



немачка
сарадња

DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

MLADI U MEDIJSKOM OGLEDALU 2022



MLADI U MEDIJSKOM OGLEDALU 2022

MLADI U MEDIJSKOM OGLEDALU 2022

Izdavač

Krovna organizacija mladih Srbije



Za izdavača

Miljana Pejić

Autori

Darija Stjepić

Ivan Subotić

Mentor

Stefan Janjić

ISBN 978-86-80578-23-1

Tiraž

200

Priprema i štampa

Dosije studio, Beograd

Svi pojmovi koji su u tekstu upotrebljeni u muškom gramatičkom rodu obuhvataju i muški i ženski rod osoba na koji se odnose.

Ovo istraživanje izradila je Krovna organizacija mladih Srbije u saradnji sa DW Akademijom. Istraživanje je nastalo u okviru projekta CINERGY, koji podržava Ministarstvo za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke i DW Akademija.

Stavovi izraženi u ovoj publikaciji odgovornost su autora i izdavača i ne predstavljaju nužno stavove Ministarstva za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke, kao ni DW Akademije.

Darija Stjepić
Ivan Subotić

MLADI U MEDIJSKOM
OGLEDALU 2022

Beograd, 2023

SADRŽAJ

MLADI U MEDIJSKOM OGLEDALU 2022.

Uvod 7

DEO A

– ANALIZA MEJNSTRIM MEDIJA 11

1. Broj objava o mladima 11

2. Tema 12

3. Geografski obuhvat 18

4. Žanr 20

5. Povod za izveštavanje 24

6. Rešenje 28

7. Akteri 30

8. Kontekst i stereotipi 33

9. Pripadnost osetljivim grupama 37

10. Rod mladih 39

DEO B

– ANALIZA OMLADINSKIH PORTALA 41

Aktivizam 41

Ekologija 51

Mentalno zdravlje 59

Seksualno i rodno zasnovano nasilje 67

DEO C	
– ANALIZA TIKTOK KANALA	73
Teme	74
Formati videa	77
Svrha videa	77
Zvuk videa	79
Opis videa	79
Broj učesnika na videu.....	79
Trajanje videa	80
Broj pregleda na videima.....	80
ZAKLJUČCI	83
YOUTH IN THE MEDIA MIRROR 2022	
– RESEARCH SUMMARY.....	91

MLADI U MEDIJSKOM OGLEDALU 2022.

Uvod

Istraživanje „**Mladi u medijskom ogledalu 2022**“, čiji će rezultati biti predstavljeni u ovoj publikaciji, postavljeno je u idejnom i metodološkom smislu kao nastavak istraživanja započetog 2017. godine. Krovna organizacija mladih Srbije na ovaj način već šestu godinu zaredom prati izveštavanje mejnstrim medija u Srbiji o mladima, što omogućava praćenje promena i trendova na kvantitativnom i kvalitativnom planu. Od 2019. godine, ovo istraživanje se pored podrške DW Akademije, realizuje u partnerstvu sa Institutom za medije i različitosti – Zapadni Balkan. Uz dva osnovna pitanja – *kako* i *koliko* mejnstrim mediji izveštavaju o temama od značaja za mlade, istraživački tim KOMS-a svake godine je osvetljavao još neka srodna pitanja: kakve su uređivačke politike omladinskih portala?; koliki je nivo poštovanja etičkih standarda na najpopularnijim domaćim Jutjub kanalima?; kakva je rodna perspektiva domaće Jutjub scene?; kako se pandemija virusa korona odrazila na sadržaje za mlade?; kakva su stanovišta donosioca odluka, medijskih profesionalaca i eksperata za medijsku pismenost o promenama koje se tiču informisanja mladih? Nakon pet istraživačkih ciklusa, KOMS je, u partnerstvu sa Institutom za medije i različitosti – Zapadni Balkan, 2022. godine objavio i „Preporuke za razvoj diverziteta i etike u medijskim sadržajima za mlade“¹, s ciljem

1 Janjić, S. i Stojanović, B. (2022). Preporuke za razvoj diverziteta i etike u medijskim sadržajima za mlade. Beograd: Krovna organizacija mladih Srbije. Link: <https://koms.rs/wp-content/uploads/2022/06/Preporuke-za-razvoj-diverziteta-i-etike-NBS.pdf>

da se bliže sagledaju uočeni trendovi i uvide mogućnosti za unapređenje ovih sadržaja.

Istraživanje za 2022. godinu je, kao i u prethodnim ciklusima, višeslojno. Prvi segment, **monitoring mejnstrim medija**, metodološki se naslanja na prethodna istraživanja, što podrazumeva dvonedeljno praćenje devet medija. U okviru ovog segmenta analiziran je medijski diskurs o sledećih šest tema, odabranih prema klasifikaciji iz Alternativnog izveštaja o položaju i potrebama mladih u Republici Srbiji za 2022²: (a) vrednosti mladih i politička participacija, (b) mladi, mediji i društvene mreže, (c) mladi i tržište rada; (d) mladi i obrazovanje; (e) mladi, aktivizam i volonterski rad; (f) bezbednost i zdravlje mladih. U periodu od dve sedmice, od 9. do 22. decembra 2022, svakodnevno su posmatrani sadržaji o mladima u devet odabranih medija, što podrazumeva 36 primeraka dnevnih novina, 42 centralne informativne emisije (približno 1700 minuta programa) i 42 dnevna obuhvata objava sa onlajn portala. Jedinica analize je jedan tekst sa svim pratećim grafičkim elementima (za novine i portale), odnosno jedan prilog (za centralne informativne emisije). Mediji su odabrani tako da reprezentuju različite modele izveštavanja i različite uređivačke politike: analizirano je troje novina („Večernje novosti“, „Danas“ i „Informer“), tri centralne informativno-političke emisije („Dnevnik 2“ na RTS1, „Nacionalni dnevnik“ na TV Pink i „Dnevnik u 19“ na N1), kao i tri portala („Blic“, „Mondo“ i „Peščanik“). Za svaki analizirani medij kreiran je poseban kodni protokol, sa 10 kategorija³

2 Stojanović, B. i Ivković, A. (2022). Alternativni izveštaj o položaju i potrebama mladih u Republici Srbiji – 2022. Beograd: Krovna organizacija mladih Srbije. Link: <https://koms.rs/wp-content/uploads/2022/08/Alternativni-izves%CC%8Ctaj-o-polo%C5%BEaj-i-potrebama-mladih-za-2022.-godinu.pdf>

3 Tema, Geografski obuhvat teme, Žanr teksta / priloga, Nivo medijskog angažmana (povod za izveštavanje), Da li je u tekstu / prilogu ponuđe-

i 46 varijabli. Analiza je omogućila kako kvantitativne pokazatelje (procentualno izražena zastupljenost varijabli unutar kategorije), tako i kvalitativne, na osnovu kojih će u rezultatima istraživanja biti ilustrovani tipovi uređivačkih rešenja. Iz analize su izuzeti sadržaji u vezi sa sportom, kako zbog prirodno visokog učešća mladih u profesionalnom sportu ne bi dobio deformisan prikaz zainteresovanosti medija za mlade.

Drugi segment istraživanja podrazumevao je fokusiranu analizu osam omladinskih portala: Megafon, Mingl, Omladinske novine, Oradio, Redakcija, Youth Vibes, Zoomer i Oblakoder⁴. Sprovedena analiza bila je retroaktivnog karaktera i pokrila je sadržaje ovih portala objavljene tokom 12 meseci, tj. od 1. januara do 31. decembra 2022. godine. Istraživački tim se na osnovu aktuelnog društveno-političkog konteksta i KOMS-ovih istraživanja „Alternativni izveštaj o položaju i potrebama mladih“ i „Istraživanje zdravlja mladih“ opredelio za četiri prioritete tematske celine, a to su omladinski aktivizam, mentalno zdravlje, rodno zasnovano nasilje i ekologija, pri čemu su prve dve teme analizirane i u prethodnom ciklusu. Metodnom kvalitativne analize praćen je nivo zainteresovanosti omladinskih portala za izveštavanje o ovim temama, kao i nivo profesionalizma, proaktivnosti i multimedijalnosti.

Istraživanje „Mladi u medijskom ogledalu“ i ove godine obuhvata analizu sadržaja specifično kreiranih za društvene mreže, s tim da je fokus istraživanja pomeren sa Jutjuba na Tiktok. Posmatrano je deset naloga iz Srbije za koje je prethodno, desk analizom, utvrđeno da imaju najveći broj pra-

no rešenje za opisani problem?, Ko govori o mladima?, Kontekst u kom su prikazani mladi, Stereotipi o mladima, Pripadnost mladih (koji su zastupljeni u tekstu / prilogu) osetljivim grupama, Rod mladih (koji su zastupljeni u tekstu / prilogu).

4 U odnosu na prethodno istraživanje izostavljena su dva popularna, komercijalna portala (Vice i Noizz) i dodata dva autentična omladinska: Redakcija i Oblakoder.

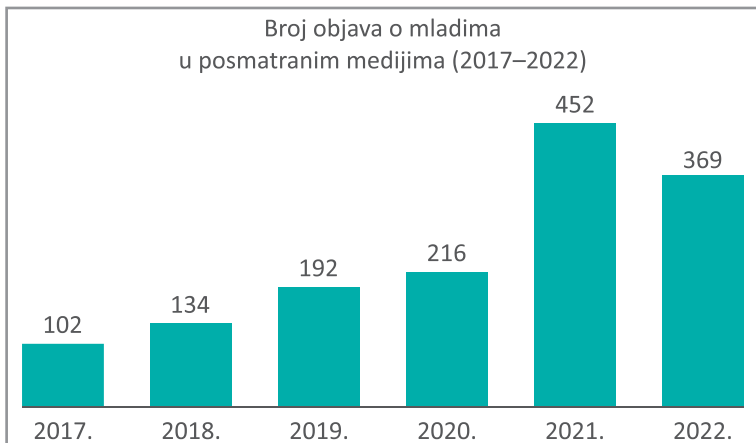
tilaca, a korpus čini ukupno 200 Tiktok videa objavljenih na kanalima (1) barbiafrika, (2) ukiqukiq, (3) balkandad, (4) arsaovde, (5) sergejpajicc, (6) vukaleksandra, (7) vicostein, (8) wajwai, (9) annalazarevic i (10) stefan_jankovic. Zanimali su nas tematski modeli videa na ovim kanalima, ali i etički okvir, uključujući i prisustvo (prikrivenog) oglašavanja.

DEO A – ANALIZA MEJNSTRIM MEDIJA

1. Broj objava o mladima

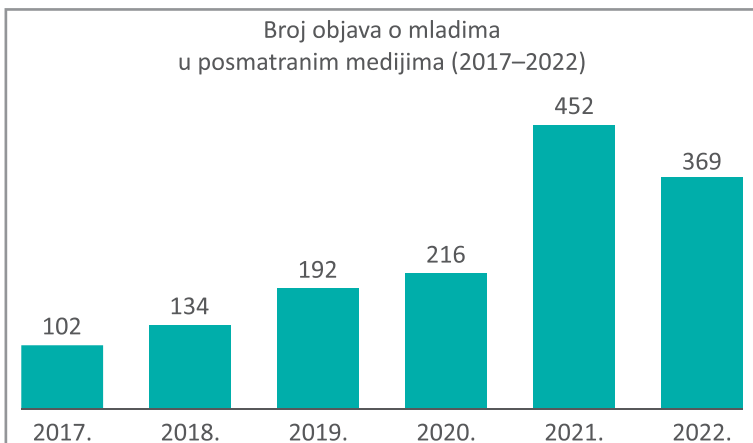
Ciklus istraživanja „Mladi u medijskom ogledalu“ pokazao je kako se u posmatranim mejnstrim medijima iz godine u godinu povećavao broj objava koje se tiču mladih, a taj trend je trajao sve do 2022, kada je zabeležen prvi pad, i to od 18,4%. Posmatrano iz šire perspektive, ovaj pokazatelj ne treba tumačiti kao znak silaznog trenda, već samo kao relativni pad u odnosu na natprosečan broj sadržaja iz prethodne, 2021. godine.

Posmatrano prema vrsti medija, najviše sadržaja uočeno je u štampi (168), a nakon toga na portalima (141). Centralne informativno-političke emisije očekivano su na trećem mestu (60 sadržaja), s obzirom na to da raspoložu najmanjim prostorom. Osvrnemo li se na rezultate pojedinačnih medija, uočićemo da su štampano izdanje „Večernjih novosti“ i onlajn izdanje „Blica“ gotovo ujednačeni na vrhu liste (85/84), a da je na 9. mestu „Peščanik“. Kvantitativne rezultate ne treba tumačiti kao eksplicitne pokazatelje nivoa interesovanja za teme od značaja za mlade: u obzir treba uzeti tehničku prirodu medija (portali imaju uslovno rečeno beskonačan prostor, a CIPE su ograničene na 30-40 minuta), kao i uređivačku politiku. U tom svetlu valja naglasiti kvalitativnu razliku između „Blica“, s velikim brojem objava, i „Peščanika“, s najmanjim. Prvi portal je izuzetno aktivan i dinamičan, ali retko objavljuje originalne sadržaje, dok se na drugom portalu mogu čitati gotovo isključivo originalni sadržaji. U Dnevniku RTS-a, kao ni u Dnevniku N1, u šest od 14 analiziranih dnevnika nije bilo priloga o mladima.



2. Tema

Najveći broj sadržaja o mladima u devet posmatranih medija ticao se teme bezbednosti mladih, prvenstveno zbog izveštavanja o kriminalu i zločinima. Udeo te teme je 43%. Dvocifren udeo u korpusu imaju još samo teme „Vrednosti mladih i politička participacija“ (24%) i „Mladi i obrazovanje“ (17%), dok se o odnosu mladih i kulture, medija, aktivizma i tržišta rada retko izveštavalo.



Tema „Bezbednost mladih“ najdominantnija je bila na portalima „Blic“ i „Mondo“, na kojima je zauzela polovinu korpusa. Ovi portali detaljno, često i u nastavcima, izveštavaju o crnoj hronici i krivičnim delima čiji su počiniooci ili žrtve mlade osobe. Tako su u posmatranom periodu svoju pažnju posvetili pucnjavi i pokušaju ubistva u Obrenovcu, nestanku devojke iz Priboja, nerasvetljenim okolnostima smrti poznate jutjuberke, mladim pljačkašima iz Beograda, Novog Sada i Pirola, hapšenjima dilera u Vrbasu, Kladovu i Beogradu, dojavama o bombama u Kragujevcu i Kovačici, tinejdžeru iz Lazarevca kojeg je izujedao pas, mladim devojkama koje su nastradale u saobraćajnim nesrećama u Novom Pazaru i Prokuplju, „manijacima“ koji su osumnjičeni za uznemiravanje dece u Beogradu i Aleksincu, saobraćajnim nesrećama u Preševu, Šidu i Lučanima koje su izazvali mladići, maltretiranju dečaka u Vrnjačkoj Banji, ali i o drugim zločinima, samoubistvima, obračunima... U ovakvim tekstovima retko se mogu uočiti ambicije da se loše / nesrećne okolnosti sagledaju iz šire perspektive, da se ponude moguća rešenja ili da se utiče na promenu politika. Njihova primarna uloga je izazivanje snažnih emocija (besa, straha, tuge), zbog čega se i insistira na detaljima i pojedinostima u „nastavcima“. Dinamiku kontinuiranog pokrivanja jedne osetljive teme možemo sagledati na primeru tekstova „Blica“ o saobraćajnoj nesreći u Novom Pazaru, prilikom koje je na pešačkom prelazu poginula petnaestogodišnja devojčica.

- UŽASNA TRAGEDIJA U NOVOM PAZARU Devojčica poginula u saobraćajnoj nesreći! (12. decembar)
- “DEVOJČICA JE LETELA 10 METARA, VOZAČ SE TRE-SAO” Detalji jezive tragedije u Novom Pazaru: “Nestala je struja 10 minuta pre nesreće, ceo grad je bio u mraku” (12. decembar)

- “ŽENA JE BILA USPANIČENA, U SUZAMA” Vlasnik kafića ispred kojeg je nastradala devojčica (15) u Novom Pazaru: “Ovo je najcrnja tačka!” (12. decembar)
- “SAMO DA NIJEDAN RODITELJ NE OSETI OVAJ BOL I TUGU” Otac Melise koju je pregazio automobil u Novom Pazaru i dalje neutešan: “Svaki dan bi me obrađovala peticama u školi, a ja nju i drugaricu ručkom” (15. decembar)

U drugom navedenom tekstu (prenetom sa portala „Kurira“) navode se detalji o okolnostima sudara i reakciji osumnjičenog vozača, a u četvrtom (prenetom sa portala „Telegrafa“) čitaoci imaju priliku da čitaju o dženazi, kao i da vide sliku oca i zamagljenu sliku poginule devojčice. Iz teksta se ne može zaključiti na koji je način otac dao izjavu medijima, ali je jasno da je podstican da se „priseća kobnog jutra“ i da se izjašnjava o krivici osumnjičenih, a takav je pristup duboko neetičan, čak i kada je intervju objavljen uz pristanak ožalošćenih članova porodice. U odeljku „Kodeksa novinara Srbije“ posvećenom odnosu prema izvorima informisanja naglašeno je da novinar nikada ne sme da zloupotrebi emocije drugih ljudi, njihovo neznanje ili nedovoljnu sposobnost rasuđivanja: „Izvori informacija s kojima novinar razgovara nisu uvek svesni moći medija i posledica koje njihove izjave mogu da imaju po njih lično, kao i po ljude o kojima govore. S novinarskom profesijom nespojiva je svesna zloupotreba, ali i nepažnja čija bi moguća posledica bila zloupotreba sagovornika.“⁵ Portal „Mondo“, koji je takođe izveštavao o ovom slučaju, objavio je tekst o snimku nesreće, pod naslovom „SNIMAK NESREĆE U NOVOM PAZARU OTKRIO KAKO JE POGINULA DEVOJČICA! Pokosio je auto, a onda je pala pod točkove KOMBIJA!“ (12. decembar). Iako je tekst senzaciona-

5 UNS i NUNS. (2015). Kodeks novinara Srbije. Beograd: Savet za štampu.

listički naslovljen, pohvalno je to što je uredništvo „Monda“ odlučilo da ne objavi snimak, zbog – kako se navodi – „veoma uznemirujućih scena“.

O bezbednosti mladih se u afirmativnom smislu izveštavalo retko. „Peščanik“ je jedan od svojih pet tekstova o mladima (iz posmatranog perioda) objavio nakon što je ministar obrazovanja najavio mogućnost da se učenicima oduzimaju mobilni telefoni kako bi se zaustavilo nasilje u školama. „Blic“ i „Mondo“ su, sa druge strane, objavili identičan promo-tekst pod naslovom „Najveći trgovci u zemlji i Philip Morris o zaštiti maloletnika od prodaje nikotinskih proizvoda“ (14. 12). Reč je o izveštaju sa okruglog stola koji je organizovao magazin „InStore“, a svi učesnici predstavljeni su afirmativno, kao odgovorni, profesionalni i dobronamerni akteri. Jedini autentičan iskorak „Blica“ ka analitičkom novinarstvu na tematskom polju bezbednosti mladih uočen je u tekstu „MLADI SVE VIŠE GINU NA PUTEVIMA Probne dozvole glavni problem: Tri pravila se konstantno krše – cilj je aktivno osposobiti neiskusne vozače!“ (19. 12). U njemu su predstavljeni skoriji slučajevi saobraćajnih nesreća, a sagovornici „Blica“ su načelnik saobraćajne policije i načelnik Sektora za vozače / pomoćnik direktora Agencije za bezbednost saobraćaja. U tekstu su na primeren način sažete informacije koje se tiču ograničenja za probne vozače.

Dnevni list „Danas“ najviše je izveštavao o bezbednosti mladih i vrednostima mladih. Više od polovine (53%) analiziranog korpusa u ovom dnevnom listu bilo je posvećeno tim temama, prevashodno zbog izveštavanja o saobraćajnim nesrećama (19. 12, 15. 12, 14. 12) i slučaju zlostavljanja profesorice u Trsteniku (13. 12, 16. 12, 19. 12, 23. 12). Međutim, vredni napomenuti da su drugi analizirani štampani mediji („Informer“ i „Novosti“) posvetili još više pažnje ovim

temama nauštrb drugih. Osim ovih tema, u „Danasu“ je i tema obrazovanja imala visoko učešće (22%), uglavnom zbog izveštavanja o budućnosti državne mature (12. 12. i 15. 12) i slučaju iz Trstenika. Treba istaći i to da je „Danas“ od svih štampanih medija najređe izveštavao o mladima, što – ponovo – ne treba nužno tumačiti kao odraz niskog interesovanja za ovu grupu: u obzir treba uzeti činjenicu da „Danas“ izlazi na najmanjem broju strana od svih analiziranih novina, ali i da tradicionalno ređe izveštava o događajima iz domena crne hronike – rubrike u kojoj se mladi najčešće pojavljuju kao akteri u mejnstrim medijima.

U „Informeru“ je čak 44% analiziranih tekstova pripalo temi „Bezbednost mladih“. Ovaj list je o crnoj hronici izveštavao na senzacionalistički način i uz kršenje pretpostavke nevinosti, kao npr. u vesti pod naslovom „Piroman upalio i 12. kuću kod Prokuplja“ (12. 12), gde se u naslovu krivica eksplicitno pripisuje *piromanu*, da bi se u samom tekstu otkrilo da je *piroman* tek osumnjičen za ovaj zločin. Nijedna od preostalih varijabli – „Mladi, mediji i kultura“, „Mladi i tržište rada“, „Mladi i obrazovanje“ i „Mladi, aktivizam i volonterski rad“ – nije imala dvocifren udeo zastupljenosti, dok o aktivizmu i volonterskom radu mladih nije ni bilo reči.

Slični zaključci mogu se izvesti i u vezi s korpusom „Večernjih novosti“, gde je 40% analiziranih tekstova tematski svrstano pod varijablu „Bezbednost mladih“. Druga po zastupljenosti bila je tema „Mladi i obrazovanje“ (26%), dok su se na trećem mestu našle „Vrednosti mladih“ (19%). O obrazovanju se ubedljivo najviše pisalo povodom formiranja radne grupe za nasilje u školama zbog sve češćih nasilnih incidenata u obrazovnim ustanovama (13. 12, 19. 12, 20. 12, 21. 12, 24. 12), pa se može reći da je i kroz ovu tematsku sferu provučen narativ o mladima kao nasilnicima, o čemu

će više reći biti u narednim odeljcima istraživanja. Ipak, treba napomenuti da se o mladima i obrazovanju u „Novostima“ izveštavalo i u pozitivnom svetlu, kao u slučaju priče o aplikaciji učenika matematičke gimnazije koja je nastala u okviru projekta UNHCR (Novosti, 14. 12) i priče o slepom doktorandu prava. Taj tekst je ujedno bio jedan od retkih sadržaja u mejnstrim medijima posvećenih mladim pripadnicima marginalizovanih grupa (Novosti, 22. 12).

Nešto drugačija slika o mladima mogla se tokom analiziranog perioda videti na televizijama. Najzastupljenija tema od značaja za mlade u centralnom Dnevniku RTS-a ticala se obrazovanja mladih, a na prvo mesto dospela je zbog priloga u kojima je usputno izveštavano o održavanju nastave za đake na severu Kosova i Metohije uprkos barikadama koje su u tom trenutku bile na kosovskim putevima (18. 12, 21. 12, 24. 12). Sve ostale teme bile su manje-više jednako zastupljene, osim onih koje se tiču aktivizma i volonterskog rada mladih, o kojima nije bilo nijednog priloga. Tema volonterskog rada i aktivizma mladih se nije pojavila ni u jednom od analiziranih TV dnevnika.

U „Dnevniku“ N1 najčešće se izveštavalo o mladima i obrazovanju (čak 57%). I ovde je obrazovanje bilo u fokusu zbog otežanog održavanja nastave na severu Kosova i Metohije (12. 12, 17. 12, 19. 12, 24. 12). Druga po zastupljenosti bila je tema „Vrednosti mladih“, a u tom svetlu treba istaći prilog emitovan 16. decembra o sednici koju su u Skupštini Srbije vodili mladi studenti, a o čemu u CIPE nije izveštavala nijedna druga analizirana TV stanica. U ovom prilogu mladi su prikazani u pozitivnom svetlu, kao kontrasteža onome što se inače odvija u prostorijama Skupštine Srbije (16. 12).

TV „Pink“, komercijalna televizija s nacionalnom frekvencijom, objavila je najviše priloga o mladima od svih analiziranih televizija. Međutim, ovaj rezultat „Pinka“ ne odražava istinsku zainteresovanost za položaj mladih, već je nastao kao rezultat uređivačke politike u kojoj važnu ulogu imaju blokovi vesti iz crne hronike. S obzirom na to, očekivan je rezultat koji govori da je najzastupljenija tema u izveštavanju o mladima na TV Pink upravo „Bezbednost mladih“ (57%). Najviše se u tom kontekstu o mladima izveštavalo u svetlu konzumiranja i rasturanja narkotika (18. 12, 19. 12, 19. 12, 23. 12) i ubistava (13. 12, 24. 12, 25. 12). Treba skrenuti pažnju i na senzacionalizam kojim se Pink služi prilikom izveštavanja o ovim događajima: ilustrativan primer za to je prilog emitovan 18. decembra, u kom sagovornici „Pinka“ sugerišu da mladi dileri sada vrbuju, a nekad čak ucenjuju penzionere da za njih rasturaju narkotike (18. 12).

3. Geografski obuhvat

Svi analizirani sadržaji razvrstani su u okviru ove kategorije na dve grupe, kako bi se utvrdilo da li mediji daju veći prostor temama državnog ili lokalnog ranga. Dodatno je, nakon te klasifikacije, identifikovan grad / opština za svaku jedinicu analize lokalnog ranga. Ukupno posmatrano, 71% sadržaja lokalnog su karaktera, dok se preostalih 29% odnosi na vesti koje se tiču čitave države.

Najčešća lokacija (44%) bio je Beograd, a potom slede Novi Sad (9%) i Novi Pazar (6%). Zastupljenost lokacija (osim Beograda) prvenstveno je bila uslovljena brojem slučajeva crne hronike u kojima se kao akteri pojavljuju mladi. U narednoj tabeli prikazani su gradovi koji su se u ukupnom korpusu pojavili više od dva puta.

Grad / opština			
Beograd	118	Aleksinac	5
Novi Sad	24	Trstenik	4
Novi Pazar	17	Preševo	4
Paraćin	8	Niš	4
Lučani	7	Ljig	4
Raška	5	Vrnjačka Banja	3
Priboj	5	Bor	3

Zastupljenost u jednoj ili dve jedinice analize zabeležena je u slučaju Vrbasa, Vranja, Velikog Gradišta, Užica, Subotice, Smedereva, Prokuplja, Pančeva, Leskovca, Kraljeva, Kragujevca, Kladova, Jagodine, Zaječara, Velike Plane, Temerina, Šida, Šapca, Sremske Mitrovice, Požarevca, Pirota, Merošine, Lajkovca, Kule, Kruševca, Kovačice, Inđije, Čačka, Boljevca, Bogatića i Arandjelovca. Najveći fokus na sadržajima sa lokala uočen je na portalima „Mondo“ (87%) i „Blic“ (82%), a ovi rezultati – kao i oni koji slede – ukazuju na pravilo prema kojem je veći geografski diverzitet karakterističan za medije koji češće izveštavaju o crnoj hronici. Kao i u prethodnim istraživačkim ciklusima, pokazalo se da mediji imaju dovoljno resursa da šalju reportere u manje gradove, ali da tu priliku koriste gotovo isključivo onda kada se izveštava o zločinima i nesrećama.

„Danas“ i „Peščanik“ su jedini posmatrani mediji koji su o mladima češće izveštavali s fokusom na državni nivo. „Danas“ je sa lokala (iz Novog Sada, Beograda, Užica, Niša, Novog Pazara i Trstenika) izveštavao dvostruko manje (32%) nego sa

državnog nivoa (68%). „Peščanik“ je neke od svojih tekstova ilustrovao primerima sa lokala, ali su tekstovi uprkos tome mahom orijentisani tako da pokriju širu perspektivu određenog problema, kako bi ponudili odgovor na pitanje šta društvo / država mogu da učine ili promene kako bi se poboljšale okolnosti u kojima mladi odrastaju, obrazuju se i rade.

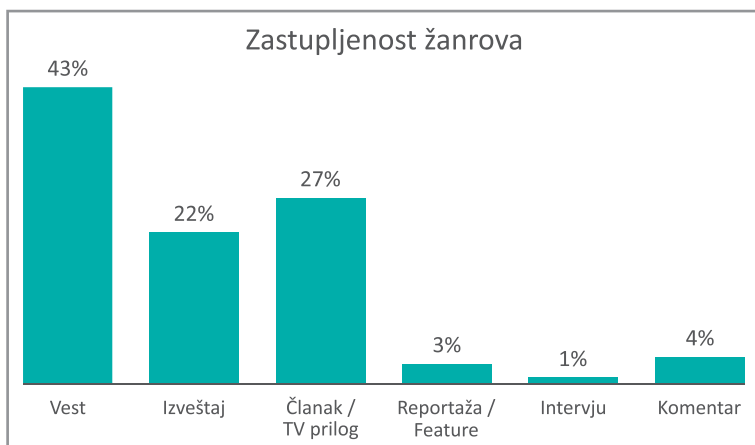
Potpuno suprotno izveštavao je „Informer“, koji u 67% slučajeva o mladima izveštava sa lokalnog nivoa, što je posledica većeg prisustva crne hronike. Ovaj list je najviše prostora posvetio lokalnim temama iz Beograda, potom onima iz Novog Pazara, a po jednom je pomenuto još 20 većih i manjih mesta u Srbiji. Još više sadržaja sa lokalnog nivoa, iz istog razloga, objavile su „Novosti“ koje su tokom analiziranog perioda u čak 76% slučajeva o mladima izveštavale kroz sadržaje lokalnog karaktera. Ubedljivo najviše se izveštavalo iz Beograda, nakon kojeg sledi Novi Sad. I na televizijama se o mladima dominantno izveštavalo sa lokalnog nivoa. Nešto ujednačeniji u tom smislu bio je jedino RTS, koji je sa lokalnog nivoa o mladima izveštavao u 53% slučajeva, a sa državnog nivoa u 47%. Taj odnos je na N1 i Pinku bio istovetan – 2:1 u korist događaja s lokalnog nivoa.

4. Žanr

Najzastupljeniji žanr u analiziranom korpusu bila je vest (43%), a nakon nje članak (i njegov televizijski pandan – TV prilog), s učešćem od 27%. Značajan udeo ima još samo izveštaj (22%), dok su primeri analitičkih žanrova, komentara, reportaža i intervjuja, bili veoma retki. Najveće (ujedno i apsolutno) učešće analitičkih žanrova zabeleženo je na „Peščaniku“, koji je objavio četiri komentara i jedan intervju.

Najniže učešće analitičkih žanrova uočeno je na „Mondu“ – svega 10%.

Udeo vesti i izveštaja na „Blicu“ bio je gotovo ujednačen (40%/44%), a preostali deo korpusa čine članci (12%) i reportaže (4%). Slični rezultati zabeleženi su na „Mondu“ (44% vesti, 46% izveštaja), a oba portala su nizak nivo novinarskog angažmana iskazala na dva nivoa: zanemarivanjem analitičkih žanrova, kao i tzv. *copy-paste* novinarstvom. Naime, čitav niz kraćih tekstova iz korpusa „Blica“ i „Monda“ zapravo je bez ikakvih intervencija i dopuna prenet sa drugih portala. Uočena je, pritom, praksa navođenja dvostrukog autorstva (sajt-izvornik + sajt-prenosilac) čak i kada sajt-prenosilac ničim nije doprineo razvoju teme / teksta.



Najzastupljeniji žanr u analizi novinskih tekstova o mladima bila je vest, a odmah uz nju i članak. U dnevnom listu „Danas“ ova dva žanra bila su izjednačena po zastupljenosti (29%). Osim njih, vrlo zastupljen bio je i komentar, koji zauzima 26% analiziranog korpusa. „Danas“ je, uz „Peščanik“, bio jedini dnevni list sa visokom zastupljenošću komentara o mladima, a takav rezultat posledica je velikog broja kolonni

i drugih analitičkih sadržaja koje ove novine svakodnevno objavljuju. „Danas“ se obimno, na analitički način, kroz kolumne i druge vrste komentara bavio slučajem nasilja učenika nad profesorkom u srednjoj školi u Trsteniku. Ovaj događaj naveo je „Danas“ da temi nasilja u školama pristupi iz više uglova. Pisano je o pokušajima samoubistava kod mladih, nakon što je jedan od učenika iz Trstenika navodno pokušao da se ubije (16. 12), o fenomenu prihvatanja nasilja kao nečeg normalnog (23. 12), te o postojećim i predloženim regulacijama (24. 12). U listu „Danas“ su, sem pomenutih žanrova, objavljeni jedan intervju, jedna reportaža, kao i tri izveštaja posvećena temama od značaja za mlade.

S druge strane, u „Informeru“ je zastupljenost komentara bila znatno niža: ovaj žanr se pojavio samo jedanput. U svojoj kolumni Dragan J. Vučićević, glavni urednik „Informera“, u svetlu novih tenzija na Kosovu i Metohiji pominje kako ima vojno obučenog sina koji je za rat spreman „kao zapeta puška“, mada mu se ne šalju sinovi u rat (24. 12). U „Informeru“ su žanrovski dominirale vesti, sa 51% zastupljenosti, a potom slede članci sa 41%. Ovde treba napomenuti da visoka zastupljenost članaka ne ilustruje „Informerovu“ težnju da se analitičnije bavi problemima mladih, već pre da u široj formi analizira okolnosti događaja koji su imali tragičan ishod, a u kojima su mladi bili akteri. Takav je bio članak o „stravičnom porodičnom zločinu u Subotici“ u kom je, prema naslovu „Informera“, „otac ubio sina posle fudbalske utakmice“. Članak se ne bavi dubljom analizom fenomena porodičnog nasilja, već je baziran na intrigama i izjavama anonimnih meštana Subotice koji paušalno procenjuju zbog čega je došlo do zločina i pružaju novinarima „Informera“ uvid u način života žrtve i počinioca (12. 12). Osim pomenutih žanrova „Informer“ je objavio i nekoliko izveštaja, kao i jednu reportažu u vidu

priče o mladom Užičaninu koji besplatno pravi skloništa za planinare na Tari (19. 12).

Slične rezultate u pogledu žanrovskog diverziteta imaju i „Večernje novosti“. Ubedljivo najviše tekstova o mladima objavljeno je u formi vesti (59%), a drugi žanr po zastupljenosti je članak (35%). „Novosti“ su objavile i dve reportaže koje se tiču mladih: jednu o mladom bračnom paru koji je preko državnog programa dobio kuću na selu (19. 12) i jednu o već pomenutom slepom doktorandu prava (22. 12). Osim toga, objavljeni su i po jedan izveštaj i komentar, kao i intervju u kom direktor nacionalne službe za zapošljavanje tvrdi da ta ustanova „najviše izdvaja za mlade bez iskustva, starije od 50 godina, Rome...“ (18. 12).

Na televizijama se nešto ujednačenija žanrovska raspodela može uočiti na RTS-u i N1, dok na „Pinku“ više liči na mehanizam koji srećemo u analizi „Informerera“, „Večernih novosti“, „Blica“ i „Monda“. RTS je o mladima najviše izveštavao u formi izveštaja (40%), uglavnom sa događaja poput konferencija i skupova (13. 12 i 21. 12), ali i sa barikada na severu Kosova i Metohije (18. 12. i 21. 12). Jednaku zastupljenost (po 27%) imale su vesti i TV prilozi. O mladima se na RTS-u u analiziranom periodu uopšte nije govorilo u formi reportaže i komentara, a zabeležen je jedan intervju u kom specijalni izaslanik Sjedinjenih Država za rešavanje kosovskog problema Gabrijel Eskobar, u svetlu nemira na Kosovu, napominje da SAD i međunarodna zajednica ne traže „rešenje za političare, već za mlade ljude koji stalno napuštaju ovaj region“ (14. 12).

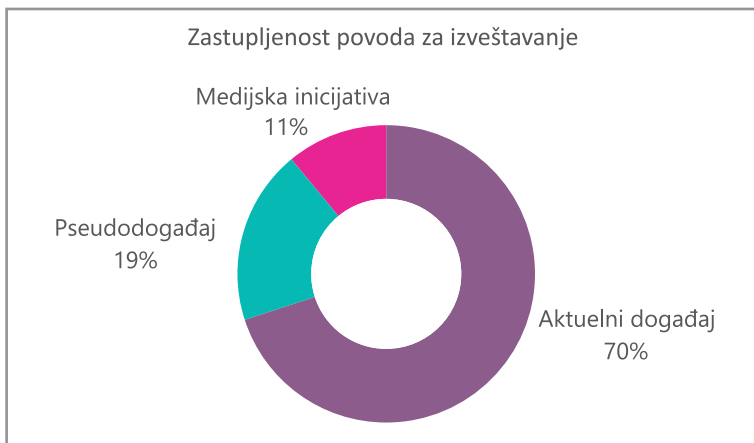
Televizija N1 o mladima je najviše izveštavala u formi TV priloga (42%), u okviru kojih su osvetljene različite bitne teme, poput preduzetništva među mladim ženama (13. 12) i

demografske politike, to jest uloge mladih majki u tom kontekstu (15. 12). Nešto manje zastupljeni (33%) bili su izveštaji, uglavnom koncentrisani na priče o održavanju nastave na barikadama na severu Kosova i Metohije. Na trećem mestu po zastupljenosti nalaze se vesti (25%). Nije bilo sadržaja o mladima u formi reportaža, komentara ili intervjuja.

Na TV Pink, koja je najviše od svih analiziranih televizija izveštavala o mladima, najzastupljeniji su bili TV prilozima (48%) i vesti (33%). Prilozima TV Pinka nemaju istinski analitičan karakter, već je uglavnom reč o „obogaćenim“ izveštajima koji služe promociji dostignuća raznih nivoa vlasti. Takvi su prilozima o obnavljanju dečje bolnice u Zaječaru (16. 12), o novom stadionu u Leskovcu (19. 12), kao i o otvaranju fabrike Eurotaj u Kraljevu (22. 12). Forme intervjuja i komentara nisu zabeležene na TV Pink u analiziranom periodu, a po tri priloga bila su emitovana u formi izveštaja i reportaže. Dve reportaže bile su posvećene tragičnim sudbinama mladih osoba (18. 12. i 21. 12), dok je jedna bila posvećena obučaru iz Bogatića koji skreće pažnju na to da mladi više ne žele da se bave obučarstvom (14. 12).

5. Povod za izveštavanje

Sve jedinice analize razvrstane su spram tri moguća povoda za izveštavanje, pri čemu su aktuelni događaji – kao i prethodnih godina – bili apsolutno dominantni, s učešćem od 70%. Gotovo svaka peta jedinica analize bila je inicirana pseudodogađajima, tj. promotivnim, medijski kreiranim događajima, čija je osnovna svrha sticanje pozitivnog publiciteta. Naposletku, tek je 11% sadržaja nastalo kao rezultat medijske inicijative.



Najveći udeo medijskih inicijativa imao je „Peščanik“ (80%), čija uređivačka politika podrazumeva originalne i analitičke sadržaje. Komentari s ovog portala, nastali na osnovu medijske inicijative, ticali su se nasilja, sporta, obrazovanja i blasfemije.

Rezultati za „Blic“ i „Mondo“ ponovo su slični: najčešći povod za izveštavanje na ovim portalima bili su aktuelni događaji (69% / 60%), a najređi medijske inicijative (14% / 17%). Jedna od retkih medijskih inicijativa u „Blicu“ bila je posvećena rezultatima popisa stanovništva, a objavljena je pod naslovom „NEVIDLJIVA STRANA POPISA Mladi odlaze na Zapad, stranci dolaze, statistika to ne beleži, ali svakodnevni život hoće: Da li je Srbija spremna da postane MULTIETNIČKO DRUŠTVO?“ (22. 12). Ovakav naslov može se smatrati pretencioznim, budući da tekst ni dužinom ni pristupom ne odgovara na sve najavljene aspekte teme. Ipak, odabir sagovornika je adekvatan (Boško Kovačević, sociolog i politički analitičar), kao i kontekstualizacija podataka. Kada sagledamo sadržaje objavljene na „Mondu“ koji su nastali kao rezultat medijske inicijative, videćemo da su oni uglavnom preuzimani iz drugih medija (RINA, „Kurir“, „Blic“...), što još

jednom potvrđuje da „Mondo“, uprkos velikom broju tekstova o mladima, među posmatranim medijima ima najniži nivo novinarskog angažmana.

Na nešto nižu zastupljenost aktuelnih događaja (76%) nailazimo u „Informeru“, koji je, sa druge strane, ispunio pseudodogađajima čak petinu analiziranog korpusa. Među tekstovima čiji je povod bio pseudodogađaj našli su se, recimo, tekstovi koji otvoreno promovišu određene kompanije. Takvi su bili tekstovi posvećeni brizi kompanije M:tel o mladim sportistima (15. 12) i stipendijama te kompanije za mlade (13. 12), kao i tekst o ulaganju Naftne industrije Srbije u mlade talente (17. 12). Tu su, takođe, i tekstovi o uspesima ili planovima države vezanim za mlade, poput onog o planiranoj većoj naknadi države za projekat „Moja prva plata“ (12. 12), podeli novčane pomoći od 5.000 dinara za mlade (17. 12) i podeli poklon-vaučera beogradskim osnovcima i srednjoškolcima (17. 12, i 19. 12). U analiziranom korpusu našle su se i dve medijske inicijative „Informera“, od kojih se jedna odnosila na priču o Užičaninu koji besplatno pravi skloništa za planinare na Tari (19. 12), a druga na fenomen porasta popularnosti plastičnih operacija među mladim devojka (20. 12).

Gotovo istovetni rezultati dobijeni su na korpusu tekstova „Večernjih novosti“. Aktuelni događaji bili su povod za izveštavanje u 76% slučajeva, pseudodogađaji u 19%, a medijske inicijative u 5% slučajeva. I ovde su kao pseudodogađaji uglavnom okarakterisani tekstovi koji se tiču podele sredstava za mlade, ali u „Novostima“, za razliku od „Informera“, ne nailazimo na tekstove koji se bave promocijom kompanija u svetlu njihove brige za omladinu. Medijske inicijative u dva navrata bile su posvećene apelima za pomoć mladima obolelim od teških bolesti (13. 12. i 23. 12), slepom

doktorandu prava (22. 12) i opcijama budućih studenata u pogledu priprema za upis na fakultete (19. 12).

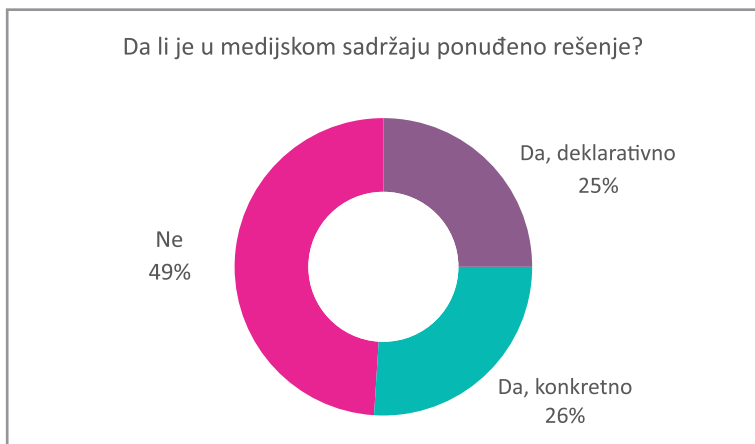
RTS o mladima izveštava na osnovu aktuelnih događaja u 73% slučajeva, prevashodno se baveći situacijom na Kosovu i Metohiji, dok su prilozi čiji je povod bio pseudodogađaj zauzeli petinu korpusa javnog servisa i uglavnom su se ticali podele novčane pomoći mladima. Jedina medijska inicijativa o mladima na RTS-u zabeležena je 13. decembra, kada se govorilo o uvođenju sistema za pronalaženje nestale dece Amber alert (13. 12).

Na televiziji N1 se u čak 83% analiziranih priloga o mladima izveštavalo na osnovu aktuelnih događaja, dok je tek po jedan prilog nastao na osnovu pseudodogađaja ili medijske inicijative. Kao prilog posvećen pseudodogađaju označen je onaj koji saopštava da će beogradska deca iz osnovnih i srednjih škola od grada dobiti vaučere vredne 6.000 dinara (20. 12), dok je medijska inicijativa uočena u prilogu o položaju mladih preduzetnica (13. 12).

Nešto drugačije izveštavao je TV Pink, koji je među TV stanicama imao najmanji procenat priloga koji su nastali na osnovu aktuelnih događaja (58%), a, s druge strane, najveći broj priloga koji su inicirani pseudodogađajima (33%). Ova-ko velikoj zastupljenosti pseudodogađaja, osim niza vesti o novčanoj pomoći mladima, doprineli su i ranije pomenuti prilozi o obnavljanjima ili izgradnji bolnica, fabrika i stadiona. Ovome treba dodati i otvoreno promotivni prilog o podršci kompanije „Koka kola“ profesionalnom razvoju mladih (18. 12), koji podseća na promotivne sadržaje o mladima iz „Informerera“. Pink je emitovao i tri priloga čiji povod su bile medijske inicijative: u jednom od njih mladić predstavlja svoj eksperiment koji dokazuje štetnost korišćenja pirotehničkih sredstava, kroz simulaciju eksplozije petarde u veštački napravljenoj ruci (Pink, 23. 12).

6. Rešenje

Medijski sadržaji u većini slučajeva bave se ukazivanjem na određeni problem. Proaktivno novinarsko delovanje podrazumevalo bi pristup u kojem je, uz opis problema, ponuđeno i određeno rešenje. Za svaku jedinicu analize razmatrano je da li nudi određenu vrstu rešenja za navedeni problem, a ako nudi – da li je to rešenje konkretno ili deklarativno. Potvrdne varijable (*Da, konkretno* / *Da, deklarativno*) označavane su bez obzira na to da li rešenje nudi sâm medij ili neki od citiranih aktera (političar, ekspert, policija...). Ukupno posmatrano, gotovo u polovini sadržaja nije ponuđeno nikakvo rešenje, dok je broj sadržaja s konkretnim i deklarativnim rešenjima ujednačen.



Na portalima „Blic“ i „Mondo“ dominantni su tekstovi bez rešenja (58% / 75%), dok je najmanje tekstova s deklarativnim rešenjima (5% / 6%), koja se – po obrascima iz prethodnih ciklusa istraživanja – često mogu uočiti u tekstovima političkog karaktera, u vidu opštih mesta iz obraćanja nosilaca državnih funkcija.

U svim analiziranim novinama najmanje je bilo tekstova koji nude konkretna rešenja za problem kojim se bave. Dnevni list „Danas“ imao je osam takvih tekstova (24%) u analiziranom korpusu, dok po zastupljenosti prednjače tekstovi bez rešenja (44%), a nešto manje bilo je onih sa deklarativnim rešenjem problema (32%). Velika zastupljenost tekstova bez rešenja može se tumačiti kao odraz visokog učešća kolumni i drugih vrsta komentara čiji su autori težili da proniknu u srž problema o kojima pišu, ali nisu nudili rešenje za njih. Sličan obrazac uočen je i na „Peščaniku“.

S druge strane, u „Informeru“ nailazimo na veći broj tekstova sa deklarativnim rešenjem problema (51%). Dobar primer je tekst objavljen 13. decembra pod naslovom „Tinejdžer (17) autom pokosio devojčicu (15)“ (13. 12), u kom je objašnjeno kako je krivac za nesreću priveden, ali se ne zalazi dublje u problem nasilničke vožnje među mladima, a sem represivnih mera ne nudi se nikakvo realno rešenje za taj problem. U „Večernjim novostima“ najviše je bilo sadržaja koji ne nude nikakvo rešenje (41%), a najmanje je bilo tekstova sa konkretnim rešenjima (27%).

Slični pokazatelji uočeni su i u CIPE, gde su dominirali sadržaji bez rešenja, dok su ih, sem na RTS-u, po zastupljenosti pratili prilozima sa deklarativnim rešenjem problema. Na RTS-u je bilo ubedljivo najviše priloga bez rešenja u odnosu na sve druge televizije (60%). Prilozima sa deklarativnim rešenjima uočeni su u 13% slučajeva, dok je onih sa konkretnim rešenjem bilo dvostruko više. Ilustrativan primer sadržaja bez ikakvog rešenja predstavlja prilog emitovan 12. decembra u kom predsednik Srbije tvrdi da „nastavljamo da se borimo za ostanak i opstanak naše omladine u Velikoj Hoči“ na Kosovu i Metohiji, ali ne nudi (makar ne u citiranom segmentu) nikakvo rešenje za probleme te omladine, niti govori na koji će se način vlast konkretno boriti za njihov *ostanak i opstanak* (12. 12).

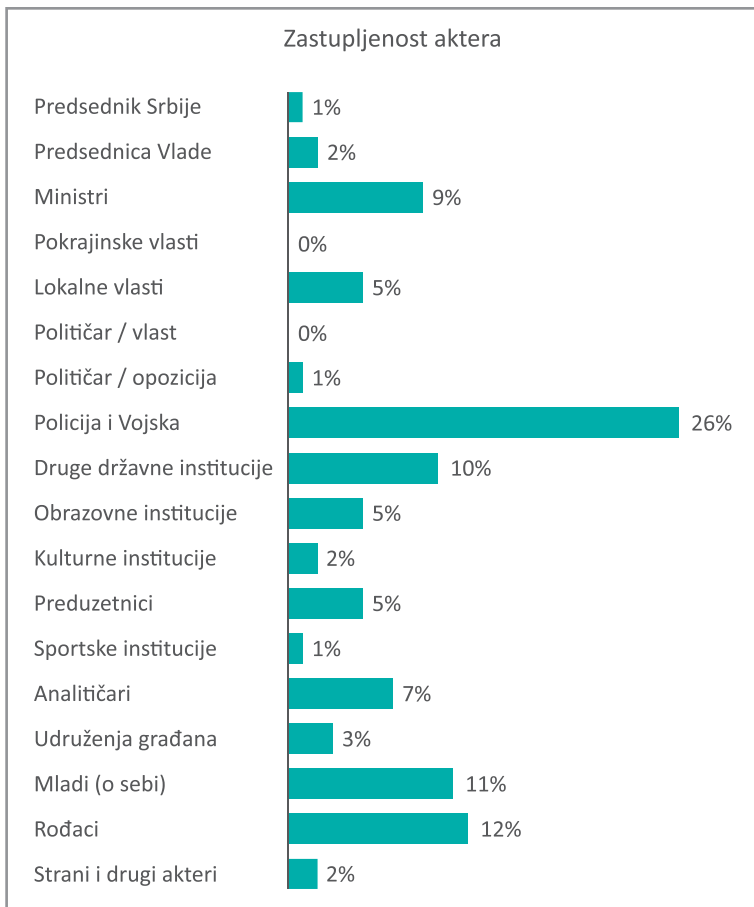
Na televiziji N1 broj priloga sa deklarativnim rešenjem problema i onih bez ikakvog rešenja bio je ujednačen (po 42%), dok je priloga sa konkretnim rešenjem bilo nešto manje (17%). Prilozi sa deklarativnim rešenjima problema uglavnom su se bavili obrazovnim temama, odnosno održavanjem nastave na severu Kosova i Metohije i planiranoj podeli besplatnih udžbenika za đake u Beogradu. Prilozi u kojima nije ponuđeno rešenje bavili su se različitim temama, poput siromaštva među mladima, ali i pisanja tabloida o tome da je sin predsednika Srbije Danilo Vučić spreman da ide na Kosovo.

I televizija „Pink“ je u najvećem broju slučajeva (52%) svojim gledaocima nudila priloge u kojima nema rešenja za problem o kom se govori. Gotovo dvostruko manje (27%) bilo je priloga koji nude deklarativno rešenje, a najmanje onih koji nude konkretno rešenje problema (21%). Prilozi bez rešenja uglavnom su bili iz rubrike crne hronike, ali valja skrenuti pažnju na nekolicinu priloga u kojima su se nudila konkretna rešenja vezana upravo za problem saobraćajnih nesreća, o kojima „Pink“ inače često izveštava bez nuđenja rešenja za problem. Prilog emitovan 13. decembra ponudio je pešacima konkretne savete za izbegavanje nesreća u kojima oni često stradaju (13. 12), dok je prilog emitovan dva dana kasnije bio posvećen predavanju koje je u Šapcu održano mladima o temi čestih saobraćajnih nesreća u tom gradu i rizika koje nosi vožnja pod uticajem alkohola (15. 12).

7. Akteri

Akteri su u posmatranim sadržajima razvrstavani pomoću 18 varijabli, pri čemu dve varijable nijedanput nisu uočene: (1) pokrajinske vlasti i (2) predstavnici vladajućih strana koji nisu na ministarskim i drugim upravnim pozicijama. Ubedljivo najveću zastupljenost zabeležila je varijabla „Poli-

cija i vojska“ (26%), što se takođe može obrazložiti visokim učešćem sadržaja u vezi sa crnom hronikom, gde se mediji oslanjaju na policijska saopštenja i informacije iz bolnica.



U „Blicu“ i na „Mondu“ akteri najčešće pripadaju varijabli „Policija i vojska“ – na oba portala u 36% slučajeva. Na ovaj rezultat, koji je – ponovo – odraz visoke zastupljenosti crne hronike, naslanja se i raspodela ostalih varijabli: nakon policije, subjekti su najčešće mladi koji govore o sebi i dru-

gim mladima, kao i rođaci / prijatelji / susedi koji govore o preminulim, ranjenim i uhapšenim mladim osobama. Četiri petine subjekata na „Peščaniku“ čine analitičari, a preostalu petinu pripadnici obrazovnog sektora.

U analiziranim štampanim medijima o mladima su, osim u listu „Danas“, najviše govorili pripadnici Ministarstva unutrašnjih poslova Srbije, ponovo zbog velikog broja napisa vezanih za nesreće ili zločine u kojima su učestvovali mladi. Ipak, u „Danasu“ se kao najčešći akteri izdvajaju analitičari, upravo zbog već pomenutog velikog broja komentatorskih tekstova koje ovaj medij objavljuje. Analitičari su o mladima u „Danasu“ govorili u 27% slučajeva, a po zastupljenosti ih prate ministri sa 13%. Među njima se posebno izdvojio ministar prosvete Branko Ružić, koji je o mladima govorio u svetlu nasilja u školama i budućnosti upisa na fakultete, a citiran je i ministar finansija Siniša Mali povodom isplate novčane pomoći mladima. Osim ministara i analitičara, više od 10% zastupljenosti među akterima koji su govorili o mladima imale su jedino obrazovne institucije, a upadljivo je mali broj sadržaja u kojima su mladi govorili sami o sebi.

U „Informeru“ su ubedljivo najdominantniji akteri pripadnici policije i vojske, sa 40% učešća. Gotovo svi ovi sadržaji pripadaju tematskom polju crne hronike. Drugo mesto prema zastupljenosti u „Informeru“ dele tri grupe aktera – preduzetnici, rođaci / susedi i svedoci događaja, i ministri – sa po 9%. Mladi su imali 7% zastupljenosti, dok su svi drugi akteri imali 5% učešća ili manje od toga.

I u „Večernjim novostima“ su najčešći akteri bili policija i vojska (24%), ali s nižim učešćem nego u „Informeru“. Druge državne institucije (najčešće sudske vlasti) o mladima su govorile u 15% slučajeva, ministri i obrazovne institucije u 14%, a rođaci, susedi i svedoci događaja u 13% slučajeva. „Novosti“ su se izdvojile i po višem učešću lokalnih vlasti, koje su o

mladima govore u 10% slučajeva. Međutim, radilo se uglavnom o člancima koji promoviraju rad lokalnih vlasti. Izveštavalo se, recimo, o novčanoj pomoći i besplatnim udžbenicima za đake u Beogradu (21. 12 i 20. 12) i u dva navrata o podršci Opštine Stari Grad mladim preduzetnicima (23. 12. i 25. 12).

Kada je reč o televizijama, na RTS-u su najzastupljeniji akteri bili ministri i strani i drugi akteri sa po 18% učešća. O mladima su u tim priložima govorili ambasador SAD Kristofer Hil, specijalni izaslanik SAD za rešavanje kosovskog problema Gabrijel Eskobar i direktorka UNICEF-a u Srbiji Dejana Kostadinova, dok su među ministrima koji su govorili o mladima bili Darija Kisić Tepavčević, Siniša Mali, Goran Vesić i Branko Ružić.

Sličan rezultat zabeležen je i na televiziji N1, gde se kao najčešći akteri koji govore o mladima ističu druge državne institucije (17%), na prvom mestu Vladina Kancelarija za Kosovo i Metohiju. U po dva priloga kao akteri pojavili su se predsednik Srbije, lokalne vlasti, analitičari i udruženja građana.

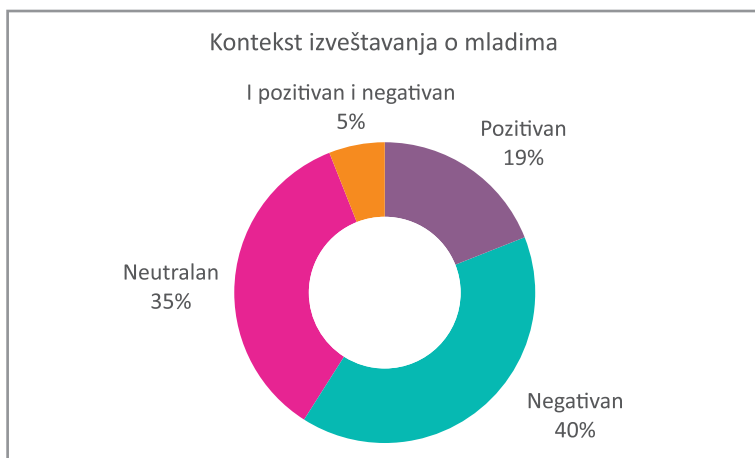
Na Pinku je svaki peti akter pripao varijabli „Policija i vojska“, a slede ih – na drugom mestu – mladi koji govore sami o sebi i udruženja građana sa po 13% zastupljenosti. Mladi su na ovoj televiziji u dva navrata bili akteri u priložima nastalim na osnovu pseudodogađaja – u prilogu o novom stadionu u Leskovcu (19. 12) i o radu u fabrici u Kraljevu (22. 12). Nijedan od drugih aktera koji su govorili o mladima na Pinku nije se pojavio u više od 9% slučajeva.

8. Kontekst i stereotipi

Analiza konteksta u kojima su mladi predstavljeni u medijima verovatno je i najbolji pokazatelj odnosa medija prema ovoj demografskoj grupi. U 40% slučajeva tokom analiziranog perioda kontekst je bio negativan. Sledi neutralan

kontekst (35%), pa pozitivan (19%), a naposljetku „i pozitivan i negativan“ (5%). Skromna zastupljenost posljednje varijable odražava pristup izveštavanja u kom su nijanse i prostor za polemiku veoma retke pojave: akteri i događaji najčešće se prikazuju u crno-belim tonovima, bez preispitivanja i kontekstualizacije.

Udeo sadržaja s pozitivnim kontekstom na portalima „Blic“ i „Mondo“ kreće se oko jedne petine. Najčešći vrednosni predznak na „Blicu“ je negativan (45%), a na „Mondu“ neutralan (38%). „Mondo“ je afirmativno izveštavao o uspešnom učesniku kviza „Potera“ (20. 12), o fudbaleru koji je poginuo u saobraćajnoj nesreći (22. 12), o Srпкиnji sa Forbesove liste najuspešnijih (14. 12), kao i o Obrenovčaninu koji je oborio Ginisov rekord u sklekovima (12. 12). „Blic“ je afirmativno izveštavao o dečku koji je preživeo tri sepse (12. 12), o uštedi energije u Studentskom centru Novi Sad (15. 12), o transrodnoj pevačici koja se takmiči u „Zvezdama Granda“ (17. 12), kao i o studentima prava iz Novog Sada koji su pobedili na takmičenju simulacije suđenja u oblasti zaštite od diskriminacije (23. 12).



U dnevnim novinama o mladima se uglavnom izveštavalo u negativnom kontekstu, što je opet posledica izveštavanja o tragičnim događajima. Među svim analiziranim novinama procenat zastupljenosti sadržaja u kojima se o mladima izveštavalo u negativnom kontekstu najmanji je bio u „Danasu“ (41%). Te novine su o mladima približno jednako izveštavale u negativnom (14 tekstova) i neutralnom tonu (13 tekstova – 38%). „Danas“ je o mladima afirmativno izveštavao u 12% slučajeva, a pozitivan i negativan kontekst u istom tekstu bili su prisutni u 9% slučajeva. U pozitivnom kontekstu mladi su predstavljeni u pričama o njihovom humanitarnom radu (12. 12.) i nagradama koje su osvojili na takmičenjima (15. 12. i 23. 12.).

U „Informeru“ je procentualno najviše analiziranih tekstova bilo obeleženo negativnim kontekstom (59%). Neutralni tekstovi imali su zastupljenost od 20%, a oni napisani u pozitivnom kontekstu 18%. Tek jedan tekst je sadržao i pozitivan i negativan ton. Afirmativni ton prevashodno je uočen u tekstovima koji su inicirani pseudodogađajima vezanim za mlade osobe. U pozitivnom kontekstu pisani su tekstovi o stipendijama za mlade koje daju državne kompanije, ili kompanije usko povezane s državnim strukturama (13. 12, 15. 12, 17. 12), kao i tekstovi u kojima se objašnjava kako država pomaže mladima finansijski ili u potrazi za poslom (17. 12. i 19. 12). Takav je, na primer, bio tekst pod naslovom „Od januara zapošljavamo sto najboljih diplomaca“, u kom ministarka zdravlja Danica Grujičić izražava nadu da će država uložiti napor da zadrži mlade lekare u Srbiji, ali i strah da će „svi otići u Nemačku“ (19. 12.).

Slični rezultati uočeni su i u listu „Večernje novosti“, gde su tekstovi s negativnim kontekstom imali 40% zastupljenosti, a sledili su ih oni u neutralnom tonu (32%). Tekstova napisanih u pozitivnom kontekstu bilo je 20 i imaju 24% za-

stupljenosti, a često su bili posvećeni uspesima i životu srednjoškolaca (12. 12, 14. 12, 23. 12). I „Novosti“ su o mladima izveštavale afirmativno kada se vesti tiču uloge države: od finansijske pomoći, preko pomoći u pronalasku posla, do podele besplatnih udžbenika (17. 12, 17. 12, 17. 12, 19. 12, 19. 12, 20. 12, 20. 12, 23. 12, 23. 12).

Nešto drugačija slika mogla se videti na televizijama, gde su uglavnom dominirali prilozi u kojima se o mladima izveštavalo u neutralnom kontekstu. To pogotovo ilustruje izveštavanje RTS-a o mladima, gde je čak 73% priloga imalo neutralan kontekst. Drugi po zastupljenosti bili su prilozi u kojima se izveštavalo u pozitivnom kontekstu (20%). Oni su uglavnom bili svedeni na izveštaje sa različitih skupova, poput konferencije američkih preduzetnika u Srbiji na kojoj je ambasador SAD u Srbiji Kristofer Hil istakao da „Srbija ima izuzetno talentovane mlade ljude“ (RTS, 13. 12). Zabeležen je samo jedan prilog u kom se o mladima izveštavalo u negativnom kontekstu, i nijedan u kom se izveštavalo i u pozitivnom i u negativnom kontekstu.

I na televiziji N1 dominirali su prilozi u kojima se o mladima izveštavalo na neutralan način (50%). Međutim, nije bilo priloga koji su o mladima govorili isključivo u pozitivnom svetlu. Drugi po zastupljenosti bili su prilozi koji su sadržali i pozitivne i negativne tonove o mladima (33%), a isključivo negativno o mladima se izveštavalo u dva priloga, među kojima je i onaj u kom se govori o napadu mladića na hrvatske glumce u Novom Sadu (20. 12).

Nešto drugačije u odnosu na ostale analizirane televizije izveštavao je jedino „Pink“, na kom su podjednaku zastupljenost od 36% imali prilozi s negativnim i neutralnim tonom. U ove, najdominantnije varijable, svrstavani su uglavnom prilozi koji potiču iz rubrike crne hronike. Pink je u pozitivnom tonu o mladima izveštavao u osam priloga (24%), u duhu

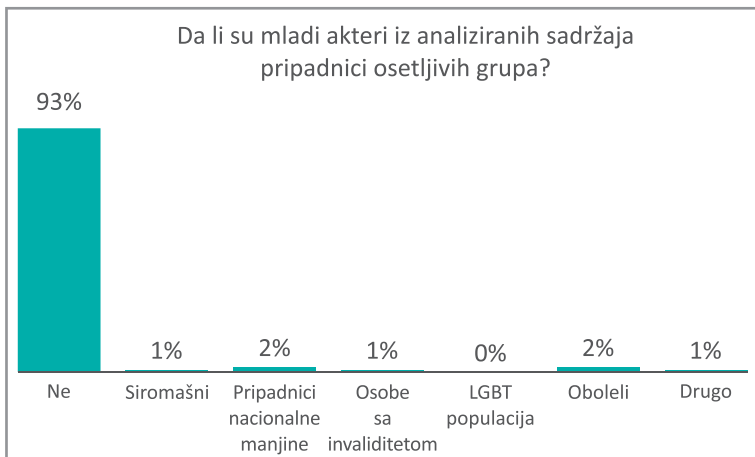
koji je sličan onom iz novina „Informer“ i „Večernje novosti“. U pozitivnom kontekstu o mladima se većinski govori kada se izveštava na osnovu pseudodogađaja. Na Pinku su to bili prilozi o podršci profesionalnom razvoju mladih kompanije „Koka-kola“ (18. 12), novom stadionu u Leskovcu (19. 12), novim uređajima u Kliničkom centru Vojvodine (21. 12), kao i o fabrici Eurotaj u Kraljevu (22. 12).

Ubedljivo najčešći stereotipi vezani za mlade u analiziranom korpusu tiču se nasilnosti i sklonosti kriminalu – od tuča i pljački, preko rasturanja narkotika, do ubistava, ali su takođe zastupljeni i stereotipi u vezi sa promiskuitetom, lenjošću, neobrazovanošću i nedovoljnim nivoom patriotizma. „Informer“ u tekstu pod naslovom „Tate ćerkama za Novu godinu kupuju silikone“ ističe da se „ogroman broj jedva punoletnih devojčica podvrgava estetskim operacijama pred najluđu noć“, kao i da se „devojke ovih dana bukvalno otimaju za termine u klinikama“ (20. 12). U ranije pomenutom prilogu TV „Pink“ izveštavala je o poslednjem obučaru iz Bogatića koji je mladima zamerio to što žele da se obogate „na brzinu“ pa je zato sve manje zanatskih radnji poput njegove (14. 12). O mladima se – kao što je predočeno – izveštava i u pozitivnom kontekstu, ali je tada uglavnom reč o uspešnim, pametnim, jakim i privlačnim *pojedincima*. Tako se, na širem planu, kreira utisak da su mladi po prirodi neodgovorni, nasilni i apatični, a da su uspešni pojedinci samo izuzetak.

9. Pripadnost osetljivim grupama

Za sve mlade aktere uočene u korpusu zabeleženo je da li pripadaju određenoj osetljivoj grupi, a pozitivna varijabla označena je samo ukoliko se akter sam identifikovao kao pripadnik ili pripadnica neke od osetljivih grupa, odnosno ukoliko ga / ju je medij označio na taj način. Kao i prethodnih

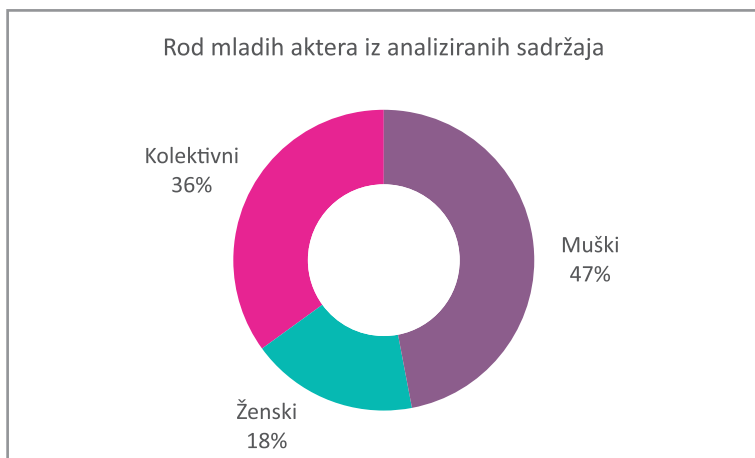
godina, uočljiva je praksa predstavljanja mladih kao homogene grupe.



Nijedna od osetljivih društvenih grupa nije zastupljena u više od 2% korpusa. Mladi pripadnici LGBT+ populacije, recimo, tokom dve nedelje analize nisu bili čak ni usputna tema ni u jednom od analiziranih tekstova ili priloga u novinama i u CIPE. Jedini sadržaj o LGBT+ populaciji objavljen je na portalu „Blica“ pod naslovom „OBOŽAVAM DA NOSIM SUKNJE I ŠTIKLE Transrodna pevačica progovorila o promeni pola: SVE IZNENADILA ODLUKOM!“ (17. 12). Ostavimo li senzacionalistički naslov postrani, tekst je napisan korektno, uz poštovanje rodnog identiteta pevačice, kao i rodno osetljivog jezika. Kada je o osetljivim grupama reč, „Danas“ je izveštavao samo o osobama sa invaliditetom, a „Informer“ i N1 samo o siromašnima. U „Novostima“ su se našli tekstovi o mladima s invaliditetom, obolelima i zlostavljanima, a na Pinku o mladima s invaliditetom, siromašnima i obolelima. U centralnom dnevniku javnog servisa nije uočen nijedan prilog koji tematizuje položaj mladih iz osetljivih grupa.

10. Rod mladih

Poslednji segment analize mejnstrim medija odnosio se na rod mladih aktera zastupljenih u posmatranim sadržajima. Muški akteri su 2,6 puta zastupljeniji od ženskih, dok se kolektivni akteri (grupe, inicijative, timovi, mladi uopšteno) javljaju u nešto više od trećine slučajeva. Iako zastupljenost devojaka varira iz godine u godinu, ni u jednom od istraživačkih ciklusa nije uočena ni približna ravnopravnost.



Devojke ni u jednom od analiziranih medija nisu imale više od 35% zastupljenosti. U listu „Danas“ devojke su se pojavile kao akterke u tek četiri teksta (11%). Dva od ta četiri teksta bavila su se profesionalnim uspesima devojaka, jedan je bio posvećen protestu zbog pogibije devojčice u saobraćajnoj nesreći u Novom Pazaru (15. 12), a jedan mladim stripadžijama i ilustratorima u kom su akteri bili i momci i devojke (12. 12). Kada je reč o „Informeru“, u polovini tekstova u kojima se pojavljuju devojke, akteri su u isto vreme bili i momci. Tekstovi u kojima se devojke samostalno pojavljuju kao akterke bili su posvećeni tragičnim događajima. Kada

se devojke u „Novostima“ pojavljuju kao vodeće akterke u tekstu, uglavnom su žrtve nekog zločina i tragične situacije, pa tako imamo tekstove o smrti dvadesetšestogodišnje majke šestoro dece (13. 12), saobraćajnoj nesreći u kojoj je udarena devojka (20. 12), oboleloj devojci kojoj je potrebna podrška za izlečenje (23. 12)... Devojke su se kao akterke pojavljivale izuzetno retko u TV dnevnicima. U prilogima svih analiziranih televizija pojavile su se ukupno devet puta, a od toga samo šest puta kao jedini mladi akter u prilogu. Najviši nivo učešća devojaka zabeležen je na portalu „Mondo“ (35%), koji je – osim o devojkaama kao žrtvama – često izveštavao i o devojkaama sa estrade i influencerskama, putem tekstova s naslovima „NAJZGODNIJA VODITELJKA KAO MILION DOLARA! Dekolte, perje i ultra kratka suknja“ (12. 12), „ISKEŠIRALA VIŠE OD 27.000 € ZA DVA MODNA KOMADA! Čerka Željka Mitrovića u opuštenom izdanju – U ovome ide u ŠETNJU!“ (12. 12), „Haos! Devojka Sergeja Pajića (19) rodila dete bivšem dečku! Pevač šokiran – “Nisam primetio da je trudna”“ (13. 12)... Dakle, ni na „Mondu“ fokus nije na uspesima mladih devojaka, već na luksuzu, modi i intrigama.

DEO B

– ANALIZA OMLADINSKIH PORTALA

Drugi segment istraživanja podrazumevao je fokusiranu analizu četiri teme na osam omladinskih portala: Megafon, Mingl, Omladinske novine, Oradio, Redakcija, Youth Vibes, Zoomer i Oblakoder. Sprovedena analiza bila je retroaktivnog karaktera i pokrila je sadržaje ovih portala objavljene tokom 12 meseci, tj. od 1. januara do 31. decembra 2022. godine. Budući da analizirani portali nemaju ujednačen sistem arhiviranja, pretraga je sprovedena putem ključnih reči⁶. Postoji šansa da manji broj kompatibilnih sadržaja nije registrovan, ukoliko se u njima ne pojavljuje nijedna od zadatih reči ili fraza, ali se – i uz ovakvo ograničenje – na osnovu prikupljenog korpusa mogu izvesti odgovarajući zaključci.

Aktivizam

Prema KOMS-ovom „Alternativnom izveštaju o položaju i potrebama mladih“ za 2022, broj mladih koji su članovi nekog udruženja ostao isti kao prethodne godine – ima ih tek 18% među anketiranimima. Ipak, u odnosu na prošlu godinu broj mladih koji su učestvovali u protestima povećao se – i

6 Za (1) omladinski aktivizam: aktivista, humanitarna, akcija, prikupljanje, dobrovoljno, nevladina, organizacija, udruženje, dobrotvorno, volonter; Za (2) ekologiju: ekologija, otpad, litijum, reka, hidroelektrana, zagađenje vazduha, životna sredina, protesti, ekolog, trovanje; Za (3) seksualno i rodno zasnovano nasilje: silovanje, femicid, prijavila, napastvovanje, uznemiravanje, prestupnik, neželjeno, gaslajting, proganjati, nasilje; Za (4) mentalno zdravlje: mentalno, anksioznost, depresija, psiholog, terapeut, psihijatar, psihoterapeut, samoubistvo, suicid, stres.

kada su u pitanju protesti koje su organizovale političke partije (14%, u odnosu na prošlogodišnjih 11%), a pogotovo kada je reč o protestima koje su organizovala udruženja građana (46,5%, u odnosu na prošlogodišnjih 26,8%). Iako je procenat ispitanika koji su potpisivali peticije ili narodne inicijative blago opao (sa 78.8% na 75%), to i dalje ostaje najčešća forma aktivističkog delovanja među mladima koji su ispitivani u pomenutom izveštaju. Procenti su porasli i kada govorimo o volontiranju mladih. „Alternativni izveštaj“ pokazuje da je gotovo polovina ispitanika nekad volontirala ili trenutno volontira (48%) što je značajan skok u odnosu na prethodnu godinu, kada je na isto pitanje potvrdno odgovorila petina anketiranih. Štaviše, ovogodišnji izveštaj beleži i značajano uvećanje procenta mladih koji znaju za Zakon o volontiranju i Zakon o mladima. Dok je za prvi zakon prošle godine znalo tek 16% mladih, ove godine je taj procenat porastao na 36%, a u slučaju Zakona o mladima udeo pozitivnih odgovora porastao je sa 18% na čak 41%.

Izveštaj KOMS-a pruža i nekoliko preporuka vezanih za unapređivanje aktivizma mladih. Među njima su: prioritizovanje procesa izmene Zakona o volontiranju tako da uspostavlja podsticajno okruženje za volonterske aktivnosti, kreiranje mera za promociju aktivizma, unapređivanje kapaciteta organizacija mladih i za mlade i uspostavljanje povoljnijeg ambijenta za volontiranje mladih. Kvantitativno-kvalitativna analiza sadržaja mejnstrim medija o mladima pokazala je da se o aktivizmu i volontiranju mladih gotovo i ne govori u tim glasilima, a kakvu sliku po tom pitanju srećemo na omladinskim portalima predstavice u segmentu istraživanja koji sledi.

Megafon. Omladinski portal „Megafon“ sa sedištem u Nišu je, uz još jedan niški portal – „Redakcija“, glasilo koje je među svim analiziranim portalima objavilo najmanje sadržaja

vezanih za omladinski aktivizam ili volontiranje u prethodnoj godini. Pretragom po definisanim ključnim rečima došli smo do 15 tekstova ovog portala posvećenih aktivizmu i/ili volontiranju, a oni su se u većini slučajeva svodili na pozive za učešće u humanitarnim akcijama, na konkursima ili izveštaje sa konferencija i skupova. Međutim, treba skrenuti pažnju na kvalitetnu inicijativu portala „Megafon“, nastalu u okviru projekta „Imaš kome da se obratiš“, kroz koju su publici predstavljane različite organizacije koje se bave aktivizmom. Analiza je obuhvatila tekstove u kojima su kroz ovaj projekat predstavljene organizacije „Nauči me“ (unapređivanje obrazovanja u Srbiji), „Centar za devojke“ (prava žena), „Kancelarija za mlade“ i Udruženje mladih sa invaliditetom „Kišobran“. Takođe, uz sve analizirane tekstove ovog serijala čitaocima su priloženi i kratki video sadržaji o udruženjima, što se može smatrati dobrom praksom. Osim ove, treba istaći i inicijativu „Megafona“ povodom meseca podizanja svesti o spinalnoj mišićnoj atrofiji: objavljen je tekst u kom je iz ličnog ugla objašnjeno zašto je potreban neonatalni skrining (13. avgust). Primetan je izostanak tekstova koji bi se aktivizmom među mladima bavili na analitičan način. Tekstovi portala „Megafon“ o omladinskom aktivizmu ne zalaze dublje u analizu tog fenomena među mladima, već se prevashodno bave njegovom promocijom kroz predstavljanje različitih aktivnosti, događaja i samih organizacija koje se bave aktivizmom.

Mingl. Portal Beogradske otvorene škole „Mingl“ temom omladinskog aktivizma bavi se na analitičan način, kroz tekstove u kojima se – osim promocije aktivista i aktivističkih organizacija – prenose i njihova iskustva i postavljaju bitna pitanja vezana za aktivistički rad. Dobar primer takvog teksta je intervju sa aktivistkinjom Marijom Ratković, koja godinama ulaže napore u to da alarmira javnost u vezi sa važnošću HPV vakcina (3. mart). Takođe, valja napomenuti da u ana-

liziranim tekstovima portala „Mingl“ nailazimo i na one koji se bave aktivizmom i izazovima mladih pripadnica osetljivih grupa. Takvi sadržaji su prava retkost u mejnstrim medijima, zbog čega ovakva inicijativa portala „Mingl“ još više dobija na težini. „Mingl“ je, u tom svetlu, objavio tekstove koji se bave bezbednošću i privatnošću LGBT+ zajednice na internetu (25. februar), „trnovitim putem Roma do fakultetskih diploma“ (18. avgust), ali i tekst koji postavlja pitanje „Gde je omladinski rad u radu sa mladima iz osetljivih grupa?“ (1. mart). „Mingl“ je nastavio da edukuje mlade o bitnim pitanjima iz sfere aktivizma i političke participacije, što je bio ključak i prethodne kvalitativne analize ovog portala. U tekstu pod naslovom „Kako izgleda važeći glasački listić?“ ovaj portal teži da edukuje mlade o izbornom procesu i njihovim zagarantovanim, zakonskim pravima (15. mart). Pred izbore održane 3. aprila 2022. godine portal se analitički bavio političkom participacijom mladih (22. februar), ali i promovisao izlazak na izbore, s težnjom da mladima objasni zbog čega je njihov glas važan (24. mart). Kao manjkavost, uočena i u prethodnom ciklusu, može se izdvojiti to što nijedan od analiziranih tekstova nije sadržao bilo kakav vizuelni / multi-medijalni element sem fotografije, što ove, inače kvalitetne, sadržaje može učiniti manje atraktivnim za mlade.

Omladinske novine. Portal „Omladinske novine“ o aktivizmu mladih u najvećem broju slučajeva izveštavao je kroz pozive na seminare, manifestacije, akcije ili konkurse. Primetno je često preuzimanje sadržaja sa Infostudovog portala Startuj.com, koji pruža informacije o aktuelnim stipendijama, prilikama za studije u inostranstvu, praksama i poslovnim angažmanima za mlade. Iako su i drugi analizirani portali dosta pažnje posvećivali pozivima na događaje koji se na neki način tiču omladinskog aktivizma, „Omladinske novine“ predstavljaju pravu bazu takvih tekstova, sa više od 20 sadr-

žaja koji pozivaju na razne vrste akcija – od akcija čišćenja, preko humanitarnih akcija, do poziva za volontiranje ili učešće na seminarima koji se bave unapređivanjem aktivizma. Znatno manji broj tekstova ovog portala na analitičan način se bavio temom aktivizma ili volontiranja. Ipak, вреди istaći objavu pod naslovom „Zašto je volontiranje važno?“, u kojoj se ističu prednosti volontiranja, a mladima se na primeren način objašnjava zbog čega je ova vrsta dobrovoljnog rada bitna i za njih, ali i za njihovo okruženje (31. avgust). Pored ovog teksta, treba pomenuti i intervju sa aktivistkinjom za rodnu ravnopravnost Tamarom Banjac, u kom se promoviše njena organizacija „Irida“. Ono što ovaj intervju čini posebno vrednim jeste fokusiranost na reakciju javnosti na delovanje same organizacije. U čak tri različita pitanja novinarka pokušava da dođe do odgovora na to kako javnost percipira jednu organizaciju koja se bavi rodnom ravnopravnošću i ima li razlika u reakcijama urbanog i ruralnog stanovništva:

- „Koji od Iridinih projekata je okruženje najbolje prihvatilo?“
- „Na kakve komentare ste nailazili prilikom akcije lepljenja plakata na objektima u gradu i prigradskim naseljima? Postoji li razlika između reakcija stanovnika grada i prigradskih naselja?“
- „Koliko su Iridine filmske pričaonice dopirale do svesti gledalaca, odnosno, koliko su gledaoci postajali svesniji ozbiljnosti ove teme i zastupljenosti nasilja u našem društvu?“ (Omladinske novine, 13. januar)

Kao i u prethodnoj kvalitativnoj analizi tekstova „Omladinskih novina“, ni u ovom ciklusu nisu uočeni multimedijalni sadržaji u tekstovima posvećenim aktivizmu. Prostora za napredak ima i u kreiranju originalnih, analitičkih sadržaja vezanih za aktivizam mladih i volontiranje.

O radio. Analiza novosadskog portala „O radio“, koji funkcioniše u sklopu pokrajinskog javnog medijskog servisa, i ove godine pokazala je kako se ovaj medij aktivističkim temama bavi na analitički način, pokrivanjem različitih aspekata teme, edukacijom mladih o aktivizmu, ali i direktnim pozivima na akciju. Dobar primer analitičkog pristupa temi aktivizma među mladima jeste tekst objavljen krajem oktobra prošle godine pod naslovom „Supa na ‘Suncokretima’ je promašen aktivizam“, u kom stručnjaci iz oblasti kulture komentarišu poteze ekoloških aktivista koji su po slikama Van Goga i Kloda Monea prolili supu i pire krompir (27. oktobar). Ovaj, kao i mnogi drugi tekstovi objavljeni na portalu „O radija“ sadrže i link ka podkastu u trajanju od oko 30 minuta u kom se tema iz teksta razmatra još dublje, što doprinosi atraktivnosti sadržaja i omogućava publici koju je tekst zainteresovao da o njoj čuju još više. Da „O radio“, osim toga što se analitički bavi temom aktivizma u isto vreme i edukuje mlade, pokazuje nam tekst objavljen u junu, u kom aktivisti i novinari mladima ali i svim drugim zainteresovanim čitaocima objašnjavaju „Šta je važno znati pre odlaska na proteste“ (20. jun). Na „O radiju“ nije manjkalo ni direktnih poziva na akciju, a oni se ne svode isključivo na konkurse, konferencije ili seminare. U tekstu „Petnaest minuta našeg vremena može spasiti tri života“ mladi davaoci krvi, ali i lekari, objašnjavaju zašto je doniranje krvi važno i pružaju uvid u sâm proces i tako popularizuju ovu važnu temu (15. mart). Osim toga, „O radio“ u svojim tekstovima često nudi i rešenja za probleme mladih. To, na primer, uočavamo u tekstu „Garancije za mlade smanjile bi njihovu nezaposlenost“, koji osim iskustava mladih na trnovitom putu do zaposlenja pruža uvid i u dokazano učinkovitu evropsku praksu garancija za zapošljavanje mladih, to jest „šemu koja podrazumeva saradnju različitih aktera: od poslodavaca i predstavnika biznis sektora, preko

nacionalnih službi za zapošljavanje, do omladinskih organizacija civilnog društva” (10. mart). Uz ovo, „O radio“ pruža pažnju i mladim aktivistima u nastojanju da kroz njihov primer popularizuje aktivističko angažovanje. Jedan od primera takve prakse ilustrovan je u intervjuu sa šesnaestogodišnjim aktivistom iz Nadalja kraj Bečeja Uglješom Surdučkim, sa kojim je novinarka Oradija pričala o njegovom aktivističkom putu, omladinskoj politici, ali i aktivizmu u lokalnoj zajednici (12. septembar).

Redakcija. Omladinski portal koji je najmanje od svih analiziranih portala izveštavao o temi aktivizma bio je portal nevladine organizacije „Azbuki”, „Redakcija“. Pretragom sadržaja po definisanim ključnim rečima došli smo do samo pet tekstova koji su 2022. godine na ovom portalu tematizovali aktivizam. Dva teksta pozivala su na humanitarne akcije, dva su predstavljala poziv na događaje nevladinih organizacija, a jedan je bio posvećen organizaciji „Asocijacija za afirmaciju kulture”, koja je u tom trenutku bila u potrazi za novim članovima svog tima.

Youth vibes. Na portalu „Youth vibes“ tema aktivizma bila je veoma zastupljena: o njoj se govorilo i kroz informativne i kroz analitičke tekstove, a pojedine objave obogaćene su audiovizuelnim sadržajima. Na ovom portalu ističu se izveštaji sa različitih protesta, a „Youth vibes“, bez obzira na to što mu je sedište u Nišu, izveštava i sa događaja izvan ovog grada, na primer o protestu pod nazivom „Narod protiv trovača” koji se novembra 2022. godine održao u Beogradu. Izveštaj je fokusiran na mlade učesnike protesta i ispituje njihove motive za protestovanje, a obogaćen je i video-reportažom (13. novembar). Na isti način izveštavano je i sa feminističkog protesta koji je oktobra 2022. održan ispred redakcije tabloida „Informer“ zbog objavljivanja intervjua sa

višestrukim silovateljem (2. oktobar). Osim aktivista, akteri u tekstovima portala „Youth vibes“ uvek su i mladi koji učestvuju u protestima, što doprinosi popularizaciji aktivizma među omladinom kroz lične primere. Da se teme od značaja za omladinski aktivizam promatraju analitički na portalu „Youth vibes“ pokazuje nam tekst pod naslovom „Prve dve nedelje kampanje: Koliko i kako se političari obraćaju mladima?“, objavljen tokom predizborne kampanje. Tekst se oslanja na monitoring predizborne kampanje Krovne organizacije mladih Srbije i pomaže mladima da bolje shvate predizborne strategije stranaka usmerene ka njima (4. mart). Portal „Youth vibes“ bavi se i aktivističkim temama koje su u drugim medijima manje zastupljene, pa je novembra 2022. objavljen tekst o međunarodnom danu muškaraca, u kom novinarka odgovara na pitanje zašto je „zapravo važno jednako se baviti pravima muškaraca i pravima žena“ (19. novembar). Končno, „Youth vibes“ se bavi i popularizacijom volontiranja: u tekstu povodom međunarodnog dana volontera prenosi iskustva različitih mladih volontera i volonterki koji, svaki na svoj način, opisuju zbog čega je dobrovoljni, besplatan rad važan, ali i zanimljiv (5. decembar).

Zoomer. Portal „Zoomer“ je, uz „Oblakoder“, medij koji je objavio najviše tekstova posvećenih omladinskom aktivizmu i volontiranju – više od 50 tokom 2022. godine. „Zoomer“ se ovom temom bavio iz različitih uglova, uz obilje multimedijalnih sadržaja u vidu reportaža sa događaja ili serijala. Među serijalima vredni pomenuti emisiju „Nova škola“, koja je nastala u okviru projekta „Future4Youth“ i podrazumeva niz video-sadržaja različitog trajanja u kojima stručnjaci ali i mladi govore o temama poput obrazovanja utemeljenog na životnim veštinama, rodne ravnopravnosti, seksualnog obrazovanja i nasilja. „Zoomer“ je, takođe, jedan od retkih omladinskih portala koji se temom aktivizma bavio i u globalnom

smislu, donoseći priče o životu, problemima i radu aktivista iz različitih krajeva sveta. Govorilo se o aktivistkinji koja je na filmskom festivalu u Kanu izvela performans, pokušavajući da skrene pažnju na ratna silovanja u Ukrajini (25. maj), o ukrajinskim, ruskim i beloruskim aktivistima koji su osvojili Nobelovu nagradu za mir (7. oktobar) i o LGBT+ aktivistkinji Sereh koja je osuđena na smrt u Iranu (31. oktobar). „Zoomer“ posebnu pažnju daje upravo LGBT+ zajednici, njenim problemima, ali i događajima koje organizuje. Tako je na ovom portalu objavljen detaljan vodič kroz Europrajd koji je u Beogradu održan septembra 2022, a potom se i izveštavalo sa tog događaja. „Zoomer“ LGBT+ zajednici ne pridaje pažnju samo tokom ove manifestacije. Februara 2022. ovaj portal objavio je priče o profesorima kao nemim saučesnicima u nasilju nad LGBT+ učenicima, to jest o slučajevima iz Vranja u Srbiji i Strumice u Severnoj Makedoniji, gde profesori LGBT+ učenicima nisu pružili adekvatnu zaštitu od fizičkih i verbalnih napada vršnjaka (7. i 8. februar). I „Zoomer“ je među portalima koji su težili da tokom predizborne kampanje mladima približe izborni proces i edukuje ih o njihovim pravima. U tekstu pod naslovom „Sve što treba da znaš ako prvi put glasaš“ objavljenom desetak dana pred izbore mladima se objašnjava šta treba da učine pre samog glasanja, šta ih čeka na biračkom mestu, za šta se tačno glasa i zašto je glasanje bitno (23. mart). Uz to, „Zoomer“ je objavio i nekoliko tekstova u kojima je promovisao akciju pod nazivom „Ide glas“, fokusiranu na promociju glasanja među mladima. Valja napomenuti i to da je portal „Zoomer“ izveštavao o aktivizmu i kroz intervju sa poznatim aktivistkinjama, poput Aide Ćorović, Ivane Milenković Popović ili Andrijane Radoičić Nedeljković. Takođe, ovo je jedan od retkih omladinskih portala koji je govorio i o aktivizmu u smislu aktuelnog rata u Ukrajini, teme koja je svakako obeležila 2022. godinu. Osim priče o aktivističkom performansu na filmskom festivalu u Kanu,

treba u tom smislu pomenuti da je „Zoomer“ izvestio i o početku dijaloga mladih iz Ukrajine i Srbije (26. maj), kao i da je pokrenuo serijal „Ukraine now“, posvećen ratu u Ukrajini, a koji je dostupan i u video-formatu.

Oblakoder. Sa 60 tekstova koji su u okviru pretrage po ključnim rečima svrstani u korpus, „Oblakoder“ je portal koji je najviše izveštavao o aktivizmu među svim analiziranim portalima. Više od četvrtine analiziranih tekstova bavilo se feminizmom, pravima žena, nasiljem nad ženama i femicidom. Feminističkim temama „Oblakoder“ se bavio na informativnom nivou, kroz pozive na događaje i kroz izveštavanje sa njih, ali i analitički, kao u tekstu pod naslovom „Čija su naša tela?“, koji je za ovaj portal napisala aktivistkinja organizacije „Ženska solidarnost“ Jelena Riznić, a koji se bavi bitkom za pravo na abortus u 21. veku (30. maj). Još jedan tekst koji se bavi pravima žena, a koji treba istaći, govori o 25. slučaju femicida u Srbiji tokom 2022. godine i opravdano u naslovu postavlja pitanje „Ko štiti žene?“, skrećući pritom pažnju na nesavesno izveštavanje medija o femicidu (5. oktobar). Osim ove teme, „Oblakoder“ je u više navrata promovisao rad organizacije „Solidarna kuhinja“, koja se bavi obezbeđivanjem obroka za siromašne. Iako se ne može reći da se ovaj portal temom siromaštva bavio jednako analitički kao temom rodne ravnopravnosti, vredi istaći tekst koji je nastao povodom međunarodnog dana svesti o gubitku i rasipanju hrane, gde autorka iznosi poražavajuće podatke o ovom fenomenu u Srbiji, a zatim ukazuje na rad organizacija koje se bave sprečavanjem bacanja viška hrane i prikupljanjem namirnica za siromašne (29. septembar). „Oblakoder“ se takođe bavio aktivističkim događajima vezanim za životinje. U tekstu objavljenom krajem oktobra prošle godine predstavljen je humanitarni događaj „Pu spas za sve nas“, čiji je cilj bio prikupljanje sredstava za životinje iz azila u Draževcu (27.

oktobar). Takođe, promovisana je peticija koja je pokrenuta kao vid podrške da se Opština Smederevska Palanka tuži zbog nedavnog ubistva psa iz vatrenog oružja (19. oktobar). „Oblakoder“ se dosta bavio i ekološkim temama, o čemu će kasnije biti više reči. Osim vesti i izveštaja sa događaja, portal „Oblakoder“ najviše baštini formu intervjua i komentara, a sadržaji ovog portala često su bili opremljeni i video-snimcima (ne originalnom produkcijom ovog portala, već postojećim sadržajima sa interneta koji se bave temom teksta). Oblakoder se bavio i temom volontiranja, ali uglavnom kroz pozive mladima da se priključe volonterskim akcijama na raznim manifestacijama.

Ekologija

Ekološki aktivizam u Srbiji dobija na popularnosti krajem 2021. godine, a različiti protesti, skupovi i manifestacije s ovom tematikom nastavili su se i tokom 2022. Kao što je već rečeno, rezultati „Alternativnog izveštaja o položaju i potrebama mladih“ za 2022. pokazuju veliki skok broja ispitanika koji su učestvovali na protestima u organizaciji udruženja. Za to su verovatno „zaslužni“ ekološki protesti, s obzirom na to da isti izveštaj pokazuje kako je u političkom smislu najbitnija tema za mlade upravo životna sredina. U narednom segmentu istraživanja kroz kvalitativnu analizu sadržaja sagledaćemo kako su omladinski portali izveštavali o ekološkim temama.

Megafon. Portal „Megafon“ o ekološkim temama tokom 2022. godine izveštavao je prilično retko. Tek pet tekstova ušlo je u analizu na osnovu pretrage definisanih ključnih reči. Ti tekstovi uglavnom su se bavili događajima sa ekološkom tematikom, poput predavanja pod nazivom „Sadimo zajedno“ u jednoj od nižih osnovnih škola, ili pozivima za

učešće u konkursima vezanim za razvijanje ekoloških projekata. Nije primećen nijedan tekst koji se ekologijom bavio na analitički način.

Mingl. Znatno veći broj tekstova o ekološkim temama objavljen je na portalu „Mingl“. Ovaj medij je svoje čitaoce često pozivao na ekološke manifestacije i na učešće u konkursima čija tematika je u određenoj vezi s ekologijom, ali je isto tako donosio sadržaje koji teže da edukuju mlade o ekologiji – o opštim ekološkim terminima, ali i o specifičnim, manje poznatim pojavama vezanim za ovu temu. Primer dobre prakse predstavlja tekst objavljen marta 2022. godine pod naslovom „Vazduh koji oduzima dah“, koji čitaoca uvodi u priču o zagađenju vazduha kroz lični primer dvadesetšestogodišnje Beograđanke kojoj se nakon više godina vratila astma. Tekst nas potom vodi kroz niz podataka o zagađenju vazduha u Beogradu, a ilustrovan je infograficima koji atraktivnije predstavljaju ove pokazatelje. Takođe, u tekst je inkorporiran link ka Instagram rilsu (reels) koji pruža dodatnu ilustraciju priče o zagađenju u Beogradu (10. mart). Još jedan tekst koji vredi istaći u naslovu postavlja pitanje „Šta je plogging?“, čitaocima je ovim putem predstavljena rekreativna aktivnost koja podrazumeva kombinaciju džogiranja i skupljanja otpada. „Lepo i korisno zvuči, zar ne?“, navodi autor (10. mart). Tekst pod naslovom „Mali koraci za pojedince – veliki za čist vazduh“, usmeren ka osnaživanju ekološkog entuzijazma, počinje sledećim pasusom:

„Hej, sigurno si čuo/čula da je Beograd među najzagađenijim prestonicama na svetu? Nažalost, i u drugim gradovima u Srbiji, vazduh je lošeg kvaliteta. Da li i mi kao pojedinci ili članovi grupe možemo uticati da se zagađenje vazduha smanji?“ (Mingl, 23. mart)

Kroz neformalan pristup autorka ovog teksta pokušava da dopre do mladih, govoreći „na njihovom jeziku“, a u kasnijem delu teksta pruža korisne ekološke savete za smanjenje zagađenja i veću energetska efikasnost. Slično je i u tekstu pod naslovom „Energetska efikasnost: Šta možeš ti da uradiš?“, kojim je „Mingl“ obeležio Svetski dan energetske efikasnosti. Tekst pruža nekoliko saveta vezanih za štednju električne energije, transport i grejanje prostorija (5. mart).

Omladinske novine. Slično su o ekološkim temama izveštavale i novosadske „Omladinske novine“, premda je na ovom portalu ipak nešto veći fokus bio na izveštavanju sa akcija čišćenja grada i okolnih mesta. Tako su „Omladinske novine“ prvo pozvale na akciju čišćenja Bećarca (14. septembar), a zatim svoje čitaoce izvestile o rezultatima akcije (29. septembar). U sličnom maniru ovaj portal izveštavao je i čišćenju obale Dunava u Futogu (7. jul), kao i o čišćenju Almaškog kraja u Novom Sadu (28. april). Međutim, u nekoliko tekstova „Omladinske novine“ pristupile su ekološkim temama i na analitički način, pri čemu se izdvajaju tekstovi pod naslovom „Plastika u morima i okeanima utiče na sve nas“ (5. jun) i „Zaštita životne sredine i njen značaj: Podizanje ekološke svesti kod mladih“ (28. septembar), u kojima se dublje analiziraju uzroci i posledice zagađenja različitih vrsta, kao i značaj borbe za zdravu okolinu. Valja pomenuti i tekst objavljen početkom juna 2022. godine o projektu koji je osvojio prvo mesto na hakatonu čija je tema bila „Zelena mobilnost – inovacije za zdraviju sredinu“. „Suština projekta jeste da se deca osnovnoškolskog uzrasta informišu o tome šta i na koji način reciklirati kroz mobilnu aplikaciju – igricu koju bi igrali tokom samog učenja“, objašnjava jedna od kreatorki pobedničkog projekta u tekstu „Omladinskih novina“.

Jedina zamerka „Omladinskim novinama“ u smislu izveštavanja o ekološkim temama mogla bi se uputiti na račun nedostatka bilo kakvih multimedijalnih formi koje bi dopunjavale tekstualne sadržaje.

O radio. Omladinski portal pokrajinskog javnog medijskog servisa ubedljivo se najviše posvetio temi ekologije među svim analiziranim medijima za mlade. U gotovo 50 tekstova koji su svrstani u korpus ovaj portal bavio se širokim spektrom ekoloških tema, redovno konsultujući relevantne stručnjake, ali i mlade osobe – kako aktiviste, tako i omladinu koja nije direktno vezana za ekološki aktivizam. Okosnicu izveštavanja o ekološkim temama na „O radiju“ predstavlja emisija „Eko linija“, koja je publici dostupna za odloženo slušanje, dok su ključni momenti iz svake epizode pretočeni u članak. Za razliku od drugih portala, „O radio“ se potrudio da pokrije maltene sve ekološke teme, pa su njegovi pratioci tokom prošle godine bili u prilici da čitaju ili slušaju i o zagađenju vazduha (7. februar), zagađenju vode (13. jun), zagađenju zemljišta (3. avgust), o manje poznatim ekološkim fenomenima poput digitalnog zagađenja (3. novembar), pa i svetlosnog:

“Najlakše je reći da svetlosno zagađenje obuhvata sve ono negativno što dolazi od uličnog osvetljenja. Ne možemo reći da je svako veštačko osvetljenje loše – ono koje koristimo da se krećemo po ulicama u noćnim satima, koje koristimo dok čitamo i radimo je korisno. Međutim, kada preteramo sa osvetljenjem, bude previše blještavo ili nam ide u oči dok se krećemo po ulici ili su to reklame koje se brzo smenjuju ili preintenzivno svetlo u sobama neodgovarajuće temperature zračenja. To je svetlosno zagađenje” (O radio, 12. 12)

Ovako jedna od konsultovanih ekspertkinja objašnjava šta je svetlosno zagađenje u tekstu „O radija“. Osim toga, ovaj medij izveštavao je o novim trendovima u oblasti ekologije, recimo, u priči o ribi-robotu koja u jednom engleskom jezeru skuplja mikroplastiku (21. novembar). Uz sve to, „O radio“ je, poput drugih portala, pozivao na akcije čišćenja i druge manifestacije, konkurse i događaje vezane za ekologiju, a bavio se ekološkim temama i u fenomenološkom smislu, pišući, recimo, o ekološkim navikama građana (31. januar) ili o klimatskim promenama kao o „alarmantnom i gorućem problemu“ (12. jul). Konačno, „O radio“ se bavi i institucijama zaduženim za ekološka pitanja, pa promatra da li je javno preduzeće „Srbijašume“ *dželat ili zaštitnik životne sredine*, nakon što ga je Vlada Srbije proglasila za energetska preduzeće uprkos tome što se radi o kompaniji čiji je posao očuvanje i nega šumskih ekosistema (26. maj). Profesionalan pristup i širok spektar pokrivenih ekoloških tema „O radio“ stavljaju na neprikosnoveno prvo mesto u pogledu izveštavanja o ekološkim temama među omladinskim portalima.

Redakcija. Potpuno suprotnu sliku uočili smo na portalu „Redakcija“, gde pretraga putem ključnih reči i fraza nije dala nijedan rezultat. Primetili smo da je portal „Redakcija“ ranije izveštavao o ekološkim temama, ali u 2022. nijednom.

Youth vibes. Ovaj omladinski portal izveštavao je relativno ograničeno o ekološkim temama. Premda je plasirao više sadržaja od portala „Redakcija“ i „Megafon“, „Youth vibes“ se temom ekologije bavio uglavnom kroz izveštavanje sa ekoloških protesta i pozivanjem na njih. Objavio je i dva intervjua u hibridnoj formi koji su se ticali ekologije. Sagovornici su bili aktivista organizacije „Kreni promeni“ Savo Manojlović, koji je govorio o ulozi mladih na protestima (1. februar), kao i samostalna ekološka aktivistkinja Milica Adamović, koja

je govorila o vezi ekologije i mentalnog zdravlja, postavljajući pitanje „da li ste eko-anksiozni?“ (24. januar). Među ostalim tekstovima koji su tematizovali ekološka pitanja pažnju privlači komentar pod naslovom „Mladi na blokadi – godinu dana kasnije“, u kom autorka iznosi svoje stavove o ulozi mladih u ekološkim protestima, kao i o njihovim motivima za veće angažovanje po tom pitanju (4. decembar).

Zoomer. Portal „Zoomer“ je o ekološkim temama izveštavao s fokusom na veze između politike i ekologije. Poseban akcenat stavljen je na pitanje eksploatacije litijuma, koje je i inače bilo među glavnim ekološkim temama u prethodnoj godini. O litijumu je portal „Zoomer“ razgovarao, između ostalih, i sa opozicionim političarem, predstavnikom zeleno-leva koalicije u parlamentu Nebojšom Zelenovićem, koji je za taj portal poručio da ćemo *više zaraditi od žita nego od litijuma* (13. mart). Da se saga o Rio Tintu i izgradnji rudnika litijuma u centralnoj Srbiji ipak nastavlja, uprkos tvrdnjama vlasti o obustavljanju projekta, „Zoomer“ je pisao marta 2022, napominjući da „stanovnici Gornjih Nedeljica i okolnih sela javljaju da viđaju razne istraživače i ostale uposlenike Rio Tinta“, pa da se zato „borba nastavlja, na različitim frontovima“ (21. mart). O litijumu i kompaniji Rio Tinto novinari „Zoomera“ pisali su i u formi komentara, pod naslovom „Milijarde Rio Tinta, za čije babe zdravlje?“. U tom tekstu se na prilično slobodan način razmatraju stavovi o eksploataciji litijuma:

„Ne kažem da nije trebalo “proterati” Rio Tinto, trebalo je. Treba svu gamad isterati, svakog zagađivača. Iskreno se zalažem za progon svih koji uništavaju ovu zemlju. Ali moramo znati cenu svih naših akcija. Svaka akcija ima jednaku reakciju, zar ne?“ (Zoomer, 21. januar)

Primetno je da se „Zoomer“ bavi i akcijama ekoloških aktivista u manjim mestima u Srbiji. Ovaj portal izveštavao je, recimo, o borbi protiv kamenoloma u Kosjeriću (8. oktobar) i o događaju posvećenom spasavanju reka u blizini Kraljeva (5. oktobar). Takođe, „Zoomer“ o ekologiji izveštava i kroz primere pozitivne prakse, kao u tekstu pod naslovom „Kako građani spasavaju životnu sredinu“, gde je predstavljeno više organizacija koje se bave čišćenjem prirode od otpada i drugim ekološkim aktivnostima (15. april). Primetno je da se portal „Zoomer“ ekološkim pitanjima znatno češće bavi ukazivanjem na postojeće probleme i akcije ekoloških udruženja, nego u širem, fenomenološkom ili naučnom smislu. Tekstovi „Zoomera“, u poređenju sa sadržajima drugih omladinskih portala, najdirektnije predočavaju politički kontekst ekoloških tema.

Oblakoder. Portal „Oblakoder“ je, uz portal „O radio“, medij koji je najviše izveštavao o ekološkim temama među svim analiziranim omladinskim glasilima. „Oblakoder“ se tokom prošle godine najviše bavio zagađenjem vazduha, a to je u ovoj godini krunisano filmom nazvanim „Pazi vazduh“, kojim se ipak nećemo detaljnije baviti s obzirom na to da je analiza ograničena na 2022. godinu. Među tekstovima o zagađenosti vazduha ističu se oni nastali u saradnji sa organizacijom RERI. U jednom od njih ispituje se „koliko urbanizam i saobraćaj utiču na zagađenost vazduha u Beogradu“, a tekst je opremljen infograficima i ilustracijama koje doprinose estetskoj privlačnosti i boljem razumevanju sadržaja. Autorka teksta čitaocima uvodi u priču molbom da zamislimo putovanje vremeplovom u Beograd 2041. godine, skrećući nam potom pažnju na to da „Beograd ionako u poslednjih nekoliko godina više liči na gradilište“. Tek nakon ovog uvoda autorka nam predstavlja pravu temu teksta sledećim pasusom:

*„Više stambenog i poslovnog prostora znači i veću gustinu naseljenosti, porast broja stanovnika dovodi i do veće potrebe za dnevnim migracijama, saobraćajne gužve postale su deo svakodnevice Beograđana, što u konačnici dovodi i do problema kojim se bavimo u ovom tekstu, a to je uticaj urbanizma i saobraćaja na zagađenost vazduha u Beogradu i potencijalnim rešenjima za ovaj problem.“
(Oblakoder, 30. decembar)*

U okviru saradnje sa RERI-jem nastao je i tekst pod naslovom „Da li je Beogradu potrebno još mernih stanica za procenu kvaliteta vazduha?“, u kom autorka iznosi mišljenje da „umesto preduzimanja konkretnih mera za smanjenje zagađenja vazduha, grad Beograd planira da nabavi dodatne merne stanice“ (Oblakoder, 28. decembar). Primetna je i tendencija ovog portala da ekološke teme povezuje sa onima iz domena kulture, koja je inače vrlo zastupljena tema na portalu „Oblakoder“. Tako je ovaj medij promovisao mnoge kulturne manifestacije čija je tema bila ekologija, poput Zelenog bioskopa slobodne zone, konferencije „Potencijali ekološkog zaokreta u kulturi“, Izložbe „Make me feel green again“, Festivala ekološkog pozorišta za decu i mlade (FEP) u Bačkoj Palanci i drugih. Takođe, „Oblakoder“ je objavljivao i intervju sa umetnicima koji se bave ekološkim temama. Među njima je intervju sa profesorkom emeritom Univerziteta umetnosti u Beogradu Milenom Dragičević Šešić, koja je između ostalog govorila o *kapitalocenu*, „kovanici (kapitalizam + antropocen) kojom je savremeni trenutak okarakterisao istoričar životne sredine Džejson Mur“ i ekologiji na umetničkoj sceni (13. januar). Tokom analize primećeno je da se „Oblakoder“ ređe bavio ekološkim temama nevezanim za kvalitet vazduha, kao i da je većina tekstova (pogotovo

onih koji su dublje analizirali ekološke probleme o životnoj sredini) bila fokusirana na Beograd. Takođe, u velikom broju tekstova o ovoj temi nije bilo nikakvih vizuelnih i multimedijskih sadržaja osim fotografija, što bi tekstove moglo učiniti manje zanimljivim mladima.

Mentalno zdravlje

U „Alternativnom izveštaju o položaju i potrebama mladih“ koji je objavljen 2021. godine, mladi su niže ocenili svoje mentalno u odnosu na fizičko zdravlje. Među starosnim grupama, mladi između 15 i 19 godina najniže ocenjuju svoje mentalno zdravlje u poređenju sa starosnim grupama 20-24 i 25-29 godina, a mlade žene daju niže ocene svom mentalnom zdravlju od mladih muškaraca. Prema istraživanju „Mišljenje i stavovi mladih o anksioznosti i mentalnom zdravlju“⁷ iz 2022. godine, koje je sproveo Kreativni kolektiv Pneuma Films u saradnji sa platformom Kritički, a čiji su ispitanici bili mladi iz Srbije, Hrvatske, Crne Gore i Bosne i Hercegovine, čak 92,4% ispitanika navodi da su se nekada osećali anksiozno. Rezultati istraživanja pokazuju da u porodici često nema razumevanja za osećanja drugih članova, a problemi mentalnog zdravlja ne shvataju se ozbiljno ili se ismevaju. Istovremeno, većina mladih (72,5%) navela je da o anksioznosti može otvoreno da razgovara sa bliskim prijateljima i da je situacija po pitanju otvorenosti njihovih prijatelja i vršnjaka za razgovor o mentalnom zdravlju bolja nego pre, jer među svojim vršnjacima uočavaju više razumevanja u odnosu na starije generacije. Kroz formalni obrazovni sistem mladi ne dobijaju dovoljno informacija o anksioznosti i mentalnom

7 Dragić, S., Veljković, N., Jovanov, J. i Maslovarić, D. (2022). Mišljenje i stavovi mladih o anksioznosti i mentalnom zdravlju. Pneuma Films.

zdravlju – smatra većina ispitanika ovog istraživanja, dok samo 10,2% njih navodi da o ovoj temi saznaju dovoljno informacija kroz medije.

Megafon. Na ovom portalu objavljen je samo jedan tekst o mentalnom zdravlju u analiziranom periodu: u njemu je najavljena tribina o pandemiji korona virusa i mentalnom zdravlju, sa uputstvom za prijavljivanje učešća.

Mingl. Na ovom sajtu često su najavljivani vebinari ili treninzi posvećeni borbi sa stresom, tremom i manjkom samopouzdanja. Prenošeni su izveštaji sa radionica ili tribina o seksualnom nasilju i posledicama na mentalno zdravlje, a objavljen je i jedan analitički tekst o mentalnom zdravlju žrtava silovanja i traumama kroz koje prolaze. Promovisane su, takođe, i aktivnosti institucija ili nevladinih organizacija u ovoj oblasti. Tako je, na primer, objavljen tekst o telefonskoj liniji 19833 koju je uspostavio Nacionalni kontakt centar za bezbednost dece ne internetu, putem koje je moguće prijaviti internet nasilje; tom prilikom je napravljen i osvrt na posledice nasilnog ponašanja u digitalnom okruženju na mentalno zdravlje dece i mladih. Čitaocima je preporučeno da popune upitnik za mlade koji se suočavaju sa problemima mentalnog zdravlja, a koji je razvio Centar za pružanje emotivne podrške i prevenciju samoubistva – Srce. Preporučeni je podkast „Čuvaj me“, koji je pokrenuo Beogradski centar za ljudska prava, kao i nova organizacija „Pet minuta za tebe“, kojoj je cilj briga o mladima. Uz to, ukazivano je i na važnost sporta za borbu protiv stresa kroz preporuku škole trčanja, a objavljen je i izveštaj sa dramsko-plesnog performansa „Ogledalo“ koji razmatra teme gubitka, samopovređivanja, depresije i usamljenosti koje osećaju mladi. Prenet je tekst sa portala Media i reform centra Niša o mentalnom zdravlju mladih koji se suočavaju za važnim životnim momentima,

kao što su selidba iz manjeg u veće mesto, upis fakulteta ili stres pred ispite, gde je pojašnjenja i savete davala psihološkinja Studentske poliklinike u Nišu. Objavljeni su i analitički članci o depresiji tokom praznika – kako je prepoznati, kako se izboriti sa njom i kome se obratiti, zatim o uticaju društvenih mreža na mentalno zdravlje mladih, kako dolazi do zavisnosti, kako se mogu razviti narcisoidni poremećaji ili kako mreže mogu negativno uticati na samopouzdanje i samoprihvatanje. Ispod pojedinih tekstova priloženi su SOS brojevi telefona koje je moguće pozvati u slučaju da je čitaocima potrebna stručna pomoć ili podrška, što se može smatrati dobrom novinarskom praksom. Uz tekstove su, najčešće, prilagane fotografije sa događaja ili ilustrativne fotografije.

Omladinske novine. „Omladinske novine“ najčešće su pisale o aktivnostima organizacija, te je tako na ovom profilu bilo moguće pronaći veliki broj najava različitih tribina o mentalnom zdravlju ili o pojedinim fenomenima u oblasti mentalnog zdravlja kao što su sagorevanje (burnout) ili sindrom varalice (imposter sindrom), kao i o, na primer, psihološkim aspektima nasilja u porodici. Sa sličnih događaja je i izveštavano, a na ovom portalu promovisana je i inicijativa za otvaranje psihološkog savetovališta u Novom Sadu. Uz najave i izveštaje bilo je i analitičkih tekstova o, na primer, popularnoj psihologiji, njenim manama i vrlinama, uz preporuke knjiga iz ove oblasti. U jednom tekstu detaljno je pojašnjeno i ko su to „nevidljiva deca“, odnosno kako problemi sa kojima se suočavaju mladi i odrasli neretko imaju korene u detinjstvu, a tekst je koncipiran tako da prati priču o radu i delima Gabora Matea.

O radio. Na portalu „O radija“ objavljivane su najave za tribine u oblasti mentalnog zdravlja, kao što je ona pod nazivom „Lud, zbunjen, normalan“ koju je organizovala organi-

zacija Mental hab ili vebinar „Brinem li o sebi i šta ako ne” u organizaciji Centra za razvoj karijere i savetovanje studenata Univerziteta u Beogradu. Najavljena je i tribina o razvijanju empatije kod mladih prema marginalizovanim grupama, a promovisana je i platforma „Siguran prostor” na kojoj je moguće potražiti besplatnu psihološku pomoć. Ovaj portal analitički je obrađivao teme u okviru ove oblasti, kao što je upotreba antidepresiva i lekova za smirenje, zašto je pogrešno to činiti ‘na svoju ruku’, sa kim se treba konsultovati i ko je ovlašćen da prepisuje ovakve lekove, kao i o tome kako „podmetanje droge u piće” – na koje je upozoravana javnost u medijima i na društvenim mrežama – može izazvati različite psihološke traume. Tokom novembra, koji se obeležava kao mesec borbe protiv zavisnosti, objavljen je tekst o najčešćim oblicima zavisnosti kod mladih, kao što su kockanje, korišćenje alkohola i psihoaktivnih supstanci. Tom prilikom je najavljena i tribina o ovoj temi koja se održala u Novom Sadu, pod nazivom „Izlaz iz zavisnosti je moguć!”. O ovoj temi bilo je reči i u tekstovima o kulturi, te je tako pojam *stokholmski sindrom*, psihološko stanje u kom dolazi do zbližavanja otmičara i talaca, pojašnjen kroz recenziju serije „Klark”, dok je u rubrici „Vredi pročitati” profesorka Filozofskog fakulteta predlagala za čitanje knjigu Džefrija Judžinidisa „Midlseks” koja govori o potrazi za identitetom. Različiti psihološki termini pojašnjavani su i u analitičkim tekstovima, kakav je, na primer, onaj o *sindromu pustih želja* (eng. wishfull thinking) u kome je bilo reči o tome kako brojni ljudi poveruju u piramidalne prevare kakva je bila firma „Kangaroo treasure”. U pojedinim tekstovima o mentalnom zdravlju registrovano je da su čitaocima predočeni brojeve telefona SOS centara kojima se mogu obratiti za psihološku podršku. Primećeno je i to da se u tekstovima na portalu „O radija” češće nego na ostalim portalima pojavljuju mladi kao sagovornici. Tekstovi

su ilustrovani stok fotografijama, a na kraju nekih tekstova priloženi su i podkasti u kojima je tema detaljnije analizirana.

Redakcija. Na ovom portalu tokom analiziranog perioda nisu registrovani tekstovi o mentalnom zdravlju.

Youth Vibes. Objavljeno je devet tekstova o mentalnom zdravlju na ovom portalu. Analitički je, u više tekstova, pokrivena tema upotrebe mobilnih telefona kod mladih i dece, tako što su tumačeni podaci o ovoj temi iz istraživanja „Deca Evrope na internetu“ ili kroz savete psihološkinja o tome kako roditelji treba da postupaju prema deci i mladima kada je reč o korišćenju telefona, kako da prepoznaju da to negativno utiče na decu i koje su sve negativne, a koje pozitivne strane korišćenja telefona. O mentalnom zdravlju mladih pisano je i u tekstu posvećenom pitanju kako žive studenti u Srbiji i sa kojim se sve izazovima suočavaju, a objavljen je i jedan tekst o pokretu „Movembar“ i o mentalnom zdravlju muškaraca. Pisano je i o nekim novim fenomenima u oblasti mentalnog zdravlja, kao što je *eko-anksioznost*, koja nastaje kao posledica negativnih misli o zamišljenoj budućnosti životne sredine. Bilo je reči i o aktivnostima i događajima različitih organizacija u oblasti mentalnog zdravlja, kao, na primer, o Beogradskom festivalu mentalnog zdravlja. Portal je izveštavao i o kulturnim dešavanjima kojima je u fokusu mentalno zdravlje, kao što je izložba „One Body, My Body, No Body“ umetnice srpskog porekla Ally Zlatar, u kojoj se bavi temom poremećaja ishrane i mentalnog zdravlja. Tekstovi portala „Youth vibes“ su većinom izveštaji ili članci, a sve objave su praćene stok slikama ili fotografijama sa događaja.

Zoomer. „Zoomer“ je o temi mentalnog zdravlja pisao u čak 38 tekstova, pokrivajući razne teme, kao što su borba protiv anksioznosti kod mladih i psihoterapija koja u tome

može pomoći, uticaj igranja igrice na mentalno zdravlje i socijalnu anksioznost mladih, mentalno zdravlje studenata ili pripadnika LGBT+ populacije, stigma, preterana briga i razmišljanje (overthinking). Pokrenuta je i tema govora mržnje na društvenim mrežama, usmerenog protiv onih koji se ne uklapaju u rodne standarde (npr. muškarci koji se šminkaju ili nose štikle), te je bilo reči o uticaju takvih narativa na mentalno zdravlje targetiranih osoba, ali i na podupiranje rodnih stereotipa. U jednom tekstu pisano je o mentalnom zdravlju tokom praznika, odnosno o normalizaciji loših osećanja i raspoloženja i tokom praznika, kroz priču o tvitu popularnog jutjuberu, u kom navodi kako je pozdrav *Merry Christmas*, odnosno *Srećan Božić* uvredljiv, budući da nisu i ne moraju svi tog dana biti srećni i dobro raspoloženi. Nakon toga se u komentarima ovog tvita razvija diskusija onih koji to vide kao preterivanje u političkoj korektnosti i onih koji su saglasni sa jutjuberom. Često je pisano o izazovima sa kojima se suočavaju studenti kada su u pitanju stvari mimo fakulteta i ispita, kao što su stanovanje, kupovina hrane, dodatna zarada i tako dalje, i kako se to odražava na njihovo mentalno zdravlje. Objavljena je jedna kolumna pod nazivom „Ispitni rokovi za one koji sada ne mogu“, u kom se autor prijateljskim tonom obraća studentima koji nisu stigli ili brinu o tome da neće stići da pripreme ispit za januarski ispitni rok, dajući im podršku i uveravajući ih da je i to u redu, da postoje i drugi rokovi i da to ne treba da utiče na njihovo mentalno zdravlje. U više tekstova pisano je o platformi za besplatne zdravstvene konsultacije „Doktok“, u okviru koje je pokrenuta kampanju „Razgovor koji leči“ u saradnji sa Psihoanalitičkim društvom Srbije, a reč je o besplatnoj psihološkoj podršci koja je dostupna svakog dana na ovoj platformi (doktok.rs). Objavljivani su tekstovi na važne međunarodne datume kojima se skreće na mentalno zdravlje, kao što su Svetski dan prevencije suicida ili mesec

borbe protiv zavisnosti (novembar), kada je najavljen onlajn događaj koji će biti emitovan na platformi „Doktok“ (alkoholizam, narkomanija, kockanje). U vezi sa ovom temom bilo je i tekstova koji pripadaju rubrici kultura, te je tako najavljena predstava „Kako sam stvarno onda kada sam sama“, o tome kako savremeno doba utiče na mlade, na pitanje njihovog identiteta, formiranje stavova, raspoloženje, dok je jedan tekst bio posvećen tome kako poznati (psiholog Dragan Ilić i glumac Ammar Mešić) ukazuju na važnost mentalnog zdravlja na društvenim mrežama i u medijima. Uz to, objavljena je i priča o majstoru za tetovaže koji besplatno pokriva ožiljke od samopovređivanja. Promovisani su i video-serijali u vezi sa mentalnim zdravljem koji su objavljivani na Jutjub kanalu ovog portala, kao što je onaj o mentalnom zdravlju mladih u Albaniji, Bosni i Hercegovini i na Kosovu pod nazivom „Nova škola“, u okviru koga je objavljen video „Etiketiranje“, o psihološkom i seksualnom nasilju. Videi su objavljivani na sajtu uz kratak tekstualni opis. Kao dodatak tekstovima prilagane su fotografije ili, ređe, video snimci. Registrovano je da su ispod nekolicine tekstova u okviru ove teme navođeni i kontakt-brojevi centara za psihološku podršku.

Oblakoder. Na sajtu „Oblakoder“ objavljeno je 39 tekstova o temi mentalnog zdravlja, a većinom su u pitanju bili analitički članci, izveštaji, a zatim i intervjui. Veliki broj tekstova u vezi sa ovom temom pripadao je rubrici kulture. Objavljivani su intervjui sa umetnicima kojima je u fokusu rada mentalno zdravlje, te je tako o potiskivanju problema bilo reči u intervjuu sa rediteljkom Ružicom Anjom Tadić kroz priču o njenom filmu „Sve je dobro“, dok je o socijalnoj anksioznosti, strahu i usamljenosti govoreno u tekstu o knjizi ilustracija „Šta ako sve ovo nije stvarno“ umetnice Javorke Đurić (Maple Things). U intervjuu sa autorom filma „Drugo ja“, koji prati priču trans devojke iz iranske tradicionalne porodice, govorilo se o uslo-

vima života u zajednicama koje ne razumeju i ne prihvataju osobe poput nje, što za posledicu neretko ima patnju, bol, depresiju ili suicid. O takozvanom pregorevanju (*burn out*), odnosno mentalnoj i fizičkoj iscrpljenosti kao posledici stalnog stresa i umora, vođen je razgovor sa umetnicom Deom Džanković, autorkom performansa „Burn out“, koji je podrazumevao učešće velikog broja žena koje su vrištale na ulicama Beograda. O pregorevanju je objavljeno više tekstova, između ostalih i kolumna novinarka Lane Nikolić, koja je čitaocima pokušala da približi ovu temu kroz sopstveno iskustvo. Ovaj portal izveštavao je o mnogim drugim fenomenima u vezi sa mentalnim zdravljem, kao što je, na primer, izgradnja takozvanog ‘clout’-a. To je pojam koji se koristi da opiše uticajne osobe koje svoju popularnost ostvaruju ističući u prvi plan materijalne stvari, a u tekstu o ovoj temi razgovarano je sa stručnjacima o tome zašto ljudi imaju potrebu da se dopadnu velikom broju ljudi, odnosno da se oseće prihvaćeno, vrednovano i uključeno, te su spremi da zarad toga i u skladu sa tim kreiraju svoj internet identitet na društvenim mrežama. Kada je reč o društvenim mrežama, pokrenuto je i pitanje kako aktivnosti drugih korisnika mogu uticati na nečije mentalno zdravlje, a povod je bilo samoubistvo dvadesetdvogodišnjaka iz Laktaša u Republici Srpskoj, koje je počinio nakon što je bio ismevan na društvenim mrežama zbog snimka sa razgovora za posao. Na ovom portalu je bilo reči i o posledicama gaslajtinga po mentalno zdravlje, zatim o stigmatizaciji aseksualnih osoba, kao i o tome kako lažne vesti utiču na emocije ljudi. U vezi sa poslednjom temom pokrenuto je pitanje koliko mediji manipulišu ljudskim emocijama u momentima kada su oni beznadežni i pribegavaju, na primer, kupovini različitih zdravstvenih preparata kako bi se izborili sa nekom bolešću. Pisano je o različitim oblicima psihoterapije, kao što je telesna psihoterapija, psihodramske radionice ili biblioterapija, koja podrazumeva čitanje i razgovore o knjigama, kroz konekciju

sa ličnim iskustvima i doživljajima, a tome je govoreno u intervjuu sa Aleksandrom Miladinović iz Markovca koja je angažovana u okviru Seoskog kulturnog centra Markovac. Uz to, izveštavano je o aktivnostima i događajima koje imaju u fokusu mentalno zdravlje, kao što je pokretanje mobilne aplikacija „Psihofon“, putem koje korisnici mogu zatražiti pomoć, ili akciju vožnje bicikala „Pedalom do mentalnog zdravlja“. Mentalno zdravlje pominjano je u nizu tekstova na ovom portalu kao usputna tema, recimo kroz intervju sa umetnicima, kada je bilo reči o njihovom položaju i uticaju savremenog doba na njihov rad, o emocijama koje prenose na svoje radove, psihoterapiji i tako dalje. Registrovano je da se na ovom portalu, u kontekstu teme mentalnog zdravlja, u pojedinim slučajevima prilažu kontakt-brojevi centara za psihološku podršku. Tekstove su najčešće pratile fotografije kao ilustracije, a neretko i audio verzija teksta.

Seksualno i rodno zasnovano nasilje

Prema „Alternativnom izveštaju o položaju i potrebama mladih“ za 2022, 17% ispitanika kaže da su bili žrtve seksualnog nasilja, a kada su u pitanju mlade žene taj broj raste na 25%, što je više nego u odnosu na 2021. godinu (tada su iznosile, redom, 13% i 21%). U izveštaju se zaključuje da je broj mladih izloženih svim oblicima nasilja u blagom porastu, što se tumači kao zabrinjavajući nalaz. Mladi u anketi u okviru ovog istraživanja kao glavne uzroke nasilja vide loše porodične odnose, lošu kaznenu politiku i opšte stanje u društvu, a oko četvrtine mladih i dalje smatra da nasilje može biti opravdano. I 2022. godinu u Srbiji obeležili su brojni slučajevi femicida, nasilja nad ženama koje je dospelo u javnost, a ostaje pitanje koliko je tek onog koje nije niti će ikada biti otkriveno. Prema podacima koji su dostupni u javnosti, najma-

nje 23 žene ubijene su tokom 2022. godine, a u ovoj godini povećan je i broj slučajeva u kojima je nasilje bilo prijavljeno pre nego što se desilo ubistvo, što pokazuju podaci Autonomnog ženskog centra⁸. U ovom segmentu istraživanja prikazaćemo kako su omladinski portali izveštavali o seksualnom i rodno zasnovanom nasilju tokom 2022. godine.

Megafon. Na sajtu „Megafona“ su 2022. objavljena svega četiri teksta o temi seksualnog i rodno zasnovanog nasilja. Svi tekstovi su po formi izveštaji, a neki od njih su uključili podatke o rodno zasnovanom i seksualnom nasilju do kojih je KOMS došao u „Alternativnom izveštaju o položaju i potrebama mladih“, ali i podatke „Centra za devojkje“ iz Niša, koji se između ostalog bavi i borbom protiv nasilja nad ženama i devojkicama. Objavljena je i najava za filmski festival „Slobodna zona“, gde se emitovao dokumentarac koji, između ostalog, govori i o seksualnom nasilju u Indiji, a promovisan je i priručnik za promociju bezbednosti mladih u neformalnom okruženju „Safebook“ koji je izradio Klub za osnaživanje mladih KOM 018, koji je u jednom delu pokrивao i ove teme. Tekstovi većinom nisu multimedijalni ni interaktivni; najčešće su uz tekst objavljivane fotografije, retko video-snimci i u jednom tekstu grafikoni i tabelarni prikazi podataka.

Mingl. Portal „Mingl“ objavio je šest tekstova o ovoj temi, a korišćeni su različiti novinarski žanrovi – intervjui, izveštaji, članci i kolumne. Na ovom sajtu kroz analitičke tekstove pojašnjeno je značenje termina *osvetnička pornografija* i *femicid*, a prenošeni su i izveštaji sa izjavama stručnjaka koji su bili govornici na radionicama ili tribinama o seksualnom uznemiravanju i nasilju. Objavljen je jedan kritički tekst u formi kolumne koja je predstavljala osvrt na 2021. godinu kada je reč o

8 Autonomni ženski centar. (5. 12. 2022). Stop ubijanju žena!. Dostupno na: https://www.womenngo.org.rs/vesti/1960-stop-ubijanju-zena-2022#_ftn1

dešavanjima i akcijama u vezi sa ženskim pravima i nasiljem nad ženama, kao i intervju sa jednom od predvodnica protesta koji su održavani ispred „Informera“, nakon što je ovaj dnevni list objavio video intervju sa višestrukim silovateljem. Kada je reč o vizuelnim komponentama, u većini tekstova korišćene su samo fotografije i to najčešće ilustracije, odnosno stok fotografije i fotografije sa događaja, dok video-sadržaja nije bilo ni u jednom analiziranom tekstu. Registrovano je da su pojedini važni podaci kada je reč o, na primer, broju femicida u Srbiji ili svetu poslednjih godina, bili linkovani, te su čitaoci jednostavno mogli pronaći izvore za takve tvrdnje.

Omladinske novine. „Omladinske novine“ objavile su ukupno pet faktografskih tekstova tokom perioda monitoringa – izveštaje i intervjuje. Izveštavano je sa izložbi o partnerskom nasilju i femicidu, a dodatno je objavljen i intervju sa autorkom jedne od tih izložbi. U tom tekstu je bilo reči o tome kakav uticaj imaju mediji poput fotografije na širenje svesti javnosti o nasilju nad ženama, i kako mediji danas izveštavaju o ovim pojavama. Drugi intervju je urađen sa predstavnicom organizacije kojoj u fokusu rodna ravnopravnost, a govoreno je o rodno zasnovanom nasilju, nasilju nad ženama u Srbiji, kao i o radu organizacije. Tekstovi su potkrepljeni fotografijama sa događaja, a u jednom slučaju i video-snimkom i linkovanim katalogom izložbe o kojoj je bilo reči u tekstu.

O radio. Na portalu „O radija“ izveštavano je o rezultatima „Istraživanja stavova mladih o rodno zasnovanom nasilju“ koje je objavio KOMS (tom prilikom su svi sagovornici u izveštaji bili mladi, od 17 do 20 godina), kao i o rezultatima istraživanja „Bezbednost i poverenje za sve: percepcija problema seksualnog uznemiravanja i ucenjivanja“ koje je sprovedeno na Filozofskom i Fakultetu sporta i fizičkog vaspitanja u Novom Sadu. Objavljen je intervju sa autorkom izložbe fo-

tografija posvećene borbi protiv nasilja nad ženama, u kom je govoreno i o ovoj izložbi, ali i o fotografiji danas i generalno o radu umetnice. Uz to, objavljeni su i analitički tekstovi u kojima su pokrenute teme kao što je seksualno proganjanje i uznemiravanje na društvenim mrežama, osvetnička pornografija, digitalne kampanje kojim se podiže glas o nasilju nad ženama i sl. Većinu tekstova pratio je i audio-snimak, odnosno snimak podkasta u kom je tema analizirana, a čitaoci su pozvani da poslušaju podkast u celosti.

Redakcija. Na portalu „Redakcija“ nije registrovan nijedan tekst o ovoj temi u analiziranom periodu.

Youth Vibes. Na ovom profilu objavljena su tri teksta o rodno zasnovanom ili seksualnom nasilju, i to jedan izveštaj sa protesta koji je održan ispred redakcije „Informera“ zbog objavljivanja intervjua sa višestrukim silovateljem, i dve kolumne. U prvoj je analizirana tema femicida u Srbiji tokom 2022. godine, a u drugoj su fenomenološki posmatrane ukorenjenost i normalizacija nasilja nad ženama u društvu. Uz tekstove su, najčešće, objavljivane stak fotografije ili fotografije sa događaja, a u jednom tekstu su linkovani i drugi izvori u kojima se o analiziranoj temi moglo detaljnije čitati.

Zoomer. Na portalu „Zoomer“ objavljeno je 14 tekstova u vezi sa ovom temom. Često je pisano o svetskim događajima kada je u pitanju seksualno nasilje nad ženama: na primer, o optužbama svetski poznatih glumaca ili fudbalera za silovanje, o silovanju žena u okupiranim delovima Ukrajine, a na ratno silovanje ovaj portal podsetio je i u tekstu povodom obeležavanja trideset godina od opsade Sarajeva. Bilo je tekstova i o aktuelnim dešavanjima u vezi sa ovim temama u Srbiji, kao što je slučaj glumice Danijele Štajnfel. „Zoomer“ je objavio i nekoliko tekstova povodom protesta ispred „Informera“ tokom jeseni 2022. godine, a izveštavao

je i o „16 dana aktivizma protiv nasilja nad ženama“, kada je pisano o tome kakva je zakonska regulacija u vezi sa ovim temama i kakvo je stanje u praksi. Portal je pisao o pitanju femicida u Srbiji, digitalnom aktivizmu u ovoj oblasti i pokušajima za njegovo gušenje. Objavljeno je i nekoliko intervju sa feminističkim aktivistkinjama kao što su urednica podkasta „Tampon zona“ Iva Parađanin, Hristina Cvetinčanin Knežević sa Instagram profila „Feminizam iz teretane“ i Minja Marđonović, čiji su profili na društvenim mrežama hakovani i ugašeni nakon što je tokom protesta protiv „Informera“ gađala jajima ulaz u zgradu u kojoj se nalazi ovaj tabloid. „Zomer“ je na svom sajtu podelio „Priručnik za žene koje su preživele seksualno nasilje“ u izdanju Autonomnog ženskog centra. Najčešće su objavljivani izveštaji, a zatim i intervjui i kolumne. Većina tekstova bila je kratka, koncizna i analitična, a od multimedijalnih sadržaja korišćene su fotografije i pojedini sadržaji su linkovani u tekstu.

Oblakoder. „Oblakoder“ je tokom protekle godine u odnosu na sve ostale analizirane medije ubedljivo najčešće izveštavao o temi rodnog ili seksualnog nasilja, a uočena su ukupno 23 teksta o toj temi. „Oblakoder“ je pisao o mnogim fenomenima i pojavama u društvu u vezi sa ovom temom, o kojima se nije moglo čitati u drugim medijima, a odabrani pristup može se okarakterisati kao detaljan, kritički i valjano kontekstualizovan. Tako je, recimo, „Oblakoder“ jedini među analiziranim portalima pisao o pojavi *incel zajednice*, potkulturi strejt muškaraca koji se protive konceptu rodne ravnopravnosti i promovišu mizoginiju zbog činjenice da ih žene odbijaju; zatim o problemu alkoholizma kod mladih i neželjenim seksualnim odnosima tokom pijanstava, te o seksualizaciji žena i devojčica i devojčicama seks-igračkama iz Japana. Još jedna od tema koja se našla samo na ovom sajtu jeste priča o zloupotrebi aplikacije „Replika“, četbota koji se

služi veštačkom inteligencijom, a koju muškarci često koriste za ljubavno-seksualnu komunikaciju. Prema pisanju „Oblakodera“, neki od korisnika navode da nasilno komuniciraju i verbalno zlostavljaju AI ‘druženice’, što dovodi do objektivizacije žena i normalizacije nasilja.

„Dehumanizovana budućnost u kojoj se normalizuje nasilje nad ženama, ženska servilnost, poniznost i objektivizacija, a isključuje postojanje odbijanja i otpora pred muškom rečju i željom“ (Oblakoder, 3. 2. 2022).

Izveštavano je i sa konferencije „Tvoje telo je tvoje! I na netu i u stvarnom svetu!“, koja je bila posvećena rodno zasnovanom nasilju posredstvom tehnologije, odnosno virtuelnom nasilju nad ženama i devojkicama. U više navrata su na ovom portalu objavljivane kolumne u okviru kojih su se autorke doticale aktuelnih narativa i pojava u vezi sa pitanjem rodne ravnopravnosti i rodno zasnovanog ili seksualnog nasilja u društvu, kao što je, na primer, pojava Endriju Tejta na društvenim mrežama, „Informerov“ intervju sa višestrukim silovateljem, dodeljivanje sredstava za otvaranje SOS kancelarije u Leskovcu udruženju čiji je zastupnik osuđivan za nasilje... Više tekstova sa ovog portala posvećeno je aktuelnim dešavanjima u vezi sa seksualnim ili rodno zasnovanim uznemiravanjem u Srbiji, kao što je slučaj prebijanja sestre Tiktokerke Une Kablar (o kom je ona pisala na svom Instagramu), ali i o slučaju Wolt, kada je dostavljač ove kompanije nakon obavljene usluge iskoristio broj telefona korisnice za privatne svrhe, a nakon toga joj se sarkastično zahvalio što je zbog njene prijave dobio otkaz. Kada je reč o vizuelnim sadržajima, većinu tekstova pratile su fotografije, u manjoj meri video-snimci, a neke od ovih tekstova pratila je i audio verzija teksta.

DEO C

– ANALIZA TIKTOK KANALA

U prethodnim ciklusima istraživanja „Mladi u medijskom ogledalu“ analizirani su različiti aspekti jutjuberske zajednice u Srbiji, s fokusom na najpopularnije kanale. U ovom ciklusu istraživanja fokus analize društvenih mreža pomeren je na Tiktok, kao društvenu mrežu u usponu. Prema istraživanjima sajta Pioniri „Stanje društvenih medija: Srbija 2022”⁹, Tiktok je mreža koja ostvaruje najveći godišnji rast u pogledu broja korisnika, pa sada već jedna četvrtina onlajn populacije Srbije ima otvoren nalog na ovoj društvenoj mreži. Korisnici, prema istom istraživanju, najčešće koriste Tiktok zbog zabavnog sadržaja, ali i zbog zanimljivih saveta, inspiracije, ideja, te kako bi ispratili aktuelne trendove, saznali recepte za kuvanje i kako bi koristili filtere i efekte.

Korpus istraživanja na Tiktoku čini 200 videa, odnosno po 20 videa koji su objavljeni na deset najpraćenijih naloga iz Srbije na ovoj društvenoj mreži. Analiza je sprovedena retrospektivno zaključno sa 12. decembrom 2022. godine. Analizirani su sledeći nalozi: barbiafrika, Una (ukiqukiq), Balkandad (loshmi95), Arsa (arsaovde), Sergej Pajic (sergejpajicc), Vuk&Aleksandra (vukaleksandra), Vuk Vico (vicostein), wajwai (wajwai), AN NA (annalazarevic), Janko (stefan_jankovic). Za potrebe ove analize izrađen je kodni list koji je sadržao 69 varijabli raspoređenih u 8 kategorija – 1. Teme videa, 2. Format, 3. Svrha videa, 4. Zvuk, 5. Opis videa, 6. Broj učesnika, 7. Trajanje videa i 8. Broj pregleda.

9 Pioniri. (2022). Stanje društvenih medija: Srbija 2022. Dostupno na: <https://pioniri.com/sr/socialserbia2022>

Teme

Najčešća tema analiziranih videa bila je muzika (u 20% korpusa), a pod time su podrazumevani videi u kojima muzika nije služila samo kao pozadinski zvuk, nego je bila u fokusu videa, a akteri su se pozivali rečima na pozadinsku numeru, plesali ili pevali. Ova tema videa procentualno je bila najzastupljenija u videima na nalogu Sergeja Pajića (70%), budući da je ovaj akter u 12 od 20 videa koje je objavio u analiziranom periodu promovisao svoju novu pesmu (29. 11). Među preostalim temama bile su kujanje, porodični odnosi, proslave, životinje, nagradne igre i „prozivanje“ ili komentarisanje.

Muzika je bila najzastupljenija tema i na nalogu *barbafrika* (29%): ova tiktokerka je u većini svojih videa plesala, šetala uz muziku ili snimala selfi videa na kojima peva, odnosno lipsinkuje (koristi se nadsinhronizacijom) uz muziku koja je dodata. Sem toga, na ovom kanalu su bili česti i izazovi, odnosno eksperimenti, a najčešće je, u vezi sa tim, pokušavala da snimi svoju ruku na svojoj glavi tako da izgleda da ruka nije njena (3. 12).

Na još tri kanala muzika je kao tema bila prva po zastupljenosti – *ukiqukiq* (28%), *wajwai* i *stefan_jankovic* (26%). Una (*ukiqukiq*) je većinom snimala selfi videe u kojima lipsinkuje muziku koja je dodata u video, uz česte tranzicije i katove (sečenje videa) (18. 11), dok je Janko (*stefan_jankovic*) ove videe najčešće snimao sa tiktokerkom Anom Lazarević. Videi su bili statični, a njih dvoje lipsinkuju ili plešu (14. 11), dok je jedan video nalik na spot za pesmu (20. 11). U nekoliko videa Janko promovise svoju pesmu kroz kratak isečak iz spota (28. 10) i kroz video koji je snimio sa babom (26. 10). *Wajwai* takođe u najvećem broju videa promovise svoje pesme (24. 9; 25. 9; 27. 9).

Sledeća tema po zastupljenosti bili su partnerski odnosi (9%), a najveći broj videa koji je ovu temu imao u fokusu odnosio se na šale o partnerskim odnosima (npr. skečevi o ljubomori) ili 'single' statusu veze. Najčešće su videe o ovoj temi snimali Vuk i Aleksandra, a ovo je i najzastupljenija tema na njihovom nalogu. Deo videa odnosio se na skečeve: akteri su imitirali životne situacije parova, ponekad uz filtere za glas i pretvaranje da su deca (10. 12), a ponekad karikiranjem situacija u kojima se njih dvoje ponekad nalaze (7. 12.a; 7. 12.b). Sem toga, snimali su i vlogove u kojima su jedno drugome pripremali iznenađenja i kupovali poklone (5. 12). Ostali tiktokeri kod kojih je ova tema bila relativno zastupljena snimali su skečeve kao parodije sa dejta (29. 11), romantične videe sa partnerima (9. 12) ili ljubavne savete (8. 12).

Kuvanje ili isprobavanje hrane kao tema videa bilo je zastupljeno u 8% analiziranih objava, a akteri su pripremali hranu, predlagali recepte pratiocima, odgovarali na izazove u vezi sa hranom ili isprobavali hranu u restoranima i iznosili svoje utiske o tome. Ovo je bila najzastupljenija tema u videima na kanalu *Balkandad*, čiji je autor pravio vlogove o pripremi domaće ili slavske hrane (bela čorba, sarme, ruska salata itd.), uz parodije i šale na račun običaja na Balkanu (15. 11, 6. 11).

Četvrta tema po zastupljenosti su izazovi, eksperimenti i igre (7%) u kojima akteri odgovaraju na popularni 'čelendž', tj. izazov, izvode određene kreativne eksperimente ili igraju igre u društvu. Ova tema ni na jednom analiziranom nalogu nije bila najzastupljenija, ali neki od primera su pravljenje veštačke ruke od papira (*babriafrika*), igra 'na slovo na slovo' (*ukiqukiq*, 27. 11), vlog iz eskejp ruma (escape room) (*vuka-aleksandra*, 7. 12), ili šaljivi izazovi kao što su odlazak kod frizera da odseče samo jednu dlaku (*vicostein*, 4. 12).

Među pet najčešćih tema videa našli su se i porodični odnosi (7%), a poput druge najzastupljenije teme – partnerskih odnosa – i ovde su u većini slučajeva registrovane šale na račun porodičnih odnosa ili običaja u balkanskim porodicama. Klipove o ovome neretko je snimao *Balkandad*, i to sve u šaljivom duhu kroz skečeve u kojima je imitirao običaje balkanskih porodica. Neke od tema su bile upoznavanje dečka sa roditeljima na Balkanu (7. 11) ili držanje sarme u posudama za sladoled (21. 11). Uz to, tiktokeri su snimali i videe sa članovima porodica, te je tako Ana Lazarević u nekoliko navrata demonstrirala kako provodi vreme sa svojom babom u spa-centru (12. 11).

Valja pomenuti i da su u dva procenta svih analiziranih videa kao tema registrovana društvena pitanja. Jednom je to bilo pitanje nasilja nad ženama, a video je objavljen na kanalu *ukiqukiq* 29. septembra. Naime, ova tiktokerka je na svojim društvenim mrežama i ranije pominjala slučaj nasilja nad ženama u njenoj porodici, a na snimku koji objavljuje se ne vide lica ljudi, samo noge, dok je u opisu navedeno da je reč o ocu dečka koji je pretukao Uninu sestru: „Otac Damjana Hadžića, Saša koji izjavljuje da je ponosan na svog sina što je pretukao svoju ženu, moju sestru do te mere da je izgubila svest #stopnasiljunadzenama”. U vreme kada su trajali protesti ispred „Informera“ u Srbiji zbog objavljivanja intervjua sa višestrukim silovateljem, *wajwai* je napravio skeč na tu temu (28. 9). Ceo video je bez govora i muzike, čuju se samo pokreti, a na početku se na ekranu televizora pojavljuje logo „Informera“, nakon čega akter uzima sto i prevrće ga.

U vezi sa tim, treba pomenuti i štetne narative koji su registrovani u analiziranim videima. Samo u nekoliko videa primećeni su sporni stavovi usmereni prema ženama ili pripadnicima LGBT+ populacije. To su, na primer, video sa nalogom *wajwai* (17. 9) u kom tvrdi da je prijatelj sa kojim je u izla-

sku i koji na snimku pleše sa devojkom „postao strejt”. Drugi primer je video korisnika Vuk Vico (29. 11) u kom se pravi šala na račun Endrju Tejta (Andrew Tate), što se može tumačiti kao relativizacija poruka i stavova koje je ovaj influencer propagirao.

Formati videa

Budući da je najzastupljenija tema analiziranih videa bila muzika, očekivano je da je najzastupljeniji format koji je korišćen za videe – ples ili pevanje u videu (22%). Nakon toga slede selfi ili standap videi (21%) u kojima akteri ispred kamere sede ili stoje, govore ili ćute dok se oko njih na videu pojavljuje određeni tekstualni sadržaj. Treći najzastupljeniji format bili su vlogovi (19%), kao, najčešće, montirani sadržaji, snimani iz različitih kadrova i sa različitih mesta, a koji zajedno čine jednu priču. Najčešće su korišćeni za videe sa putovanja, videe o kuvanju ili isprobavanju hrane, te u videima u kojima je tema bila otvaranje poklona ili iznenađenja. Skečevi ili porodije (18%) su četvrti format po zastupljenosti: u njima su akteri glumili, odnosno, najčešće, ismevali određene životne situacije. Ovaj format pogotovo je bio zastupljen u videima u kojima su teme bile partnerski ili porodični odnosi, budući da su, kao što je navedeno, takvi videi većinom sadržali imitacije određenih ustaljenih obrazaca ponašanja u društvu.

Svrha videa

Ova kategorija je uvedena s namerom da sistematizuje sve teme videa i identifikuje čemu je svaki od analiziranih videa služio. Varijable koje sadrži su – zabava, informisanje, edukacija, plasiranje proizvoda i ostalo. Gotovi svi videi su

služili za zabavu, a procentualno gledano zabava je kao svrha videa bila zastupljena u 77% korpusa. O većini primera već je bilo reči – to su bili videi sa muzikom, skečevi u kojima su imitirani ili ismevani porodični ili partnerski odnosi, videi sa događaja, videi sa životinjama itd.

Sledeće po zastupljenosti je plasiranje proizvoda (10%), koje, izuzev u jednom slučaju (video u kom Sergej Pajić reklamira Samsung, 8. 11) nikada nije bilo označeno kao reklamiranje, čak ni u opisu objave, nego je inkorporirano u sadržaj videa. Ne može se, svakako, tvrditi da je u pitanju reklamiranje proizvoda, ali su kao plasiranje proizvoda registrovani oni videi kojima je komercijalni proizvod bio u prvom planu ili su ga tiktokeri jasno isticali tokom videa. Predmet promocije bili su najčešće prehrambeni proizvodi, restorani brze hrane ili prodavnice. *Barbiafrika* je snimila je dva izazova u kom koristi limenke piva hajneken (8. 12) i koka-kole (2. 12). Nekoliko dana ranije obišla je prodavnicu za prodaju tepiha „Tepih mix“ (6. 12) i zamolila pratiocice da joj pomognu u odabiru tepiha, a uz to je navela kontakt-podatke ove kompanije. *Balkandad* u tri videa o kuvanju koristi proizvode „Moja kravica“ (12. 11, 25. 11, 10. 12), u jednom videu reklamira kecelje sa svojim dizajnom (12. 11), a u dva videa obilazi restorane brze hrane „Karibik“ (9. 11) i „Popis“ (29. 11). Proizvode „Moja kravica“ u videima je koristio i Arsa (7. 12), koji reklamira i mobilnog operatera A1 (9. 12). Vuk Vico u nekoliko videa koristi „Podravkine“ proizvode (5. 12, 6. 12), a u jednom videu ih koriste i Vuk i Aleksandra (4. 12.b), koji u nekoliko navrata promovišu i prodavnicu „Kengur“ (4. 12.a, 5. 12.a, 5. 12.b) i druge kompanije i proizvode. Još jedan tiktoker koji je svoj nalog koristio za promociju brendova je Janko, a jedan od brendova koje promovise je kozmetika za lice „La roše“. Kao plasiranje proizvoda nisu kodirane objave u kojima su akteri promovisali svoje pesme, ali jesu beleženi pod varijablom *samopromocija* u okviru tema.

Tek u 8% objava kao svrha videa registrovana je edukacija, a to se najčešće odnosilo na videe o kuvanju, davanju saveta ili pravljenju različitih eksperimenata. Pod ovom varijablom beleženi su i videi na kojima su akteri pravili kreativne stvari, npr. Pomenutu veštačku ruku od kartona (*barbiafrika*, 7. 12), ili su davali jednostavne, životne savete pratiocima u vezi sa zdravljem (Arsa, 2. 12, 4. 12) ili sa tehnologijom (Arsa, 7. 12).

Zvuk videa

U najvećem broju slučajeva analizirani akteri su objavljivali video-snimke u kojima je registrovana dodata muzika, zvuk ili govor (50%), zatim glas ili govor sa originalnog videa (37%), a onda i vojsover (voiceover) (11%). Ovi različiti formati zvuka su se neretko pojavljivali i kombinovano.

Opis videa

Analizirani tiktokeri su u opis videa najčešće postavljali komentare (52%) koji se odnose na sadržaj videa, ili, ređe, na nešto što nema mnogo veze sa samim videom. Takođe, izazivali su interakciju postavljanjem pitanja pratiocima (20%), ili direktnijim pozivom na komentarisanje, šerovanje ili tagovanje (16%).

Broj učesnika na videu

Analizirani tiktokeri su se u videima najčešće pojavljivali sami (62%), a potom u pratnji jedne osobe (28%), najčešće partnera / partnerke, prijatelja ili članova porodice. Znatno ređe je registrovana grupa ljudi na videu (8%), a to se uglav-

nom dešavalo kada su snimani događaji ili izlasci. Naposletku, u 2% videa nema nijedne osobe u kadru: reč je o videima sa životinjama, videima posvećenim kulinarstvu ili čišćenju stana.

Trajanje videa

Najveći broj videa trajao je između 10 i 30 sekundi (48%), zatim između pola minuta i minut (24%), dok je videa ispod 10 sekundi (15%) i onih preko jednog minuta (12%) bilo u manjoj meri. Najkraći videi trajali su pet sekundi, i bili su sa kanala *barbiafrika*, *annalazarevic* i *stefan_jankovic*, dok je najduži video trajao tri minute i 14 sekundi, a objavljen je na nalogu *ukiqukiq*. Zbirno gledano, svih 20 analiziranih videa je na nalogu Sergeja Pajića trajalo ukupno 330 sekundi (pet i po minuta) što je najmanje ukupno trajanje, a na nalogu *Balkandad* 1107 sekundi (oko 18 i po minuta), što je najveće ukupno trajanje videa.

Broj pregleda na videima

Najviše pregleda na analiziranim videima imao je nalog *Balkandad* (*loshmi95*) – oko 28,7 miliona, a zatim *Arsa* (*ar-saovde*) sa oko 14,5 miliona. Najmanje pregleda imao je nalog *barbiafrika* (*barbiafrika*), iako je istovremeno najpraćeniji nalog u korpusu. Dva videa sa najvećim brojem pregleda su videi o pravljenju slavske sarme i ruske salate za slavu, a oba su sa kanala *Balkandad*. Tiktoker detaljno pojašnjava korake u pripremi ovih jela, uz šaljive komentare. Videi su na engleskom jeziku i imaju preko 6,4, odnosno 6,1 milion pregleda. I treći i četvrti video po broju pregleda su sa istog kanala: na jednom od njih *Balkandad* isprobava softver za veštačku in-

teligenciju (3,5 miliona), a na drugom ponovo kuva, ovaj put belu čorbu (2,7 miliona). Peti video po broju pregleda je sa kanala Janko, ima 2,4 miliona pregleda, a tiktoker u njemu, uz popularnu muziku, postavlja fotografije sebe iz detinjstva uz opis na samom videu: „Ja sa 13: ‘Tata, san mi je da odem na stadion PSŽ-a’”, a zatim i video u kom se trenutno nalazi na ovom stadionu.

Pet najmanje gledanih videa potiču sa kanala koji je prvi po broju pratilaca u ovom korpusu – *barbiafrika*. Videi imaju od 41,6 do 45,3 hiljade pregleda: na tri od pet videa tikto-kerka pleše uz muziku, na jednom odgovara na izazov i pravi hranu, dok je jedan selfi video od pet sekundi u kom koristi nadsinhronizaciju. Procentualno gledano, najviše videa imalo je između sto i dvesta hiljada pregleda (22% videa), dok je čak 13% objava imalo preko milion pregleda.

ZAKLJUČCI

Istraživanje „Mladi u medijskom ogledalu 2022“ obuhvatio je tri celine. U sklopu prve je kvantitativno-kvalitativnom analizom posmatran diskurs devet mejnstrim medija o mladima. Druga celina bila je posvećena modelima izveštavanja omladinskih portala o aktivizmu, ekologiji, mentalnom zdravlju i seksualnom i rodno zasnovanom nasilju, dok je treća bila bazirana na analizi najpopularnijih Tiktok kanala u Srbiji.

Rezultati monitoringa mejnstrim medija gotovo se u celosti mogu čitati u svetlu nivoa interesovanja za crnu hroniku: tamo gde je više prostora posvećeno ubistvima, kriminalu i saobraćajnim nesrećama – tu su veći geografski diverzitet, učešće policije kao aktera, ali i učešće „Bezbednosti mladih“ kao teme. U analiziranim medijima ubedljivo je najmanje zastupljena tema „Mladi, aktivizam i volonterski rad“ (1%), a najviše zastupljena „Bezbednost mladih“ (43%). U svim analiziranim medijima, osim u listu „Danas“ i na portalu „Peščanik“, lokalni geografski obuhvat bio je češći od državnog, prevashodno zbog velike količine priloga/tekstova iz domena crne hronike. „Danas“ i „Peščanik“ imali su dominantno zastupljen državni obuhvat jer su se češće bavili širim aspektima određenih tema od značaja za mlade. Najčešća lokacija (42%) bio je Beograd, a potom slede Novi Sad (9%) i Novi Pazar (6%). Zastupljenost lokacija (osim Beograda) prvenstveno je bila uslovljena brojem slučajeva crne hronike u kojima se kao akteri pojavljuju mladi. Aktuelni događaji bili su najčešći povod za izveštavanje u svim analiziranim medijima, izuzev u „Peščaniku“. Dominantni položaj aktuelnih događaja kao povoda za izveštavanje uslovljen je, ponovo, slučajevima crne

hronike. Policija i vojska bili su najčešći akteri koji govore o mladima na „Pinku“, u „Novostima“, u „Informeru“, na portalima „Blic“ i „Mondo“, dok su na N1 to druge državne institucije, u „Danasu“ i na „Peščaniku“ analitičari i stručnjaci, a na RTS-u ministri. Mladi su se najčešće pojavljivali u prilogima u negativnom kontekstu, čime je ostvaren kontinuitet u odnosu na prethodne istraživačke cikluse, a najčešći stereotipi koji se vezuju za mlade tiču se nasilja, narkomanije, nasilne vožnje i promiskuiteta. Mladima koji su pripadnici osetljivih grupa izveštavalo se malo ili nimalo, dok analiza rodnog diverziteta pokazuje da zastupljenost akterki ni u jednom od devet analiziranih medija nije prešla 35%.

Analiza tekstova omladinskih portala o aktivizmu pokazala je da su svi mediji, izuzimajući portal „Redakcija“, o ovoj temi izveštavali često. Portali „O radio“, „Zoomer“, „Youth vibes“, „Mingl“ i „Oblakoder“ aktivističkim temama pristupali su i na analitičan način, dok su „Megafon“, „Omladinske novine“ i „Redakcija“ uglavnom ostajali u okvirima informativnog. Ti portali prevashodno su se oslanjali na izveštavanje o aktivističkim događajima i promociju aktivističkih organizacija. Napredak u odnosu na prethodnu godinu uočen je u plasiranju multimedijalnih sadržaja, pogotovo na portalima „Megafon“ i „Youth vibes“, koji su u većem broju tekstova imali video-sadržaje. Nažalost, većina tih sadržaja ima izuzetno nizak broj pregleda, pa je u budućnosti možda potrebno dodatno raditi na njihovoj boljoj promociji.

Analiza tekstova omladinskih portala o ekološkim temama pokazala je da su određeni portali („Megafon“, „Youth vibes“ i „Redakcija“) o životnoj sredini izveštavali malo ili nimalo, oslanjajući se prevashodno na aktuelnosti vezane za ekologiju i ne zadirući dublje u problematiku ekoloških pitanja. Nešto više pažnje ovoj temi pružile su „Omladinske novine“, koje su uz izveštaje i vesti o akcijama čišćenja objavile

nekoliko analitičkih tekstova o temi ekologije. „Mingl“ je prevažno svoje čitaoce pozivao na ekološke manifestacije, skupove i na učešće u konkursima za projekte vezane za ovu oblast, ali je u pojedinim tekstovima pružao i korisne ekološke savete i publiku upoznao sa nekim manje poznatim terminima. „Zoomer“ i „Oblakoder“ objavili su veliki broj tekstova o analiziranoj temi, ali nisu pokazali visok tematski diverzitet – „Zoomerove“ priče bile su češće fokusirane na litijum i sagledavale su problem iz političkog ugla, a „Oblakoderove“ su se analitički bavile problemom zagađenja vazduha i konekcijom ekologije i kulture. „O radio“ je ekološkim temama pristupio na sveobuhvatan način, ne propuštajući da pokrije nijedan segment ove problematike. Pojedini portali u svoje tekstove uključivali su i određene multimedijalne sadržaje, ali je takva praksa više izuzetak nego pravilo.

Kada je reč o temi mentalnog zdravlja, samo „Redakcija“ nije imala nijedan registrovani tekst o ovoj temi, dok je portal Megafon u analiziranom periodu objavio jedan tekst, i to najavu događaja. Portali „Mingl“, „Omladinske novine“ i „Youth Vibes“ su tokom 2022. godine izveštavali o ovoj temi najčešće najavljujući ili promovišući aktivnosti nevladinih organizacija (tribine, aplikacije, podkaste) ili izveštavajući sa sličnih aktivnosti, ali su u manjoj meri registrovani i analitički članci u kojima su detaljno sagledavani fenomeni u oblasti mentalnog zdravlja. Izveštaja i najava bilo je i na portalu „O radio“, ali je ovaj portal u velikoj meri koristio i analitičke žanrove kako bi čitaocima približio teme mentalnog zdravlja, a ove teme su registrovane i u tekstovima iz oblasti kulture. O mentalnom zdravlju kroz kulturu pisao je i portal „Zoomer“, koji je o ovoj temi objavio najviše sadržaja posle „Oblakodera“. Izdvaja se, u vezi sa „Oblakoderom“, i to što je više od svih ostalih izveštavao o aktuelnim fenomenima i terminima u vezi sa mentalnim zdravljem, detaljno i kritički,

povremeno konsultujući stručnjake, ali i kroz kolumne i lične stavove. Istovremeno, na ovom portalu najčešće je pisano i o aktuelnim dešavanjima u Srbiji i u svetu u vezi sa mentalnim zdravljem i suicidom mladih osoba. Pohvalno je da su pojedini portali („O radio“, „Zoomer“, „Oblakoder“...) na kraju tekstova o mentalnom zdravlju prilagali kontakt-brojeve centara koji pružaju psihološku pomoć onima kojima je potrebna. Omladinski mediji, međutim, nisu u dovoljnoj meri konsultovali mlade kada izveštavaju o mentalnom zdravlju. Istovremeno, ne može se smatrati da su izveštavanjem omladinskih medija tokom 2022. godine bile obuhvaćene različite grupe mladih u Srbiji. Primećeno je da je, kada je reč, o posebnim grupama, izveštavano najčešće o studentima i povremeno o pripadnicima LGBT+ populacije, dok drugih grupa gotovo da nije bilo – ni kao objekata ni kao subjekata u analiziranom periodu.

Većina portala je o temi seksualnog i rodno zasnovanog nasilja izveštavala retko tokom 2022. godine. Na portalu „Redakcija“ nije registrovani nijedan tekst, dok su portali „Mega-fon“, „Mingl“, „Youth Vibes“ i „Omladinske novine“ većinom izveštavale o aktivnostima, tribinama ili akcijama nevladinih i drugih organizacija kojima su u fokusu bili rodno zasnovano ili seksualno nasilje. U manjoj meri registrovani su analitički tekstovi, kolumne i intervjui sa, najčešće, feminističkim aktivistkinjama. Više analitičkih članaka registrovano je na portalu „O radija“, koji se ovom temom bavio i u okviru kulturne rubrike. Na ovom portalu tekstualni sadržaj pratile su i audio verzije, odnosno snimci podkasta u kojima je tema iz teksta detaljnije analizirana. „Zoomer“ je u velikoj meri pokrivaio aktuelna dešavanja u vezi sa rodno zasnovanim i seksualnim nasiljem u svetu, ali i u Srbiji. Tekstovi na ovom sajtu pisani su jezikom koji je prijemčiv mlađoj publici, a u pojedinim situacijama i gotovo neformalnim stilom. „Oblakoder“ je od

svih analiziranih portala najviše izveštavao o ovoj temi, a izdvaja se i po detaljnim i analitičkim tekstovima u kojima se pojašnjavaju određeni termini koji nisu poznati široj javnosti, pokreću se teme koje se i dalje smatraju tabuima u većem delu društva, a izveštava se i o aktuelnim slučajevima nasilja nad ženama i femicidu u Srbiji. Generalno gledano, iako omladinski portali nisu u velikoj meri izveštavali o ovoj temi, primećeno je da su se gotovo uvek služili profesionalnim standardima novinarstva, bez senzacionalizma i tabloidizacije. U analitičkim tekstovima koji su objavljivani tokom prošle godine, portali su javnosti pojašnjavali određene fenomene i pojmove u okviru ove oblasti i ukazivali na važnost pokretanja dijaloga o nasilju u društvu. Kada su izveštavali o aktuelnim slučajevima rodno zasnovanog ili seksualnog nasilja ili femicida u Srbiji, omladinski portali su takve situacije koristili kako bi skrenuli pažnju javnosti da je nasilje u društvu i dalje vrlo prisutno. Ni u takvim situacijama nije primećeno da su se služili senzacionalizmom zarad klikova i profita, već su se prema osetljivim društvenim pitanjima odnosili profesionalno, fokusirajući se na ključne aspekte događaja i poštujući integritet žrtava.

Izveštavanje se najčešće, pogotovo kada je reč o kratkim formama, fokusira na detektovanje problema, bez osvrta na širi kontekst i implikacije. Kao odgovor na takav model, u kom novinar ima funkciju beležničara, sve aktivnije se promoviše ideja „novinarstva orijentisanog ka rešenjima“ (eng. solution journalism, skraćeno SoJo), odnosno novinarstva s proaktivnim pristupom. Reč je o novinarstvu koje podrazumeva „precizno i uverljivo izveštavanje o odgovorima na društvene probleme. (...) Fokusira se ne samo na ono što bi moglo biti delotvorno, već i na pitanje kako i zašto je to delotvorno. Fokusira se i na to zašto se javljaju teškoće u primeni nekog rešenja“ . Analiza mejnstrim medija pokazala je

da se u samo 26% slučajeva pri izveštavanju o temama od značaja za mlade nudi konkretno rešenje. Međutim, među tim objavama najviše je onih koji nude rigidno ili populističko rešenje, ili pak površno objašnjeno rešenje, dok se naznake analitičnosti u pogledu traganja za solucijama mogu pronaći samo u nekoliko tekstova dnevnog lista „Danas“. Iako na omladinskim portalima novinarstvo orijentisano ka rešenjima i dalje nije široko prisutno, prilike su mnogo povoljnije nego u mejnstrim medijima. Analizom izveštavanja omladinskih portala o aktivizmu i ekologiji uočeno je da su pojedini portali pažnju posvetili i rešenjima problema vezanih za ove teme, dok su drugi pretežno afirmisali ekološke i aktivističke akcije ili organizacije. Najviše sadržaja koji se mogu okarakterisati kao novinarstvo orijentisano ka rešenjima ponudili su portali „Mingl“, „Oblakoder“, „Zoomer“ i „O radio“. Naročito vredni istaći tekst „O radija“ objavljen 10. marta 2022, koji se bavi zapošljavanjem mladih i pruža osvrt na primer dobre prakse iz Evropske unije, tj. primer garancija za zapošljavanje koje su smanjile nezaposlenost mladih u EU na istorijski nizak nivo. Kada je reč o temi seksualnog i rodno zasnovanog nasilja na omladinskim portalima, primećeno je da su se redakcije u manjoj meri služile tehnikama novinarstva orijentisanog ka rešenjima. Takve priče primećene su, na primer, na portalu „Oblakoder“, kada je izveštavano o institucionalnim naporima, rešenjima i praksama u vezi sa sprečavanjem nasilja u porodici, kao i o aktivnostima feminističkih organizacija koje imaju za cilj suzbijanje rodnog nasilja. Ističe se i primer sa sajta „Oblakoder“ posvećen lošim medijskim praksama pri izveštavanju o femicidu: ukazano je na to zašto su određene prakse loše i kako je moguće izveštavati uz poštovanje profesionalnih standarda i integriteta žrtava.

Analiza videa 10 najpopularnijih tiktokera iz Srbije ukazala je na aktuelne trendove na ovoj društvenoj mreži, kao

i na potencijalne opasnosti u domenu širenja toksičnih narativa i prikriivenog oglašavanja. Korisnici Tiktoka ovu mrežu najčešće posećuju kako bi se zabavili, te zato ne iznenađuje podatak da najpraćeniji Tiktok nalozi u Srbiji upravo i nude ovakav sadržaj korisnicima, i na tome 'zarađuju' veliki broj pregleda. Prva od pet najzastupljenijih tema – muzika, sama po sebi predstavlja zabavni sadržaj, dok su i ostale teme (partnerski odnosi, kuvanje, izazovi i eksperimenti i porodični odnosi) u najvećem broju slučajeva predstavljene na zabavan način, kroz satirične skečeve ili vlogove. Edukativni sadržaji, kakvi se takođe mogu pronaći na ovoj mreži, i dalje nisu prisutni kao što su zabavni sadržaji, pa se može zaključiti da će se kreatori sadržaja koji imaju veliki broj pratilaca ređe odlučivati da snimaju i plasiraju nešto edukativno. Ipak, istraživanje Pionira, koje je pomenuto u uvodu analize Tiktoka, pokazuje da korisnici na Tiktok dolaze, između ostalog, i kako bi dobili savete, inspiraciju i ideje, pa čak i recepte za pravljenje hrane. Kreatori prepoznaju interesovanje publike za takav sadržaj, te im u velikoj meri i nude različite savete, ideje i, svakako, recepte. Od pet najgledanijih videa iz analiziranog korpusa tri su bila posvećena kuvanju ili isprobavanju hrane. Pritom, važno je napomenuti da su sva tri videa snimljena u vrlo šaljivom duhu, a budući da publika na Tiktoku u najvećoj meri želi zabavu, čini se da je kombinacija ovih elemenata – edukacije i zabave, okidač za viralnost sadržaja. Sa druge strane, informativnog sadržaja gotovo da nema: najpraćeniji tiktokeri mahom ne postavljaju sadržaje u kojima pokreću važne društveno-političke teme. Ipak, kada se izuzeci dese, mogu biti veoma budno praćeni: tako je, na primer, video o nasilju nad ženama imao preko milion i dvesta hiljada pregleda, a skeč o tabloidu „Informer“ nakon objavljivanja intervjua sa višestrukim silovateljem oko 130.000 pregleda. Taj pokazatelj može poslužiti kao poruka kreatorima sadržaja

da je moguće baviti se i važnim temama na Tiktoku, a biti gledan u isto vreme. Sa druge strane, to bi značilo da uticaj koji kod publike već imaju mogu iskoristiti kako bi podizali svest javnosti o nekim važnim temama ili kako bi dodatno edukovali i informisali mlade koji čine najveći deo publike na ovoj mreži. Ono dodatno, na kraju, treba istaći jeste da tokom celokupne analize nisu registrovane drame i svađe među tiktokerima, a gotovo da nije bilo ni prozivanja ili vređanja drugih kreatora na ovoj mreži ili bilo koga drugog u analiziranih dvesta videa. Izuzetak je tek nekoliko videa u kojima su primećeni mizogini i homofobični stavovi, koji se na društvenoj mreži s tako brzim obrascima viralnosti mogu smatrati posebno štetnim. Takođe, svi sponzorisani videi trebalo bi da ubuduće jasno budu označeni kao takvi.

YOUTH IN THE MEDIA MIRROR 2022

– RESEARCH SUMMARY

The “Youth in the Media Mirror 2022” research covered three parts. In the first part, the discourse of nine mainstream media on youth was observed through a quantitative-qualitative analysis. The second part was dedicated to youth portals’ reporting models on activism, ecology, mental health, and sexual and gender-based violence, while the third was based on the analysis of the most popular TikTok channels in Serbia.

The results of mainstream media monitoring can almost entirely be interpreted considering the level of interest in crime coverage: where more space is devoted to murders, crime and traffic accidents, there is greater geographical diversity, the participation of the police as an actor, but also the participation of “Youth Security” as a topic. In the analysed media, the least represented topic was “Youth, activism and volunteering” (1%), while the most represented was “Youth Security” (43%). With the exception of the Danas newspaper and the Peščanik portal, all analysed media had greater local than national coverage, primarily due to the substantial number of articles/texts reporting on crime and traffic accidents. Danas and Peščanik had predominantly national coverage because they more often tackled broader aspects of certain topics of importance to young people. The most frequent location (42%) was Belgrade, followed by Novi Sad (9%) and Novi Pazar (6%). The representation of locations (except Belgrade) was primarily determined by the number of crime cases and traffic accidents in which

young people appear as actors. Apart from Peščanik, current events were the most common trigger for reporting. Once again, crime cases and traffic accidents conditioned the dominant position of current events, as a trigger for reporting. The police and the army were the most frequent actors who spoke about youth on Pink television, for newspapers Novosti, and Informer, and on the Blic and Mondo portals. On N1 television the youth issues were discussed mostly by other state institutions, in Danas and Peščanik these were analysts and experts, while ministers appeared on Radio Television of Serbia. Most often, the context in which young people were mentioned was negative, which represents a continuity when compared to previous research cycles. The most common stereotypes associated with youth were violence, drug addiction, violent driving, and promiscuity. Young people who are members of vulnerable groups were hardly reported on, if at all, while the analysis of gender diversity shows that the representation of young women did not exceed 35% in any of the nine analysed media.

An analysis of youth portal texts on activism showed that all media, except the Redakcija portal, reported on this topic frequently. Portals O radio, Zoomer, Youth vibes, Mingl, and Oblakoder approached youth activism topics in an analytical way as well, while Megafon, Omladinske novine, and Redakcija mostly remained within the framework of providing information. Those portals primarily relied on reporting on activism and promoting activist organizations. Progress compared to the previous year was observed in multimedia content production, especially on the Megafon and Youth vibes portals, which had video content in the majority of texts. Unfortunately, most of these contents had an extremely small number of views, so in the future it may be necessary to work on their better promotion.

The analysis of youth portals on environmental topics showed that certain portals (Megafon, Youth vibes and Redakcija) reported little to nothing about the environment, relying primarily on current events related to ecology without delving deeper into environmental issues. Some more attention was given to this topic by Omladinske novine, which, along with reports and news about cleaning actions, published several analytical texts on the topic of ecology. Mingl primarily invited its readers to environmental events, and gatherings and called them to participate in contests for projects related to this area, but in some texts it also provided useful environmental advice and introduced the audience to some lesser-known terms. Zoomer and Oblakoder published a large number of texts on the analysed topic, but they did not show a high thematic diversity – Zoomer’s stories were more often focused on lithium and looked at the problem from a political angle, while Oblakoder dealt with the problem of air pollution and analysed the connection between ecology and culture. O radio approached environmental topics in a comprehensive manner, not missing any segment of this issue. Some portals included certain multimedia content in their texts, but this practice is more the exception than the rule.

When it comes to the topic of mental health, Redakcija was the only one that did not have a text on this topic, while the Megafon portal published one text during the analysed period, namely the announcement of an event. The portals Mingl, Omladinske novine and Youth vibes reported on this topic during 2022, most often announcing or promoting the activities of non-governmental organizations (panels, applications, podcasts) or reporting from similar activities. Analytical articles in which phenomena in the field of mental health were examined in detail were present to a lesser ex-

tent. Reports and announcements were also present on the O radio portal, but this portal also greatly relied on analytical genres to bring mental health topics closer to its readers. Mental health related topics were also registered in texts in the field of culture. The Zoomer portal, that published the most content on this topic after Oblakoder, also wrote about mental health through culture related topics. What stands out about Oblakoder is that, more than any other youth portal, it reported on current phenomena and terms related to mental health, in detail and critically, occasionally consulting experts, as well as addressing the issue through opinion pieces. At the same time, this portal was the most fruitful when writing about current events in Serbia, and the world, related to mental health and suicide among youth. It is commendable that certain portals (O radio, Zoomer, Oblakoder) added the contact numbers of centers that provide psychological help to those who need it at the end of their articles on mental health. Youth media, however, did not sufficiently consult young people when reporting on mental health. At the same time, it cannot be said that the reporting of youth media during 2022 covered diverse groups of young people in Serbia. It was noticed that, when it comes to minority groups, students and occasionally members of the LGBTQ+ community were reported on, while there was almost no coverage during analysed period of any other group, either as objects or subjects.

During 2022, most portals rarely reported on sexual and gender-based violence. Not a single text was registered on the Redakcija portal, while the Megafon, Mingl, Youth vibes, and Omladinske novine portals mostly reported on activities, panels, or actions of non-governmental and other organisations whose focus was gender-based or sexual violence. To a lesser extent, analytical texts, columns, and interviews

with, most often, feminist activists were registered. Several analytical articles were registered on the O radio portal, which also dealt with this topic in the culture section. On this portal, the written content was accompanied by audio versions, i.e., podcast recordings in which the topic of the text was analysed in more detail. Zoomer largely covered current events related to gender-based and sexual violence on a global scale, as well as in Serbia. The texts on this site are written in a language that is appealing to a younger audience, and in some situations in an almost informal style. Out of all the analysed portals, Oblakoder reported the most on this topic, and it stands out for its detailed and analytical texts in which certain terms that are not known to the general public are clarified. It initiated topics that are still considered taboo among the audience and reported on current cases of violence against women and femicide in Serbia. In general, although youth portals did not report on this topic to a great extent, it was noted that they almost always used professional standards of journalism, without sensationalism and tabloidisation. In analytical texts that were published during the last year, the portals clarified certain phenomena and concepts within this field and indicated the importance of initiating a dialogue about violence in society. When reporting on current cases of femicide, gender-based or sexual violence in Serbia, youth portals used such situations to draw the public's attention to the fact that violence is still very much present in society. Even in such situations, it was noticed that they did not use sensationalism for the sake of clicks and profit but treated sensitive social issues professionally, focusing on the key aspects of the event and respecting the integrity of the victims.

Reporting, especially when it comes to short forms, most often focuses on detecting problems, without exam-

ining wider context and implications. In response to such a model, in which a journalist has the function of a note-taker, the idea of “solution-oriented journalism” (SoJo), i.e. journalism with a proactive approach, is increasingly being promoted. It is about journalism, which implies “precise and reliable reporting on answers to social problems. (...) It focuses not only on what could be effective, but also on the question of how and why it is effective. It also focuses on why there are difficulties in implementing a solution.” An analysis of the mainstream media showed that in only 26% of cases when reporting on topics of importance to young people, a concrete solution has been offered. However, among that content, there are most of those that offer a rigid or populist solution, or a superficially explained solution, while indications of analyticalness in terms of searching for solutions can only be found in a few texts of the daily newspaper “Dan-as”. Although solution-oriented journalism is still not widely present on youth portals, the opportunities are much more favorable than in the mainstream media. By analysing youth portals’ reporting on activism and ecology, it was observed that some portals paid attention to solutions to problems related to these topics, while others predominantly affirmed environmental and activist actions or organisations. The portals “Mingl”, “Oblakoder”, “Zoomer” and “O radio” offered the most content that can be characterized as solution-oriented journalism. It is especially worth highlighting the text “About the radio” published on March 10, 2022, which dealt with youth employment and provided an overview of an example of good practice from the European Union, i.e. an example of employment guarantees that have reduced youth unemployment in the EU to historically low levels. When it comes to the topic of sexual and gender-based violence on youth portals, it was noticed that the redactions used the

techniques of solution-oriented journalism to a lesser extent. Such stories were noticed, for example, on the “Oblakoder” portal, when it reported on institutional efforts, solutions and practices related to the prevention of domestic violence, as well as on the activities of feminist organizations aimed at combating gender-based violence. Highlighted has been an example from the website “Oblakoder” dedicated to poor media practices in reporting on femicide: it is pointed out why certain practices are poor and how it is possible to report while respecting the professional standards and integrity of the victims.

Video analysis of the 10 most popular TikTok accounts from Serbia pointed to current trends on this social network, as well as potential dangers in the domain of spreading toxic narratives and covert advertising. TikTok users most often visit this network to have fun, so it is not surprising that the most followed TikTok accounts in Serbia offer this kind of content to their users, and they “earn” a large number of views from it. The first out of the five most represented topics – music, in itself represents entertaining content, while the other topics (intimate relationships, cooking, challenges and experiments, and family relationships) are in most cases presented in a fun way, through satirical sketches or vlogs. Educational content, which can also be found on this network, is still not as present as entertainment, so it can be concluded that content creators who have a large number of followers will less often decide to make and promote something educational. However, Pioniri’s research, which was mentioned in the introduction to the TikTok analysis, shows that users come to TikTok, among other things, to get tips, inspiration, and ideas, even food recipes. Creators recognise the audience’s interest in such content and thus offer various tips, ideas and, of course, recipes. Of the five most

viewed videos from the analysed corpus, three were dedicated to cooking or food tasting. Additionally, it is important to note that all three videos were recorded in a very humorous spirit, and since the audience on TikTok mostly wants entertainment, it seems that the combination of these elements – education and entertainment, is the trigger for the content's virality. On the other hand, there is almost no informative content: the most followed TikTok content creators generally do not post content in which they raise important socio-political topics. However, when exceptions do occur, they can be very well noted: for example, the video about violence against women had over one million and two hundred thousand views, and the skit about the Informer tabloid, after the publication of an interview with a serial rapist, received about 130,000 views. That indicator can serve as a message to content creators that it is possible to engage in important topics on TikTok and get views at the same time. Moreover, it would mean that they can use the influence they already have with the audience to raise public awareness about some important topics, or to additionally educate and inform young people who make up the majority of the audience on this network. Finally, what needs to be added is that throughout the entire analysis, arguments, and conflicts among TikTok content creators were not registered, there was almost no name-calling, or insults aimed at other creators on this network, or anyone else among the analysed two hundred videos. The only exceptions were a few videos containing misogynistic and homophobic attitudes, which can be considered particularly harmful on a social network with such rapid virality patterns. In addition, all sponsored videos should be clearly labelled as such in the future.

CIP – Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

316.774-053.6(497.11)"2022"

316.4(497.11)"2022"

СТЈЕПИЋ, Дарија, 1997–

Mladi u medijskom ogledalu 2022 / Darija Stjepić, Ivan
Subotić. – Beograd : Krovna organizacija mladih Srbije, 2023
(Beograd : Dosije studio). – 98 str. : graf. prikazi, tabele ; 20 cm

Tiraž 200. – Napomene i bibliografske reference uz tekst. –
Summary: Youth in the media mirror 2022.

ISBN 978-86-80578-23-1

1. Суботић, Иван, 1997– [аутор]

а) Масовни медији — Омладина — Србија — 2022

б) Друштвене прилике — Србија — 2022

COBISS.SR-ID 111137289

Ovo istraživanje izradila je Krovna organizacija mladih Srbije u saradnji sa DW Akademijom. Istraživanje je nastalo u okviru projekta CINERGY, koji podržava Ministarstvo za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke i DW Akademija.

Stavovi izraženi u ovoj publikaciji odgovornost su autora i izdavača i ne predstavljaju nužno stavove Ministarstva za ekonomski razvoj i saradnju Savezne Republike Nemačke, kao ni DW Akademije.

 www.koms.rs

 [@komsmladi](https://www.instagram.com/komsmladi)

 [/komsmladi](https://www.facebook.com/komsmladi)

 [@komsmladi](https://twitter.com/komsmladi)

 [/company/komsmladi](https://www.linkedin.com/company/komsmladi)

 [@komsmladi](https://www.tiktok.com/@komsmladi)

 [KOMSmladi](https://www.youtube.com/KOMSmladi)



ISBN 978-86-80578-23-1

