

ANALIZA

PRISUSTVO I ZASTUPLJENOST MUSLIMANA KAO NACIONALNE MANJINE U CRNOGORSKIM MEDIJIMA

IMPRESUM

Za izdavača:
Dino Kalač

Urednik:
Dino Kalač

Autor:
Dino Kalač

Štampa i dizajn:
Digital Agency 4UP d.o.o.

Tiraž:
100

REALIZOVANO UZ PODRŠKU FONDA ZA ZAŠTITU I OČUVANJE MANJINSKIH PRAVA CG



Fond za zaštitu i ostvarivanje
manjinskih prava

REZIME

- Kada je u pitanju ukupan narativ, tema Muslimani bilježena je afirmativno, ali i sa značajnim rastom negativnog sadržaja, što ukazuje na potrebu većeg opreza prilikom izvještavanja, ali i rada na postizanju pune pravne i relane ravnopravnosti svih nacionalnih manjina.
- Društveno političke prilike u Crnoj Gori, ali i svijetu, ekonomska kriza i ratna atmosfera prirodno i sociološki očekivano bude potrebu bližeg i užeg povezivanja građana unutar svojih grupa bilo nacionalnih ili vjerskih. U slučaju Crne Gore ovi trendovi znače buđenje uvijek prisutnih negiranja drugih nacija, relativizaciju ili reviziju historijskih događaja od strane političkih aktera i unutrašnje sukobe stanovništva u odnosu na ovu pripadnost. U javnom narativu, ove promjene vidljive su kroz govor mržnje i manje kroz konkretne fizičke napade na pripadnike drugih nacionalnih grupa ili njihove svojine.
- Mediji, pukim prenošenjem poruka funkcionera i političara, ne obavljaju do kraja svoju ulogu. Poželjno je, kada su u pitanju ovakve teme, postići senzibilitet potrebe naglašavanja prvo afirmativnih poruka ali izbjegavanje kvalifikacija lica prije svega pogrđnim nazivima a onda uopšte nacionalnim pripadnostima ako je to irelevantno. Dakle, mediji bi, kada je o ovako osjetljivim temama riječ, trebalo da pristupe sa dužnom novinarskom pažnjom i pridržavaju se načela novinarskog Kodeksa, izbjegavaju senzacionalističke naslove i komentare, zapaljive riječi i narrative, te profesionalnim pristupom u izvještavanju doprinesu smanjenju tenzija i netrpeljivosti.
- U periodu od 1. maja do 31. oktobra 2022. godine u sadržaju 10 online medija (Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, Antena M, IN4S, Standard, FOS media, gradski.me i kolektiv.me) evidentirano je 1710 medijskih objava koje sadrže ključnu riječ Musliman/musliman (izvedenice), a od čega njih 402 zapravo govore o Muslimanima kao nacionalnoj manjini, odnosno naciji. U ukupnom publicitetu same riječi Musliman/musliman (i izvedenice), one objave koje se odnose na Muslimane kao naciju imaju udio od 24%. U poređenju sa prethodnim posmatranim periodom (prva polovina 2021. godine), publicitet posmatrane teme je vidljivo umanjen. Kako je u prethodno posmatranom periodu, zabilježen značajan rast objava, ovo umanjenje ne tretiramo kao pad publiciteta teme, već kao ustaljeni nivo njene prisutnosti.
- U posmatranom periodu evidentirane su 592 medijske objava u kojima se pominje ključna riječ Bošnjak (i izvedenice). Bošnjaci kao nacija su medijski prisutniji od Muslimana kao nacije u sadržaju posmatranih medija. Ipak, u odnosu na ranije posmatrane periode, ova razlika značajno je smanjena ali nažalost zbog smanjenja prisutnosti pominjana obje nacije, a ne zbog rasta broja objava u kojima se pominju Muslimani.
- Muslimani kao nacionalna manjina u najvećem broju objava pominjani su u političke svrhe kako od političkih predstavnika te manjine i Bošnjačke stranke, tako i od predstavnika ostalih političkih partija, pojedinaca, samih medija i predstavnika pojedinih državnih institucija. Rubrike posvećene društvu generišu visok broj medijskih objava kao posljedica konkretnih događaja i godišnjica o kojima mediji redovno izvještavaju. Sa druge strane, vrlo malo se govori o sistematskim problemima svake manjine pa i muslimanske, a to su ekonomska pitanja (zapošljavanje, egzistencija i sl). Malo se govorilo i o kulturi, tradiciji i historiji Muslimana.

- Izvještavajući o Muslimanima kao naciji/narodu u u posmatranom periodu 2022. godine posmatrani mediji su kumulativno stvorili dominantno neutralnu do pozitivnu sliku. Ono što zabrinjava je prisustvo negativnih objava, kao i značajan rast ove vrste objava. Naime, plasirane su čak 24 negativne objave (6% od ukupnog broja evidentiranih objava koje govore o Muslimanima kao narodu), što se, imajući u vidu da se radi o pripadnicima nacionalne manjine, odnosno naroda, ima smatrati izrazito visokim. Mediji, bez obzira da li prenose tuđe stavove imaju obavezu posebne pažnje u brige o ne izazivanju tenzija kada je izvještavanje o nacionalnim manjinama u pitanju.
- Ono što je pozitivno je da su se negativne objave kod većine posmatranih portala pojavljivale u malom broju (statistički ne toliko značajnom), dakle, više su izuzetak nego pravilo, odnosno, većina negativnih objava evidentiran je u sadržaju samo jednog medija (portal IN4S). Napominjemo posebno u sadržaju ovog portala, u značajnom broju medijskih objava nije najjasnije da li autor ili sagovornik čiji se stav prenosi misli na nacionalnu odrednicu ili vjersku i to bez obzira na pisanje pojma velikim ili malim slovom.
- U odnosu na prethodno posmatrani period zabilježen je potpuno identičan udio objava sa pogrešnom upotrebom termina Musliman, odnosno nekorištenjem velikog slova kad treba ili obratno. Važi i ranije uočen podatak koju ukazuje na to da do nepravilne upotrebe termina Muslimani dolazi i kod medijskih objava koje imaju afirmativan pristup prema pripadnicima ovog naroda. Dakle, može se govoriti o lošoj edukaciji, informisanosti, na kraju izostanku pažnje i senzibiliteta novinara ili pojedinaca. Za medijsko pozicioniranje, a samim tim i u javnosti, jako je važno ukazivati na ovu problematiku, jer će u protivnom, kao i do sada dolaziti do poistovjećivanja termina Muslimani sa, a priori, vjerskom, a tek onda sa nacionalnom odrednicom.
- Kao i u prethodnom i u ovom posmatranom periodu teme koje generišu manji broj objava imale su izrazito pozitivnu sliku o posmatranoj temi (kultura, zapošljavanje i ostalo). Teme kod kojih je bilježen veći broj objava sadržale su i negativna pominjanja ove nacionalne grupe – istorija, ljudska prava, hronika i politika.
- Posmatrano po portalima pojedinačno, IN4S izdvaja se kao portal u čijem sadržaju je u odnosu na sve posmatrane parametre plasirana najlošija slika o posmatranoj temi, odnosno o Muslimanima kao o narodu. Budući da je došlo do izvjesnih ponavljanja, stvaranja panterna u načinu izvještavanja kada je u pitanju ovaj portal, u nivou indicije se može govoriti o namjeri neafirmativnog predstavljanja Muslimana javnosti, ili o ozbiljnom izostanku senzibiliteta noophodnom kada se izvjestava o grupama, narodima i sl.
- Glavni nalaz analize i preporuka jeste da još uvijek postoji veliki prostor za edukaciju medija, medijskih predstavnika i ukupne javnosti o pitanjima nacije, religije, potrebama razlikovanja i poštovanja oba oblika pripadnosti pojedinaca.

SADRŽAJ

REZIME.....	2
UVOD.....	5
OPŠTI PODACI.....	6
Tabela 1. Broj objava po medijima pojedinačno (pregled po mjesecima).....	8
Tabela 2. Broj objava po rubrikama.....	9
TON OBJAVA.....	10
Grafikon 2. Broj objava različitog tona (kumulativno).....	10
Grafikon 3. Broj objava različitog tona po medijima pojedinačno.....	11
Grafikon 4. Trend/ton objava.....	11
Grafikon 5. Upotreba termina Musliman i njegovih izvedenica po medijima pojedinačno	12
TEMATSKI PREGLED OBJAVA.....	13
Grafikon 6. Tematska podjela publiciteta (broj objava).....	13
Grafikon 7. Procentualni udio tema.....	14
Grafikon 8. Broj objava različitog tona po temama.....	14
Grafikon 9. Broj objava po medijima pojedinačno -Teme.....	15
FOKUS.....	16
Grafikon 10. Ton za primarne, sekundarne i tercijarne objave.....	16
METODOLOGIJA.....	16
Istraživačko pitanje:.....	17
Posmatrani mediji:.....	18
Posmatrani period:.....	18
Parametri kvantitativno-kvalitativne analize:.....	18
Tematska podjela:.....	18

UVOD

Kvantitativno - kvalitativna analiza medijskog prisustva teme: Muslimani kao narod (nacionalna manjina) u medijima obuhvata pojavljivanje pojma Musliman i izvedenica u periodu od 01. maja do 31. oktobra 2022. godine, u sadržaju 9 online medija (Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, Antena M, IN4S, Standard, FOS media i gradski.me (bez rubrike sport).

Cilj analize, izuzev utvrđivanja broja objava u kojima se pominju Muslimani, jeste i provjera načina na koji se ovaj pojam koristi. U svim zabilježenim objavama provjeravao se kontekst (ton objave), odnosno da li se o posmatranoj temi, u ovom slučaju o pripadnicima jednog naroda, govorilo pozitivno, negativno ili neutralno.

Da li su Muslimani bili glavna tema objave, jedna od više ili sporadična provjeravalo se kroz parametar fokus. Ovaj parametar pomaže da se još preciznije utvrdi stepen prisustva teme, odnosno informacija koje se tiču Muslimana u medijima, odnosno, da se provjeri da li su objave u cjelosti posvećene Muslimanima ili se oni „usputno pominju“.

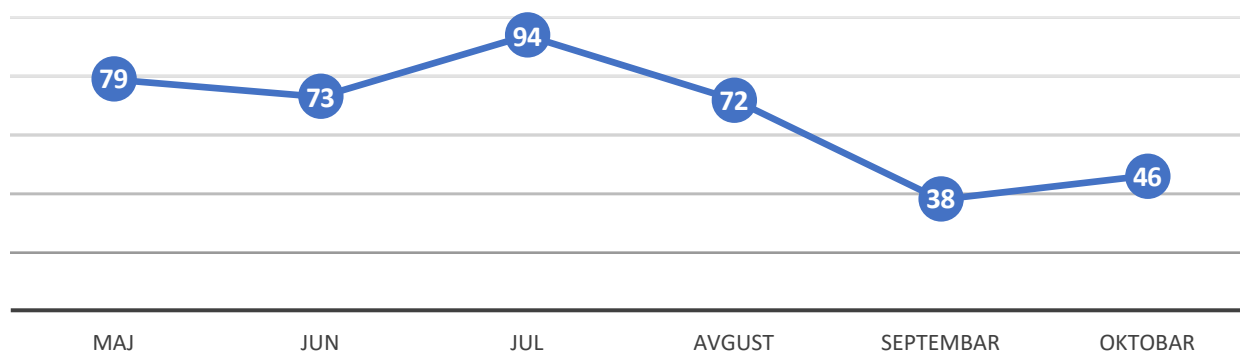
Preko tematske podjele selektovanih objava odgovorilo se na pitanje u vezi sa kojom glavnom temom/oblasti koju mediji obrađuju se najviše pominju Muslimane, što takođe doprinosi stvaranju jasnije slike o prisustvu Muslimana u medijima.

Svi parametri, kao i broj objava u analizi, posmatrani su i po medijima pojedinačno, sa ciljem utvrđivanja eventualne razlike u izvještavanju kod različitih medija. U konačnom, analiza stvara jasnu sliku o tome koliko često i na koji način su Muslimani pominjani u posmatranom periodu 2022. godine.

OPŠTI PODACI

U periodu od 1. maja do 31. oktobra 2022. godine u sadržaju 10 online medija (Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, Antena M, IN4S, Standard, FOS media, gradski.me i kolektiv.me) evidentirano je 1710 medijskih objava koje sadrže ključnu riječ Musliman/musliman (izvedenice), a od čega njih 402 zapravo govore o Muslimanima kao nacionalnoj manjini, odnosno naciji. Dakle, u ukupnom publicitetu same riječi Musliman/musliman (i izvedenice), one objave koje se odnose na Muslimane kao naciju imaju udio od 24%. U poređenju sa prethodnim posmatranim periodom (prva polovina 2021. godine), publicitet posmatrane teme je vidljivo umanjen. Naime broj ukupnih pominjanja izvedenice manji je za 513 objava, dok je broj objava u kojima se Muslimani pominju kao narod umanjen za 234 objave. Udio koji objave u kojima bilježimo pominjanje Muslimana kao naorda u odnosu na ukupan broj objava umanjen je za 2%. Kako je u prethodno posmatranom periodu, prva polovina 2021, zabilježen značajan rast objava, ovo umanjenje ne tretiramo kao pad publiciteta teme, već kao ustaljeni nivo njene prisutnosti.

U posmatranom periodu evidentirane su 592 medijske objave u kojima se pominje ključna riječ Bošnjak (i izvedenice). Bošnjaci kao nacija su medijski prisutniji od Muslimana kao nacije u sadržaju posmatranih medija. Ipak, u odnosu na ranije posmatrane periode, ova razlika značajno je smanjena ali nažalost zbog smanjenja prisutnosti pominjana obje nacije, a ne zbog rasta broja objava u kojima se pominju Muslimani.



Grafikon 1. Mjesečni trend broja medijskih objava

Publicitet Muslimana nije uvijek na istom nivou, već broj pominjanja zavisi od aktuelne situacije, odnosno od konkretnih dešavanja u društvu. Najveći broj objava zabilježen je tokom jula 2022, dok je najmanji broj objava zabilježen u oktobru 2022.

Veliki broj objava zabilježen u julu (94 objave) u skladu je sa obilježavanjem 27. godišnjice genocida u Srebrenici. Ovaj događaj implicirao je veliki broj objava u kojima se pominju Muslimani stradali u ovom genocidu. Osim tradicionalnog obilježavanja pomenute godišnjice, ovog jula, značajan broj objava govori o protestu mještana Mrkojevića kod Bara zbog odugovlačenja sanacije puta kroz ovaj kraj. Ovaj protest značajan je zbog velikog broja nacionalnih Muslimana koji žive u ovom dijelu Bara, te je bio podržan i od strane Savjet Muslimana Crne Gore.

Značajan broj pominjanja Muslimana karakteriše sve ljetnje mjesece, dok je u periodu septembari-oktobar, pripremanje i održavanje lokalnih izbora, vrlo vjerovano uticalo na manje bavljenje svim temama koje nijesu u direktnoj vezi sa izborima, pa tako i sa ovom. Ipak, nizak broj objava u kojima se pominju Muslimani u izbornoj kampanji, takođe je informativna samoposebi.

Maj (79 objava) je obilježen većim brojem objava o memorijalnom okupljanju u cilju obilježavanja godišnjice deportacije bosansko-hercegovačkih izbjeglica iz Crne Gore 1992. godine. Ovo okupljanje dio je djelovanja nevladinih organizacija Akcija za ljudska prava (HRA), Centar za građansko obrazovanje (CGO) i Centar za žensko i mirovno obrazovanje ANIMA.

Jun (73 objave) je obilježen prije svega obilježavanjem nacionalno dana Muslimana Crne Gore. Ovaj događaj implicira povećanje vidljivosti teme, utiče na pozitivan utisak o istoj odnosno doprinosi jasnijem shvatanju značaja ove teme. Ipak, ove godine obilježavanje dana Muslimana generisalo je i negativan sadržaj zbog negativnosti informacije koja je prenošena. Naime, u Petnjici je oštećen postavljeni bilbord Savjeta Muslimanskog naroda Crne Gore povodom nacionalnog Dana Muslimana naše zemlje.

Pominjanje Muslimana tokom avgusta (72 objave) karakteriše veliki broj tema, i manje značajan fokus za pominjanja Muslimana. Ipak, ove objave mogu se smatrati uspješnim jer predstavljaju upravo pominjanja koja ukazuju na integraciju i vidljivost Muslimana u društvu. Naime riječ je u objavama u kojima se bilježe nabiranja svih naroda koji žive u Crnoj Gori, ove objave obično predstavljaju istupe političkih partija.

Kada je u pitanju ukupan narativ, tema Muslimani bilježena je afirmativno, ali i sa značajnim rastom negativnog sadržaja, što ukazuje na potrebu većeg opreza prilikom izvještavanja, ali i rada na postizanju pune pravne i relane ravnopravnosti svih nacionalnih manjina. Društveno političke prilike u Crnoj Gori, ali i svijetu, ekonomska kriza i ratna atmosfera prirodno i sociološki očekivano bude potrebu bližeg i užeg povezivanja građana unutar svojih grupa bilo nacionalnih ili vjerskih.¹ U slučaju Crne Gore ovi trendovi znače buđenje uvijek prisutnih negiranja drugih nacija, relativizaciju ili reviziju istorijskih događaja od strane političkih aktera i unutrašnje sukobe stanovništva u odnosu na ovu pripadnost. U javnom narativu, ove promjene vidljive su kroz govor mržnje i manje kroz konkretne fizičke napade na pripadnike drugih nacionalnih grupa ili njihove svojine. Posljednja politička dešavanja i debate koje se vode kako u sadržaju mas-medija tako i putem društvenih mreža ukazuju da je stanovništvo u Crnoj Gori (većinski) jako podložno manipulacijama na bazi nacionalnog identiteta ili vjerske pripadnosti, a da te debate vrlo često obiluju govorom mržnje u odnosu na različitosti. Vrlo često, iako ne dominantno, politički prvaci su oni koji kod dijela stanovništva izazivaju pomenute debate, odnosno propagiraju govor mržnje. Ovakva podijeljenost društva pogodno je tle za mobilisanje građana na osnovu nacionalnosti, što u velikoj mjeri eksploatišu predstavnici političkih partija ili vjerskih institucija, a samim tim i mediji u kontekstu svoje nepristrasnosti. U ovom kontekstu treba posmatrati i prisustvo informacija o Muslimanima kao narodu u Crnoj Gori, a u posmatranom periodu. Kod slučajeva ispada vjerske ili nacionalne mržnje, predstavnici političkih partija, bilo ispred svoje partije ili funkcionerskog mjesta na kojem se nalaze šalju poruke koje istovremeno pozivaju na pomirenje i izazivaju snažne emotivne naboje podjela na osnovu političke pripadnosti. Mediji, pukim prenošenjem poruka funkcionera i političara, nerijetko odabirajući naslove u kojima su odmah vidljive nepoželjne konstrukcije i optužbe, ne obavljaju do kraja svoju ulogu. Poželjno je, kada su u pitanju ovakve teme, postići senzibilitet potrebe naglašavanja prvo afirmativnih poruka ali izbjegavanje kvalifikacija lica prije svega pogrđnim nazivima a onda uopšte nacionalnim pripadnostima ako je to irelevantno. Dakle, mediji bi, kada je o ovako osjetljivim temama riječ, trebalo

1 Agresija Rusije na Ukrajinu koja je otpočela 24.02.2022, obilježila je sva ekonomska i društvena kretanja u Evropi ali i svijetu u 2022. godini.

da pristupe sa dužnom novinarskom pažnjom i pridržavaju se načela novinarskog Kodeksa, izbjegavaju senzacionalističke naslove i komentare, zapaljive riječi i narative, te profesionalnim pristupom u izvještavanju doprinesu smanjenju tenzija i netrpeljivosti.

Posmatrano po medijima pojedinačno najveći broj objava je zabilježen u sadržaju portala Analitika -73, pri čemu je ubjedljivo najveći broj objava zabilježen u rubrikama hronika i društvo. Najmanji broj objava zabilježen je u portalu FOS medija, 1 objava, i portalu Kolektiv.me ali je riječ o ukupnom radu ovih portala a ne o odnosu ka ovoj temi.

Ostali mediji prenijeli su ujednačen broj objava, odnosno ne bilježi se značajnija razlika u broju prenesenih objava.

MEDIJ	MAJ	JUN	JUL	AVGUST	SEPTEMBAR	OKTOBAR	UKUPNO
PORTAL VIJESTI	17	7	3	2	4	10	43
CDM	10	12	15	12	5	5	59
ANALITIKA	11	12	24	13	9	4	73
ANTENA M	6	8	9	8	2	3	36
RTCG.ME	8	7	8	5	1	3	32
IN4S	11	8	14	8	4	9	54
STANDARD	11	8	6	9	3	6	43
FOS MEDIA			1				1
GRADSKI.ME	5	10	13	12	8	5	53
KOLEKTIV.ME	1	1	3	2	1	1	8
UKUPNO	80	73	96	71	37	80	402

Tabela 1. Broj objava po medijima pojedinačno (pregled po mjesecima)

Posmatrano po rubrikama, najviše objava u kojima je evidentirano pominjanje teme našlo se u rubrici „društvo/hronika“ – 157 objava, na drugom mjestu po broju zabilježenih objava je rubrika „politika“ – 147 objava. Značajno manji broj objava zabilježen je u svim ostalim rubrikama, u rubrici „stavovi i kolumne“ zabilježeno je 35 objava, a u rubrici Regioni 29, dok je broj medijskih objava plasiranih u okviru rubrika „kultura“ i „ekonomija“ izrazito mali.

U poređenju sa prvom polovinom 2021. izuzev brojčanih vrijednosti, nije došlo do značajnijih promjena, niti do preraspodjele vrijednosti po rubrikama. Ovakvo stanje stvari, odnosno način pozicionira medijskih objava od strane medija pojedinačno (i kumulativno) ukazuje da se pojam Muslimani kao nacionalna manjina u najvećem broju koristio u političke svrhe kako od političkih predstavnika te manjine i Bošnjačke stranke, tako i od predstavnika ostalih političkih partija, pojedinaca, samih medija i predstavnika pojedinih državnih institucija. Rubrike posvećene društvu generišu visok broj medijskih objava kao posljedica konkretnih događaja i godišnjica o kojima mediji redovno izvještavaju. Sa druge strane, vrlo malo se govori o sistematskim problemima svake manjine pa i muslimanske, a to su ekonomska pitanja (zapošljavanje, egzistencija i sl.). Malo se govorilo i o kulturi, tradiciji i istoriji Muslimana (izuzev ratovanja na ovim prostorima).

MEDIJ	Politika	Ekonomija	Društvo-Hronika	Region-svijet	Kultura-istorija	Stavovi čitalaca, kolumne...
PORTAL VIJESTI	12	3	12	0	15	1
CDM	35	2	16	2	3	1
ANALITIKA	2	1	52	9	0	9
ANTENA M	16	0	9	3	0	8
RTCG.ME	9	2	18	2	0	1
IN4S	22	1	18	1	2	
STANDARD	13	0	22	8	2	9
FOS MEDIA	0	0	1	0	0	0
GRADSKI.ME	30		9	4	3	6
KOLEKTIV.ME	8	0	0	0	0	0
UKUPNO	147	10	157	29	25	35

Tabela 2. Broj objava po rubrikama

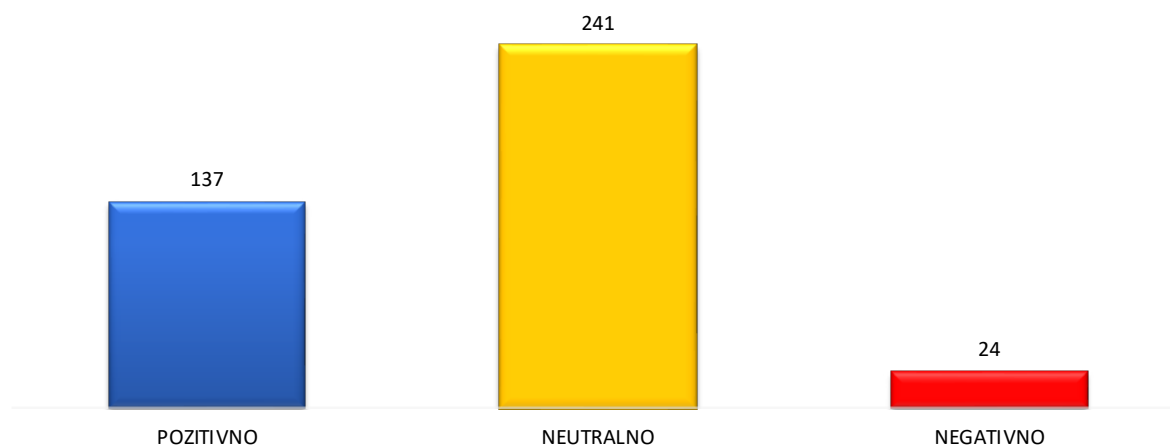
TON OBJAVA

Cilj analize, izuzev utvrđivanja broja objava u kojima se pominju Muslimani, jeste i provjera načina na koji se ovaj pojam koristi. U svim zabilježenim objavama provjeravao se kontekst (ton objave), odnosno da li se o posmatranoj temi, u ovom slučaju o pripadnicima jednog naroda, govorilo pozitivno, negativno ili neutralno.

Negativnim su smatrane objave u kojima je pogrdno govoreno o Muslimanima ili je negirano njihovo postojanje (istorijske objave), u ovom periodu kao negativne okarakterisane su i one koje su prenijele objavu o uništenju bilborda posvećenom obilježavanju danu ovog naroda u Crnoj Gori.

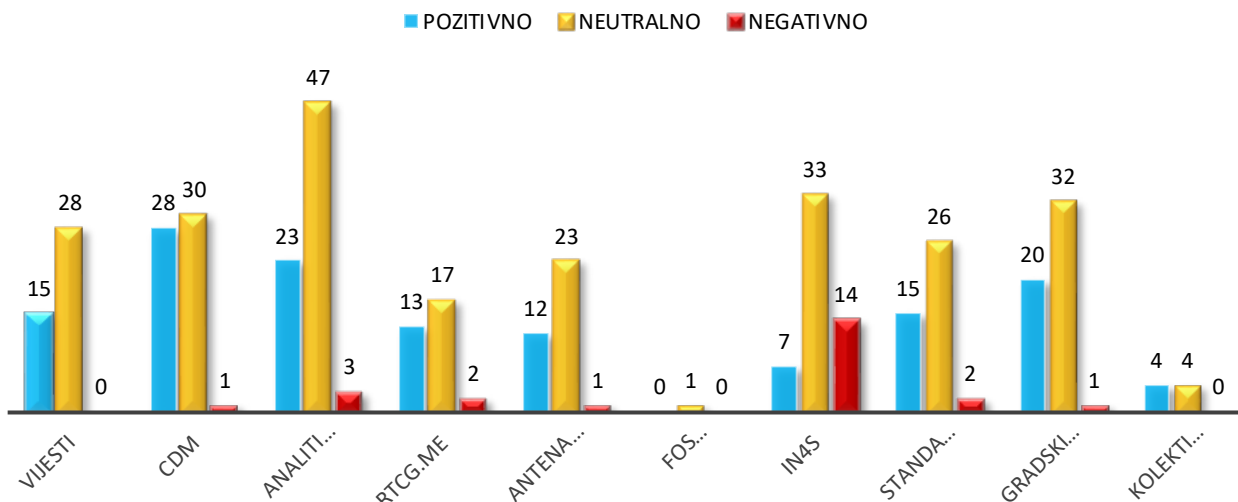
Pozitivne objave su o Muslimanima govorile afirmativno, dok neutralne pominju Muslimane bez posebnog stavljanja u neki kontekst.

Izveštavajući o Muslimanima kao naciji/narodu u u posmatranom periodu 2022. godine posmatrani mediji su kumulativno stvorili dominantno neutralnu do pozitivnu sliku. Ono što i zabrinjava je prisustvo negativnih objava, kao i značajan rast ove vrste objava. Naime, plasirane su čak 24 negativne objave (6% od ukupnog broja evidentiranih objava koje govore o Muslimanima kao narodu), što se, imajući u vidu da se radi o pripadnicima nacionalne manjine, odnosno naroda, ima smatrati izrazito visokim. Mediji, bez obzira da li prenose tuđe stavove imaju obavezu posebne pažnje u brige o ne izazivanju tenzija kada je izvještavanje o nacionalnim manjinama u pitanju.



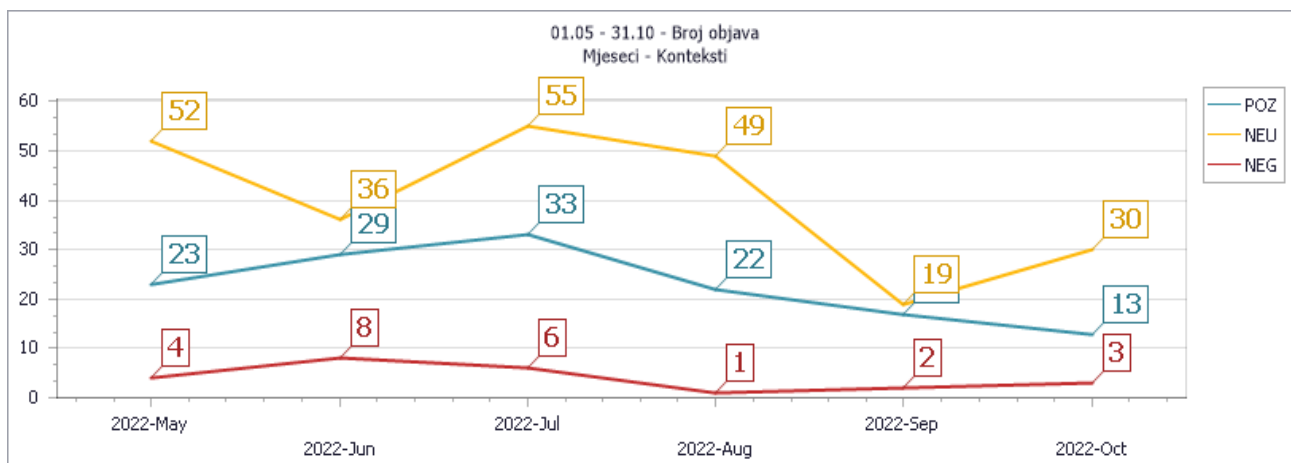
Grafikon 2. Broj objava različitog tona (kumulativno)

Ono što je pozitivno je da su se negativne objave kod većine posmatranih portala pojavljivale u malom broju (statistički ne toliko značajnom), dakle, više su izuzetak nego pravilo, odnosno, većina negativnih objava evidentiran je u sadržaju samo jednog medija (portal IN4S). Napominjemo posebno u sadržaju ovog portala, u značajnom broju medijskih objava nije najjasnije da li autor ili sagovornik čiji se stav prenosi misli na nacionalnu odrednicu ili vjersku i to bez obzira na pisanje pojma velikim ili malim slovom.



Grafikon 3. Broj objava različitog tona po medijima pojedinačno

Posmatrano po mjesecima, najviše pozitivnih objava o temi plasirano je u julu (31 pozitivna objava), mjesec obilježavanja nacionalnog dana Muslimana u Crnoj Gori. Sa druge strane, negativne objave, u malom broju „razvučene“ su na posmatrani period. Sa nešto većim brojem objava u junu – 8 negativnih objava period obilježavanja genocida u Srebrenici.

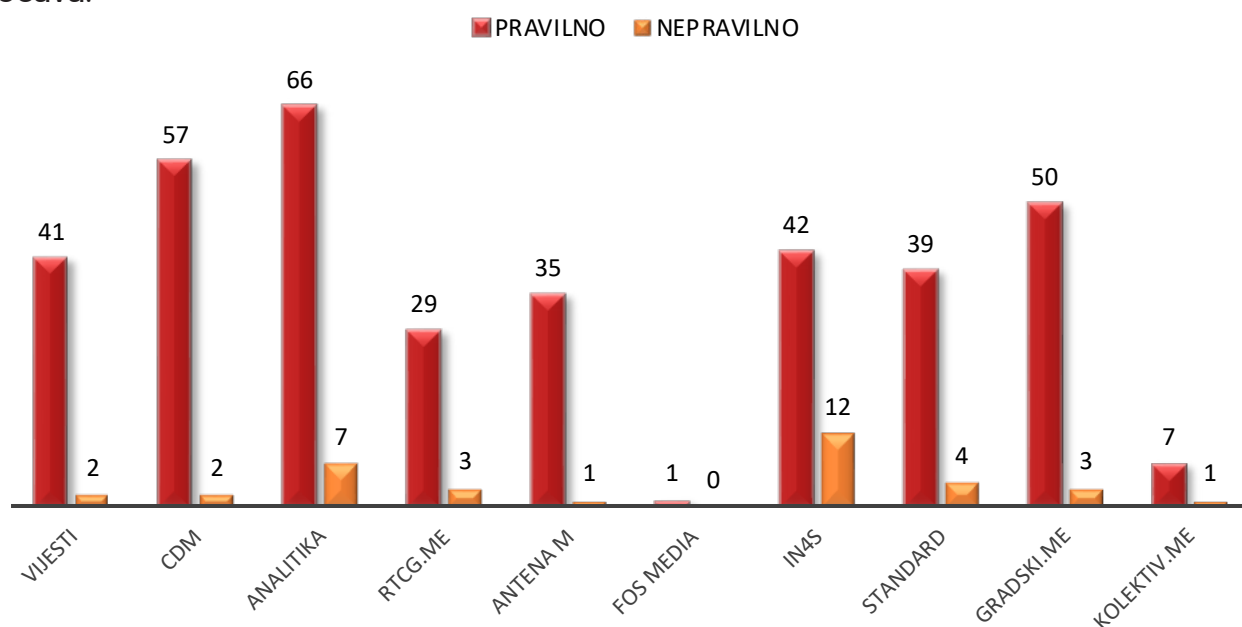


Grafikon 4. Trend/ton objava

U posmatranim medijima bilježene su objave u kojima je pojam Musliman zapisan sa velikim početnim slovom, što ukazuje na nacionalnu, a ne na vjersku odrednicu. Napisano malim slovom musliman ukazuje na pripadnika islamske vjere, te se pridjev muslimanski može zamijeniti sa islamski. Tokom perioda monitoringa, bilježene su i objave iz kojih je jasno da se radi o naciji, iako je pojam zapisan malim početnim slovom, kao i one u kojima je pojam zapisan velikim početnim slovom, a da se iz objave jasno zaključuje da je riječ o vjerskoj pripadnosti. U posmatranom periodu bilježen je i veliki broj objava u kojima su citirani pojedinci (usmene izjave) a u zavisnosti od medija, pominjanje Muslimana/muslimana pisano je malim ili velikim slovom. Iz konteksta izjava nije bilo moguće, u većini slučajeva, odrediti da li je davalac izjave mislio na vjersku ili nacionalnu odrednicu. Ukupno, od 402 evidentiranih medijske objave, nepravilna upotreba terminologije uočena je u 35 medijskih objava, ili 9 % ukupnog broja medijskih objava.

U odnosu na prethodno posmatrani period zabilježen je potpuno identičan udio objava sa pogrešnom upotrebom termina, odnosno nekorištenjem velikog slova kad treba ili obratno. Važi i ranije uočen podatak koji ukazuje na to da do nepravilne upotrebe termina Muslimani dolazi i kod medijskih objava koje imaju afirmativan pristup prema pripadnicima ovog naroda. Dakle, može se govoriti o lošoj edukaciji, informisanosti, na kraju izostanku pažnje i senzibiliteta novinara ili pojedinaca. Za medijsko pozicioniranje, a samim tim i u javnosti, jako je važno ukazivati na ovu problematiku, jer će u protivnom, kao i do sada dolaziti do poistovjećivanja termina Muslimani sa, a priori, vjerskom, a tek onda sa nacionalnom odrednicom.

Značajna informacija je da portal IN4S objavio najveći broj objava sa pogrešnom upotrebom termina. U sadržaju ovog portala čak 22% objava sadrži pogrešnu upotrebu termina i može ukazivati na namjeru a ne slučajni propust, što se kod ostalih posmatranih portala ne uočava.



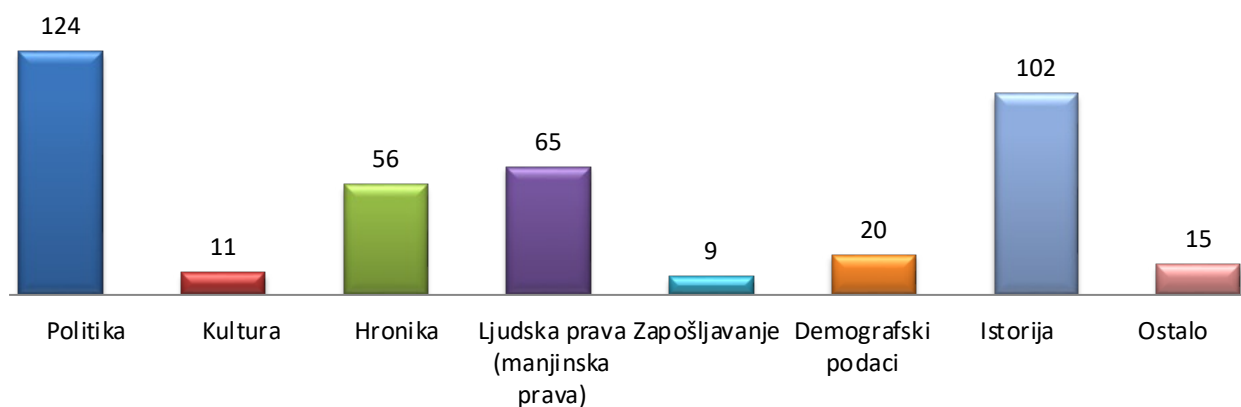
Grafikon 5. Upotreba termina Musliman i njegovih izvedenica po medijima pojedinačno

TEMATSKI PREGLED OBJAVA

U tematskom pregledu napravljena je jasna distinkcija između rubrika i tema jer su postojali slučajevi da su objave u vezi sa određenim temama bilježene i u drugim rubrikama. To posebno važi za teme politika i društvo kod kojih postoji prostor za daljim razgraničenje objava.

U ukupnom publicitetu posmatrane teme (Muslimani kao nacija), dominiraju političke teme (124 objave), odnosno pominjanje termina Muslimani (i izvedenice) u političke svrhe (političke polemike pozicionih i opozicionih partija i sl). Međutim zabilježen je i veliki broj objava koji se može karakterisati kao istorijske teme (102 objave). U ovoj temi dio objava odnosi se na skoriju istoriju (30 godina) koje svakako mogu biti posmatrane i kao političke teme, ali su za potrebe analize izdvojene su i ukazuju na konkretno polje pominjanja ove nacije.

U poređenju sa prethodno posmatranim periodima (izuzev brojevanih vrijednosti) ne postoje značajnije promjene, odnosno kada su u pitanju Muslimani i dalje se bilježe objave u vezi sa istim ili sličnim tematskim diskursom. Suštinska pitanja zabilježena su u manje vidljivom broju objava sa nešto vidljivijim brojem onih u kojima se govori o ljudskim pravima (65 objava).

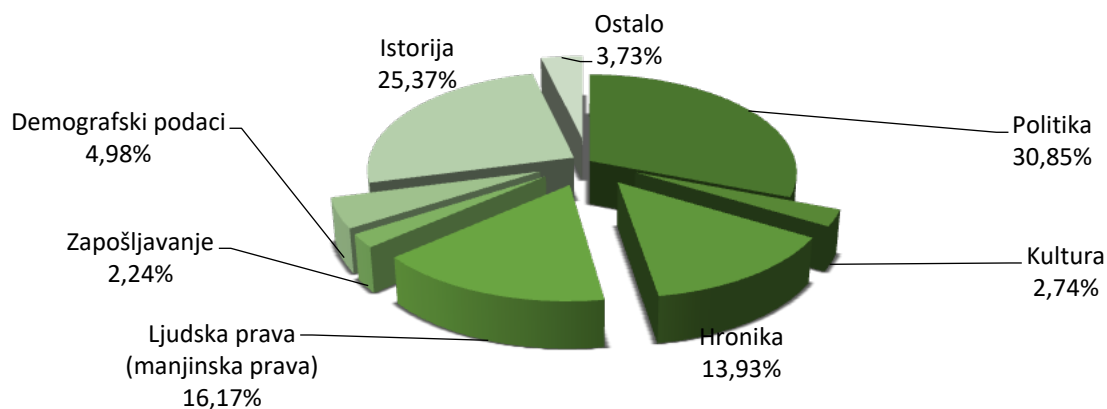


Grafikon 6. Tematska podjela publiciteta (broj objava)

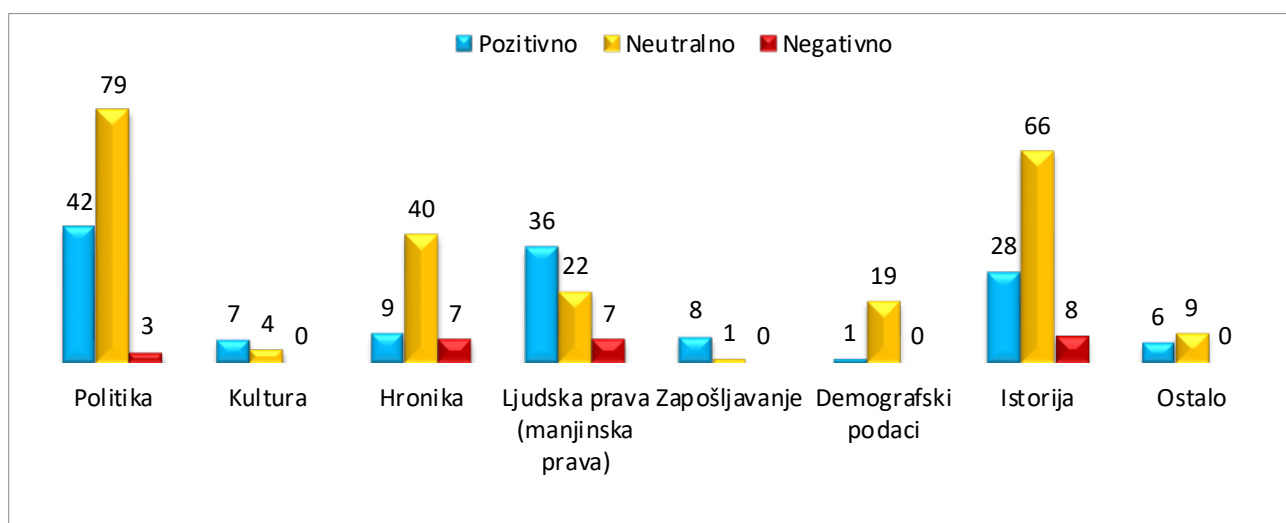
Kao i u prethodnom i u ovom posmatranom periodu teme koje generišu manji broj objava imale su izrazito pozitivnu sliku o posmatranoj temi (kultura, zapošljavanje i ostalo). Tema demografski podaci u cijelosti je neutralna.

Teme kod kojih je bilježen veći broj objava sadržale su i negativna pominjanja ove nacionalne grupe – istorija, ljudska prava, hronika i politika.

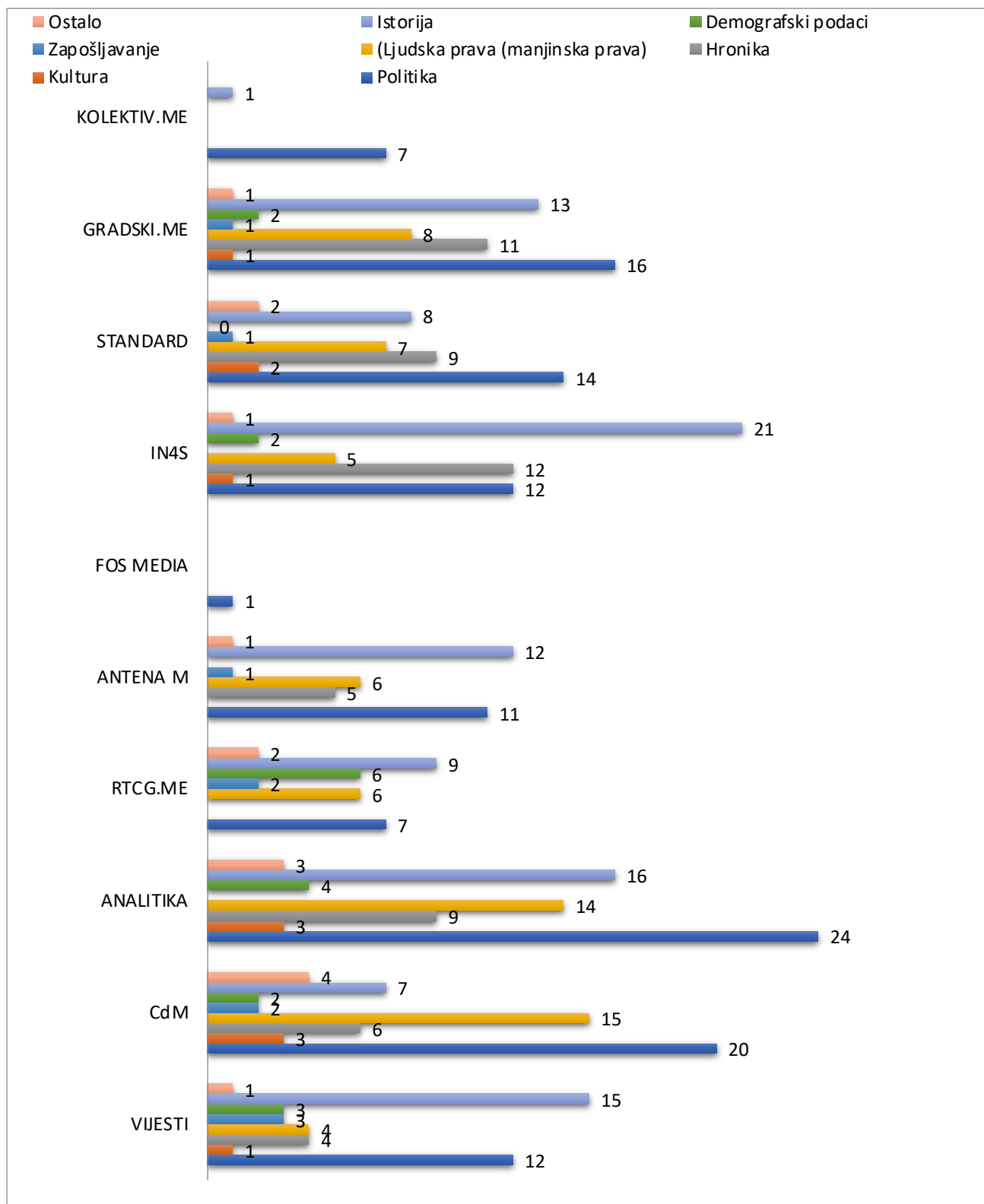
Kada su u pitanju portali pojedinačno izdvaja se informacija da je u sadržaju portala IN4S prenesen najveći broj objava o temi istorija, a da je u sadržaju portala Analitika zabilježena dominacija političkih tema. Nešto veći broj objava o ljudskim pravima bilježe portali Analitika i CdM.



Grafikon 7. Procentualni udio tema



Grafikon 8. Broj objava različitog tona po temama

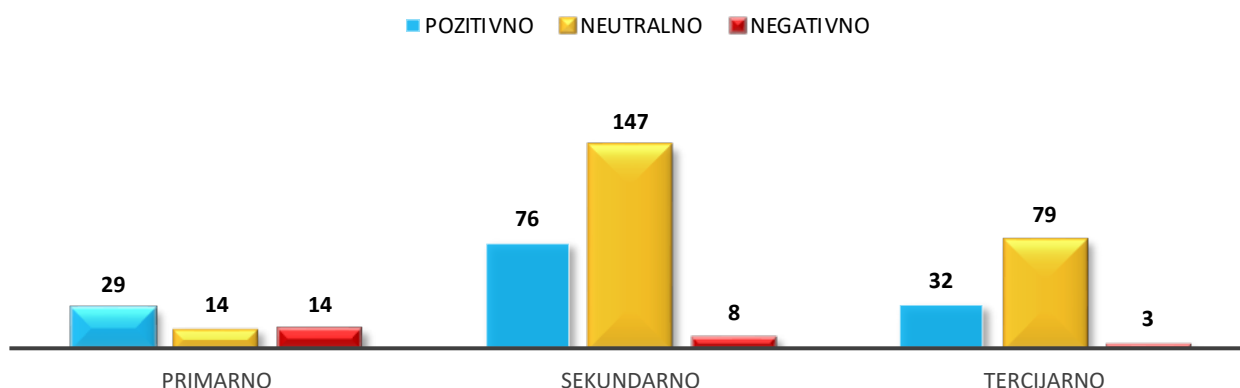


Grafikon 9. Broj objava po medijima pojedinačno -Teme

FOKUS

Izveštavajući o Muslimanima kao naciji posmatrani mediji su u posmatranom periodu (maj-oktobar 2022) godine pripadnike pomenute nacije u najvećem broju slučajeva pominjali sekundarno (kao jedan od više subjekata). Takvih objava zabilježeno je 231, što je 57% od ukupnog broja evidentiranih objava. Ovo je posljedica, može se reći taksativnog nabrojana etničkih grupa u Crnoj Gori kada se željelo ukazati na sklad ili pak nesklad multietničnosti u Crnoj Gori. Broj medijskih objava u kojima se posmatrana tema pojavljuje primarno (u žiži) iznosi 57 (14 %) i uglavnom se radi o medijskim istupanjima predstavnika Muslimana u Crnoj Gori (pojedinaца, udruženja i sl).

Karakteristično je da je visok broj objava u kojima se Muslimani pominju negativno zabilježen upravo u objavama u kojima su glavni subjekti tj. u žiži, već je objašnjeno da je riječ o konkretnoj situaciji/slučaju i da su objave ocjenjene negativno zbog negativnosti informacija koje prenose a ne istupa institucija ili medija.²



Grafikon 10. Ton za primarne, sekundarne i tercijarne objave

METODOLOGIJA

Monitoringom medijskog sadržaja selektovane su objave u kojima se pojam Musliman i njegove izvedenice koriste kao odrednica za nacionalnu manjinu u Crnoj Gori, odnosno, greškom se koriste kao odrednica za vjersku pripadnost, a da se može zaključiti da se mislilo na pripadnost nacionalnoj manjini. Ukupan utisak objave se određuje u odnosu na posmatranu temu, odnosno, provjerava se da li je termin pravilno upotrijebljen - da li objava ima afirmativan, neutralan ili kritički ton. Tom prilikom upotrijebljena je trostepena skala (pozitivno - neutralno - negativno).

² Primjer objave o navednom slučaju:

U Petnjici uništen bilbord Savjeta Muslimanskog naroda CG, Portal gradski.me, 15. jun 2022. društvo

Kvantitativno - kvalitativna analiza medijskog prisustva teme: Muslimani kao narod (nacionalna manjina) u medijima obuhvata pojavljivanje pojma Musliman i izvedenica u periodu od 01. maja do 31. oktobra 2022. godine, u sadržaju 9 online medija (Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, Antena M, IN4S, Standard, FOS media i gradski.me (bez rubrika sport).

Cilj analize, izuzev utvrđivanja broja objava u kojima se pominju Muslimani, jeste i provjera načina na koji se ovaj pojam koristi. U svim zabilježenim objavama provjeravao se kontekst (ton objave), odnosno da li se o posmatranoj temi, u ovom slučaju o pripadnicima jednog naroda, govorilo pozitivno, negativno ili neutralno. Negativnim su smatrane objave u kojima je pojam pogrešno upotrijebljen, ali i one u kojima je zabilježena negativna kritika ili kvalifikacija Muslimana (napominjemo da su one objave koje su afirmativno govorile o posmatranoj temi uprkos pogrešnoj i nepreciznoj upotrebi termina tretirane kao takve, dakle afirmativne a u odnosu na ono šta je kontekst i konotacija objave - u tom pogledu očekivano je, što je i analiza potvrdila da se termin Muslimani koristi pogrešno/nepravilno čak i kada se o ovom narodu govori afirmativno; pozitivne objave su o Muslimanima govorile afirmativno, dok neutralne pominju Muslimane bez posebnog stavljanja u neki kontekst.

Da li su Muslimani bili glavna tema objave, jedna od više ili sporadična provjeravalo se kroz parametar fokus. Ovaj parametar pomaže da se još preciznije utvrdi stepen prisustva teme u medijima, odnosno, da se provjeri da li su objave u cjelosti posvećene Muslimanima ili se oni „usputno pominju“.

Analizom objava utvrđeno je i u vezi sa kojim temama se pominju Muslimani, što takođe doprinosi stvaranju jasnije slike o prisustvu Muslimana u medijima. Svi parametri, kao i broj objava u analizi, posmatrani su i po medijima pojedinačno, sa ciljem utvrđivanja eventualne razlike u izvještavanju kod različitih medija.

U konačnom, analiza stvara jasnu sliku o tome koliko često i na koji način su Muslimani pominjani u periodu maj-oktobar 2022. Provjera rubrika, konteksta, fokusa, kao i tema u vezi sa kojima su Muslimani pominjani daje jasnu sliku o tome koliko su čitaocima elektronskih medija u Crnoj Gori Muslimani bili vidljivi, odnosno, kakva slika je o njima stvorena.

Posmatrani mediji:

Portal Vijesti, CdM, Analitika, rtcg.me, Antena M, IN4S, Standard, FOS media, gradski.me i kolektiv.me (bez rubrika sport).

Posmatrani period:

01. maj - 31. oktobar 2022. (polugodišnji period)

Parametri kvantitativno-kvalitativne analize:

- broj objava po tipovima medija,
- broj objava po medijima pojedinačno,
- trend po mjesecima,
- ton objave (ukupan utisak – trostepena skala – poz, neg, neut),
- tematska podjela
- fokus (u žiži, sporadično, jedan od više)
- podjela po rubrikama

Tematska podjela:

- politika
- kultura
- hronika/društvo
- ljudska prava (manjinska prava)
- zapošljavanje
- demografski podaci
- istorija
- ostalo

