiranih ispitanika nikad nije bila žrtva govora mržnje na društvenim mrežama.

Od ukupnog broja ispitanika, njih 171 (85%) smatra da mediji potiču govor mržnje zbog boljeg publiciteta (zbog privlačenja više klikova), te mali broj 3 (2%) smatra da je mediji to rade potpuno slučajno. 166 (83%) ispitanika smatra da se govor mržnje najčešće pojavljuje na društvenoj mreži „Facebook“.

Hipoteza „Govor mržnje se najčešće pojavljuje na društvenoj mreži „Facebook““ je potvrđena, iz rezultata se može vidjeti čak 83% anketiranih ispitanika tvrdi da se govor mržnje najčešće pojavljuje na društvenoj mreži „Facebook“

139 (69,5%) ispitanika smatra da mediji „24h sata“ i „Indeks.hr“ najviše šire i potiču govor mržnje. Od anketiranih ispitanika, 76 (38%) ispitanika smatra da je govor mržnje najčešće upućen „LGBTQ+“ populaciji, nešto manje ispitanika 29 (14,5%) smatra da je upućen osobama koji pripadaju nacionalnim manjinama.

Zabrinjavajući visok postotak ispitanika 103 (51%) kad su bili su situaciji da su naišli na objavu i njene komentare da sadrže govor mržnje je samo takvu situaciju zanemarila, dok je 13 (7%)

ispitanika u komentar istaknula da se radi o govoru mržnje, te 11 (6%) ispitanika poduzela neke druge načine.

U posljednjem pitanju ispitanici su pisali kako bi oni smanjili širenje govora mržnje na društvenim mrežama, najčešće bi to bile sankcije, veća kontrola komentara, edukacijom ljudi koji imaju mnoge predrasude, obrazovanjem, više objavljivanjem pozitivnih vijesti, te uvođenjem novčanih kazna za prekršitelje.

10. Zaključak

Iako sve više napredujemo kao društvo i dalje u nama postoji neka razina netolerancije prema novome i različitome od nas samih. Nekoliko puta je u radu naglašeno kako je sloboda govora temeljno ljudsko pravo, ali ni ona nije neograničena. Ona je također ograničena zakonom te zapravo prestaje biti slobodom govora kada narušava slobodu nekog drugog.

S obzirom na popularnost društvenih mreža, ne čudi što se na njima najčešće može naići na govor mržnje. Mediji od svojih početaka utječu na javno mnijenje, a ništa drugačije nije ni danas. Štoviše, danas je to čak i lakše jer je nikad lakše doprijeti do krajnjeg primatelja poruke.

Hrvatska na snazi ima nekoliko zakona kojima se pokušava boriti protiv govora mržnje. Čak zadnjih nekoliko godina i provodi strožu kontrolu na društvenim mrežama te smo u nekoliko primjera mogli vidjeti kako prekršitelji dobivaju kazne.

Istraživanjem u ovome radu mogli smo vidjeti da medijske kuće zapravo u tolikoj mjeri ne utiču na govor mržnje koliko recipijenti poruka to smatraju, već jednostavno „clickbait“ naslovima dovode do više komentara i klikova na sami članak. Shodno toj rastućoj popularnosti članka, u komentarima se skupi velika količina razno raznih izjava od kojih je velika šansa da neka u sebi mora sadržavati govor mržnje.

Iako svatko može biti žrtvom govora mržnje, u provedenom istraživanju možemo vidjeti kako su ipak najčešće žrtve govora mržnje članovi LGBTQ+ populacije kao i ljudi koji pripadaju nacionalnim manjinama. Shodno tome, mediji kao kreatori društvenih procesa bi trebali poticati edukaciju ljudi s predrasudama, ali i kako prihvatiti ljude koji su drugačiji.



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Antonio Glavač (*ime i prezime*) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama (*upisati naslov*) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Antonio Glavač

(*vlastoručni potpis*)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Antonio Glavač (*ime i prezime*) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama (*obrisati nepotrebno*) rada pod naslovom Utjecaj medija na govor mržnje na društvenim mrežama (*upisati naslov*) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(*upisati ime i prezime*)

Antonio Glavač

(*vlastoručni potpis*)

11. Literatura

Knjige i znanstveni članci:

1. Kulenović, E. (2016) Govor mržnje u Hrvatskoj, Političke analize, Zagreb
2. Malović S., Vilović G. i Ricchiardi S. (2007) Etika novinarstva, ICEJ, Zagreb
3. Munivrana Vajda M. i Šurina Marton A. (2016); Gdje prestaju granice slobode izražavanja, a gdje počinje govor mržnje? Hrvatski ljetopis za kaznene znanosti i praksu, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/261534> (pristupljeno 17.5.2022.)
4. Vilović G. (2011) Govor mržnje, Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/259211> (pristupljeno 17.5.2022.)
5. Poljak M, Hadžić J. i Martinić M. (2020) Govor mržnje u hrvatskom medijskom prostoru, In medias res : časopis filozofije medija, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/354684> (pristupljeno 17.5.2022.)
6. Roksandić Vidlička S. i Mamić K. (2018) Zloupotreba društvenih mreža u javnom poticanju na nasilje i mržnju i širenju lažnih vijesti: potreba transplantiranja njemačkog Zakona o jačanju provedbe zakona na društvenim mrežama?, Hrvatski ljetopis za kaznene znanosti i praksu, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/file/319619> (pristupljeno 17.5.2022.)
7. Parekh B. (2012) Is There Case for Banning Hate Speech?, The Content and Context of Hate Speech, Cambridge
8. Car V. (2016) Moć medija: između slobode izražavanja i govora mržnje. Govor mržnje, Kulenović E. (ur.) 187-217, Političke analize, Zagreb

Zakoni i pravilnici:

1. Opća deklaracija o ljudskim pravima, dostupna na https://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2009_11_12_143.html
2. Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima, dostupan na https://pravamanjina.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/pdf/medjunarodni/medjunarodni_pakt_o_gradjanskim_i_politickim_pravima.pdf
3. Ustav Republike Hrvatske, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/94/Ustav-Republike-Hrvatske>
4. Kazneni zakon, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/98/Kazneni-zakon>
5. Zakon o elektroničkim medijima, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/196/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkim-medijima>

6. Zakon o sprječavanju nereda na športskim natjecanjima, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/445/Zakon-o-sprje%C4%8Davanju-nereda-na-%C5%A1portskim-natjecanjima>
7. Zakon o suzbijanju diskriminacije, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/490/Zakon-o-suzbijanju-diskriminacije>
8. Zakon o prekršajima protiv javnog reda i mira, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/279/Zakon-o-prekr%C5%A1ajima-protiv-javnog-reda-i-mira>
9. Zakon o javnom okupljanju, dostupan na <https://www.zakon.hr/z/444/Zakon-o-javnom-okupljanju>

Internetski izvori:

1. Govor mržnje na internetu i društvenim mrežama, <https://www.medijskapismenost.hr/govor-mrznje-na-internetu-i-drustvenim-mrezama/> (pristupljeno 17.5.2022.)
2. Sloboda izražavanja i govor mržnje: gdje je granica?, <https://www.medijskapismenost.hr/sloboda-izrazavanja-i-govor-mrznje-gdje-je-granica/> (pristupljeno 17.5.2022.)
3. Tina Đaković, Sloboda izražavanja i govor mržnje u digitalnom okruženju, <https://www.kucaljudskihprava.hr/2019/12/20/sloboda-izrazavanja-i-govor-mrznje-u-digitalnom-okruzenju/> (pristupljeno 17.5.2022.)
4. Marina Turković, Govor mržnje na društvenim mrežama kroz sudsku praksu, <https://www.iusinfo.hr/aktualno/u-sredistu/44756> (pristupljeno 17.5.2022.)
5. William M. Curtis, Hate speech, <https://www.britannica.com/topic/hate-speech> (pristupljeno 17.5.2022.)
6. Michael Ray, Social network, <https://www.britannica.com/technology/social-network> (pristupljeno 17.5.2022.)
7. Mark Hall, Facebook, <https://www.britannica.com/topic/Facebook> (pristupljeno 17.5.2022.)
8. Freedom of expression, https://www.amnesty.org/en/what-we-do/freedom-of-expression/?utm_source=google&utm_medium=cpc&gclid=CjwKCAjwj42UBhAAEiwACIhADn8EiB2ZjwqIR6PAQQT3posKQt7o6as41FFMReY6a2g5q73BCz4KdhoCCYMQAvD_BwE (pristupljeno 17.5.2022.)
9. Mill, John Stuart. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., pristupljeno 17.5.2022. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=40900>

10. <https://www.aclu.org/other/faq-covenant-civil-political-rights-iccpr?redirect=faq-covenant-civil-political-rights-iccpr> (pristupljeno 17.5.2022.)
11. William L. Hosch, Web 2.0, <https://www.britannica.com/topic/Web-20> (pristupljeno 17.5.2022.)
12. Marko Špoljar, Udar na komentatore koji pod tekstovima na portalima šire mržnju: Čekaju ih masne kazne!, <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/udar-na-komentatore-koji-pod-tekstovima-na-portalima-sire-mrznju-cekaju-ih-masne-kazne-15090248> (pristupljeno 17.5.2022.)

Prilozi

Potiču li mediji svojim objavama govor mržnje na društvenim mrežama?

1.DIO – DEMOGRAFSKI PODACI

1. Spol:

- Ž
- M

2. Dob:

- 18-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70 i više

3. Obrazovanje:

- Završena osnovna škola
- Završena srednja škola
- Završeni viši/visoki studij
- Završeni poslijediplomski studij/doktorat

4. Trenutni radni status

- Zaposlen/a
- Zaposlen/a i studiram
- Studiram
- Trenutno nezaposlen/a

2.DIO – GOVOR MRŽNJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

1. Koliko često koristite društvene mreže

- ne koristim
- rijetko
- povremeno
- često
- svaki dan

2. Koliko često se susrećete s govorom mržnje na društvenim mrežama?

- Nikada
- Rijetko
- Povremeno
- Često
- Svakodnevno

3. Po Vašem mišljenju, tko više širi govor mržnje, mediji ili korisnici društvenih mreža?
 - Mediji
 - Korisnici društvenih mreža

4. Mislite li da medijske kuće trebaju češće kontrolirati komentare ispod svojih objava?
 - Da
 - Ne
 - Možda

5. Treba li zabraniti govor mržnje na društvenim mrežama?
 - Da
 - Ne

6. Jeste li ikada vrijeđali sportske protivnike ili suparničke navijače po rasnoj, vjerskoj, nacionalnoj ili bilo kojoj drugoj diskriminirajućoj osnovi?
 - Nikada
 - Rijetko
 - Povremeno
 - Često
 - Svakodnevno

7. Jeste li ikada upotrebljavali simbole, pozdrave ili izvodili pjesme negativnog povijesnog konteksta, a kojima se vrijeđaju moralni osjećaji građana?
 - Nikada
 - Rijetko
 - Povremeno
 - Često
 - Svakodnevno

8. Jeste li ikada na društvenim mrežama pisali statuse ili komentare kojima se poziva na nasilje ili na vrijeđanje i omalovažavanje pojedinca ili društvene skupine zbog njihovih opredjeljenja ili obilježja?
 - Nikada
 - Rijetko
 - Povremeno
 - Često
 - Svakodnevno

9. Jeste li ikada bili žrtva govora mržnje na društvenim mrežama?
- Nikada
 - Rijetko
 - Povremeno
 - Često
 - Svakodnevno
10. Po Vašem mišljenju, zbog čega mediji potiču govor mržnje na društvenim mrežama?
- Zbog boljeg publiciteta (zbog privlačenja više klikova)
 - Zbog manjka komunikacijskih vještina
 - Slučajno
 - Zbog neznanja
11. Po Vašem mišljenju, koji mediji najviše šire govor mržnje na društvenim mrežama?
- 24 sata
 - Indeks
 - Jutarnji list
 - Večernji list
 - Ostalo
12. Prema kome je najčešće upućen govor mržnje na društvenim mrežama?
- Osobama koji pripadaju nacionalnim manjinama
 - LGBTQ+ populaciji
 - Osobama slabijeg imovinskog stanja
 - Osobama imućnijeg imovinskog stanja
 - Pripadnicima drugih vjera
 - Osobama drugih rasa
 - Ostalo
13. Ako ste bili u situaciji da ste naišli na objavu i njene komentare da sadrže govor mržnje, jeste li poduzeli nešto?
- Prijavio/la sam objavu/komentar
 - Javio sam se tom mediju privatnom porukom
 - U komentarima sam istaknuo/la da se radi o govoru mržnje
 - Zanemario/la sam
 - Ostalo
14. Kako bi Vi smanjili širenje govora mržnje na društvenim mrežama?
