

Zastupljenost i obilježja društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama na internetskim portalima na primjeru prosvjeda u Vukovaru 2018. godine

Vlasta Kučiš*

Nika Đuho**

Ivan Balabanić***

SAŽETAK

Korištenje društveno neprihvatljivoga govora u medijima postaje sve važnije pitanje i sve češći predmet analiza. On se može manifestirati u različitim oblicima što uvelike otežava njegovu identifikaciju i precizno definiranje te naposljetku otežava borbu protiv njegove upotrebe. U radu se prisutnost društveno neprihvatljivoga govora analizirala na najčitanijim domaćim internetskim portalima (Jutarnji.hr, Večernji.hr, Narod.hr, Dnevno.hr, Index.hr, Net.hr, Tportal.hr te Direktno.hr) te komentarima građana koji se odnose na prosvjed u Vukovaru, koji se održao u listopadu 2018. godine. Cilj analize medijskog sadržaja bio je utvrditi postojanje društveno neprihvatljivoga govora na primjeru političkih stranaka te utvrditi glavne načine izražavanja društveno neprihvatljivoga govora na odabranim internetskim portalima. Analizom je obuhvaćeno ukupno 906 komentara građana. Iako još uvijek ne postoji jednoznačna definicija društveno neprihvatljivoga govora, moguće je primijetiti da se on u svojim brojnim oblicima uglavnom pojavljuje kada je riječ o osjetljivim društvenim i političkim

* Izv. prof. dr. sc. Vlasta Kučiš, Sveučilište u Mariboru, Slovenija;

E-mail: vlasta.kucis@um.si

** Nika Đuho, mag. soc., Hrvatsko katoličko sveučilište, Hrvatska

E-mail: nika.djuho@unicath.hr

*** Doc. dr. sc. Ivan Balabanić, Hrvatski studiji, Sveučilište u Zagrebu

E-mail: ibalabanic@hrstud.hr

temama koje izazivaju snažne emocije te oko kojih još uvijek nije uspostavljen društveni i vrijednosni konsenzus.

Ključne riječi: analiza medijskog sadržaja, društveno neprihvatljiv govor, medijati-
zacija politike, političke stranke, prosvjed u Vukovaru

Uvod

Mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju individualne i kolektivne svijesti koju ostvaruju organiziranjem i širenjem informacija o društvenim, političkim i drugim relevantnim zbivanjima. Kada je u pitanju informiranje o aktualnim društvenim i političkim zbivanjima, mediji se građanima nameću kao ključan izvor informacija, kao i potencijalni čimbenik oblikovanja njihovih vrijednosnih i političkih orijentacija. U tom kontekstu mediji imaju brojne funkcije, koje Mol i Zagorac-Kerser (Dulčić, 2014: 89) dijele u nekoliko kategorija: (1) informiranje građana o najvažnijim pitanjima zajednice; (2) artikulacija stvarnosti ili oblikovanje medijske predodžbe o nekom događaju, fenomenu, pojavi i njegovim glavnim akterima; (3) uspostavljanje prioriteta društvenih tema (*agenda setting*); (4) kritika i kontrola vlasti, političkih stranaka, političara i ostalih vršitelja javnih dužnosti; (5) zabava, (6) obrazovanje, (7) socijalizacija, te (8) integracija ili spajanje različitih ljudi, kultura i ideja. Zbog sve veće upotrebe i dostupnosti interneta u suvremeno doba, internetski portali postaju sve važnije mjesto informiranja o društvenim i političkim događajima te javnim osobama i političarima. Poželjno je i očekivano objektivno i neutralno političko medijsko izvještavanje premda suvremeni trendovi upućuju na sve veće pristranosti i negativna toniranja političkih aktera. Medijsko izvještavanje izaziva i određenu vrstu ponašanja korisnika interneta i čitateljska internetskih portala. Ti se trendovi odnose i rezultat su medijatiizacije politike i povezanih procesa, o kojima će u nastavku biti više riječi.

Odnos medija i politike u suvremenom društvu

Odnos medija i politike u suvremenom je društvu sve složeniji. U objašnjenjima tog odnosa ističu se četiri teorijske paradigme (Kunczik i Zipfel, 2006: 57-61). Prva je paradigma podjele vlasti, koja pretpostavlja da mediji u demokraciji imaju funkciju kritike i nadzora poglavito državnih institucija kao nositelja vlasti te zato trebaju biti neovisni o političkom sustavu. Druga je paradigma instrumentalizacije ili ovisnosti, koja pretpostavlja da politika usmjerava medije prema vlastitoj političkoj korisnosti. Međutim, budući da u suvremenoj demokraciji kreiranje politike nužno podrazumijeva i medijsko izvještavanje o njoj, politika se sve više prilagođava medijskim

zakonitostima. Medijski uvjetovane formule prikazivanja politike imaju učinak na sadržaje i načine vođenja politike. U tom kontekstu treća je paradigma simbioze, koja pretpostavlja međuovisnost politike i medija. Politički događaji važni su medijski sadržaji, a politički sustav ovisan je o podršci medija za legitimiranje svojih odluka. Tako politički sustav postaje sve više medijski, a medijski sustav sve više djeluje politički. To dovodi do stapanja tih dvaju sustava, a takav slučaj opisuje četvrta paradigma supersustava (Kunczik i Zipfel, 2006: 57-61). Drugim riječima, u suvremenom društvu odnos medija i politike podrazumijeva pomicanje ili nestanak granica među njima. Složenost odnosa medija i politike najbolje se objašnjava procesom medijizacije politike. Masovni mediji u suvremeno doba nisu više pasivni prenositelji političkog sadržaja. Naprotiv, politički akteri pregovaraju s vodećim medijima o prijenosu političke komunikacije i diskursa. Dakle, proces medijizacije politike odnosi se na gubitak političke autonomije i objektivnosti u medijskom izvještavanju te, posljedično, nemogućnosti medija u mobiliziranju publike i slabljenju kritičke funkcije medija (Mazzoleni i Shulz, 2010: 258).

Identificiranje suvremenih odrednica odnosa, formi i funkcija izvještavanja važno je zbog sve aktivnije uloge medija u oblikovanju ekonomske, kulturne, društvene i političke stvarnosti. Hromadžić (2012: 66) ističe kako su brojni trendovi u suvremenom medijskom izvještavanju povezani sa sve većom zastupljenošću komercijalnih oblika *spektakla* u medijskim sadržajima. Tako je komercijalno medijsko izvještavanje često popraćeno s trendovima *spektakularizacije* i *selebrizacije* odnosa prema pojedincima i institucijama putem kojih mediji nastoje doprijeti do široke publike i ostvariti značajan profit. S druge strane, kritičari konzumerističkog kapitalizma ističu medijski *spektakl* kao zamjenu životnog iskustva beskrajnim medijskim reklamnim porukama koje vode do društvenog otuđenja. Društveno otuđenje događa se zamjenom društvene participacije, kulturom pasivnog konzumiranja i pogleda na medijske sadržaje. Medijska konstrukcija stvarnosti dovodi do zamjene ideje politike kao mehanizma dobrog i uspješnog upravljanja s idejom politike kao prilike za ostvarivanje osobnih interesa. Drugim riječima, politika postaje svrha samoj sebi, a medijsko izvještavanje osnovne informacije nadopunjuje trivijalnim detaljima iz osobnog života javnih osoba, potičući tako polarizaciju svoje publike (Hromadžić, 2012: 66).

Istaknuta hibridnost medijskog sadržaja povezana je i s pojavom tzv. lažnih vijesti, ne zazirući od svrstavanja ili zagovaranja određenoga političkog svjetonazora, političkih stranaka ili njihovih pojedinaca te odmičući se od tradicionalne novinarske profesije. Posljedice su primjene lažnih vijesti sve veća polarizacija medijske publike, posebice politički aktivnijih građana, pristranosti medijskih sadržaja te smanjivanje političke participacije građana (Vozab, 2017: 5).

S opisanim trendovima suvremenog medijskog političkog izvještavanja došlo je i do pada povjerenja u medije i novinare (Labaš i Grmuša, 2011: 89). Medijsko izvje-

štavanje danas se često koristi u propagandne svrhe s ciljem homogeniziranja javnosti protiv neprijatelja. Nekoliko je mogućih objašnjenja tom trendu: tradicija stereotipnog prikazivanja Hrvata, nepoznavanje pravih povijesnih činjenica te iskustvo Domovinskog rata. Labaš i Grmuša (2011: 117) utvrdili su da se mediji koji izvještavaju o političkom programu uglavnom koriste stereotipima prema religiji, ideologiji i sposobnostima političkih ličnosti. Također, ukazali su na porast štetnih oblika komuniciranja (npr. kleveta, ideologija, dezinformacija), kao posljedice novinarskog mišljenja (Labaš i Grmuša, 2011: 119).

Društveno neprihvatljiv govor u medijima

Korištenje društveno neprihvatljivoga govora u medijima postaje sve važnije pitanje, sve je češći predmet analiza. Svrha je, pritom, pokušati spriječiti prodiranje u javnosti onih diskursa koji mogu potaknuti osjećaj mržnje prema *drugome* i *drugacijem*. Društveno neprihvatljiv govor može se manifestirati u različitim oblicima, primjerice upotrebom ironije, metafore, sarkazma ili pak različitim eufemizmima, što uvelike otežava njegovu identifikaciju. Jednoznačna definicija društveno neprihvatljivoga govora još uvijek ne postoji. Vijeće Europe u svojoj *Preporuci* iz 1997. godine ističe kako govor mržnje podrazumijeva sve oblike izražavanja koji šire, potiču, promiču ili opravdavaju rasnu mržnju, ksenofobiju, antisemitizam i druge oblike mržnje temeljene na netoleranciji, uključujući i netoleranciju izraženu agresivnim nacionalizmom i etnocentrizmom, diskriminacijom ili neprijateljstvom prema drugima (Munivrana Vajda i Šurina Marton, 2016: 449). U zakonodavnim okvirima Republike Hrvatske razlikuju se društveno neprihvatljiv govor, diskriminatorni govor i stereotipizirajući govor. Pritom se društveno neprihvatljiv govor definira kao izražavanje navoda, ideja, mišljenja koje izražavaju ili pozivaju na prijezir, mržnju, diskriminaciju, ponižavanje ili nasilje prema osobama s obzirom na nacionalnost, etnicitet, jezik, spol, rodni identitet, seksualnu orijentaciju, vjeroispovijest ili političko uvjerenje (Munivrana Vajda i Šurina Marton, 2016: 438). Takav društveno neprihvatljiv govor utemeljen je na uvjerenju o inferiornosti *drugih* uslijed osobina koje stječu pripadanjem društvenoj grupi koja ima specifične značajke (Meibauer, 2013: 87).

Društveno neprihvatljiv govor u hrvatskom se jeziku učestalije pojavljuje krajem 20. stoljeća u tijeku ratnih zbivanja, kada postaje dio retorike medija i političara (Vilović, 2011: 69). Općenito, Vilović (2011: 69) korištenje društveno neprihvatljivoga govora u svim oblicima u Hrvatskoj dijeli na tri razdoblja: (1) između 1990. i 1997. godine, kada su mediji za vrijeme ratnih okolnosti prenosili govor mržnje, naročito prema onima koji su kritizirali ideju nastanka hrvatske države, (2) između 1997. i 2000. godine, kada se intenzivirala državna briga za rješavanje problema

govora mržnje, (3) od 2000. godine do danas, kada se društveno neprihvatljiv govor s razvojem novih tehnologija premješta iz tradicionalnih na nove medije (internet-ske portale i društvene mreže), gdje ga postaje sve teže kontrolirati. Društveno neprihvatljiv ili govor mržnje u tom se slučaju oslobađa kroz lažne profile ili anonimne autore kojima je cilj pronalaženje istomišljenika ili prikazivanje neke političke stranke kao (ne)prihvatljive. Pojava društveno neprihvatljivoga govora posebno je prisutna u političkom diskursu te na medijskim platformama koje imaju funkciju kritiziranja i kontrole pojedine političke stranke. Pejorativnom upotrebom jezika nastoji se smanjiti javna reputacija određene osobe, stranke, društvene skupine, organizacije ili institucije (Culpeper, 2011: 18).

Prema dosadašnjim saznanjima, društveno neprihvatljiv govor najčešće je prisutan u sredinama koje su pretrpjele najveća ratna razaranja i gdje nije došlo do uspostave dijaloga te novoga vrijednosnog sustava (Vilović, 2011: 69). Stoga se nerijetko koristi kao sredstvo stvaranja okolnosti u kojima je neka politička stranka (ne)prihvatljivija od druge te tako utječe na percepciju i reputaciju političkih aktera. Živimo u vremenima društvenih, ekonomskih, političkih i drugih događaja s porastom ideologije mržnje. Rast ideologije mržnje može postati ozbiljna komunikacijska prepreka koja razdire svako (ne)razvijeno društvo (Kučiš, 2017: 97).

Posljedice društveno neprihvatljivoga govora na percepciju i reputaciju političara

Društveno neprihvatljiv govor često se povezuje i s političkim cinizmom, koji je opasan jer može smanjiti političku participaciju građana te tako izravno ugroziti demokraciju. Mediji ne stvaraju nužno politički cinizam u društvu, ali načinom izvještavanja utječu na njegovo intenziviranje. Općenito, nepovjerenje u državne institucije i političare svugdje je u porastu, a prati ga stalno prebacivanje krivnje između tri strane – javnosti, medija i političara. Političari obično krive medije za poticanje cinizma u javnosti, a javnost za nerealna očekivanja od političara. Novinari krive političare zbog lošeg vodstva i odluka te osobne indiskrecije. Javnost pak krivi i političare i medije, percipirajući ih kao bliske suradnike. Pritom je važan čimbenik pada povjerenja prema političarima slaba ekonomija, ali nisu zanemarivi ni drugi čimbenici poput promjena vrijednosti u društvu i težnja ka kvalitetnijem životu. Javnost ima velika moralna očekivanja od političara, a prosuđuju ih prema subjektivnim kriterijima (Young, 2000: 173).

Young (2000: 173) je, analizirajući australski tisak, utvrdila da mediji političare prikazuju u stalnoj utrci za moći i osobnim boljitkom. Nerijetko su u medijima prisutne i uvrede upućene političarima. Analizirajući način na koji tiskani mediji prikazuju američke kandidatkinje za zamjenika predsjednika, Heldman, Oliver i Con-

roy (2009: 4) utvrdile su kako su kandidatkinje čak četiri puta više izložene seksističkim medijskim prikazima u odnosu na kandidate. Političarkama se u medijima pripisuju rodni stereotipi pa se tako često implicira kako su one slabe, nedovoljno odlučne, nekompetentne, neučinkovite i neuspješne u odnosu na muškarce. Također, kandidatkinje dobivaju manje medijskog prostora, a kada ga dobiju, mediji se radije usmjeravaju na njihove osobne karakteristike, stil odijevanja i slično. Hoffmann (2015: 5) ističe kako je u hrvatskom medijskom prostoru tijekom parlamentarnih izbora 2015. godine, zbog prikupljanja političkih poena, dolazilo do prelaženja granica prihvatljivog te ulaska u područje stereotipizirajućeg, diskriminatornog i huškačkog diskursa.

Društveno neprihvatljiv govor najčešće se odnosi na političare iako mu i oni sami mogu biti izvor. Proganjanje političara zbog društveno neprihvatljivoga govora postao je uobičajeni fenomen demokratskih društava, a najčešće su mu izloženi političari koji su donekle kontroverzni, u smislu da sami potiču politički cinizam. Takvo proganjanje političara uobičajena je praksa u nastojanju otklanjanja neželjenih političkih aktera koji predstavljaju prijetnju demokraciji. Preciznije, glavni cilj medijskog političkog progona smanjivanje je njihove biračke potpore (van Spanje i de Vreese, 2013: 117).

Upotrebom društveno neprihvatljivoga govora nastoji se uvrijediti ona osoba ili društvena grupa kojoj je taj govor namijenjen, a s ciljem poniženja, prijetnje i njezine diskriminacije (Leetsova, 2002: 344). Društveno neprihvatljiv govor, osim negativnih političkih, može izazvati psihološke, kulturološke te negativne socijalne učinke na ciljanoj skupini ili pojedince prema kojima je usmjeren (Alaburić, 2003: 9). Upotrebom društveno neprihvatljivoga govora putem medija šire se negativni društveni fenomeni (rasizam i diskriminacija) i jača nejednakost među društvenim grupama. Mediji općenito više promoviraju apatičnost i cinizam među ljudima, koji dovode do veće polarizacije i konflikta, a manje potiču aktivno građanstvo i participaciju (Gamson, Croteau, Hoynes i Sasson, 1992: 375). Leskoškova (2005: 14) u svome radu napominje kako je govor mržnje posebno opasan kada se pokušava legitimizirati zločin, kao što je i fizički napad. Upravo zbog nemogućnosti jednoznačnog definiranja društveno neprihvatljivoga govora, teško ga je istražiti, spriječiti i osuditi. Mediji su danas jedan od utjecajnijih posrednika u formiranju interesa, ideja, uvjerenja, stavova te vrijednosnih i političkih orijentacija. Upravo iz tog razloga mediji bi trebali biti objektivni prenositelji informacija te pristupiti kritički prema temama koje iznose javnosti, posebice s obzirom na činjenicu da se građani u informiranju najviše oslanjaju upravo na informacije iz medija. Kako bi se otklonio svaki pokušaj izražavanja društveno neprihvatljivoga govora te osiguralo poštivanje javne političke komunikacije, mediji bi trebali osigurati ispunjavanje funkcije transparentnosti (tj. opsežno, točno i pouzdano prenositi informacije o bitnim dru-

štvenim temama), vrednovanja (tj. suprotstavljati mišljenja, teme i informacije) te orijentacije (tj. omogućiti prosječnoj publici razumljiv sadržaj prema kojem se može orijentirati na vlastiti način) (Čerkez, 2009: 35).

U ovome radu prisutnost društveno neprihvatljivoga govora analizirala se na najčitanijim domaćim internetskim portalima te u komentarima samih građan, a koji se odnose na prosvjed u Vukovaru u listopadu 2018. godine. Prosvjed se održao na inicijativu vukovarskog gradonačelnika Ivana Penave zbog nezadovoljstva radom hrvatskih državnih institucija, političkih stranaka, političara te drugih javnih dužnosnika u procesuiranju počinitelja ratnih zločina tijekom devedesetih godina. Prosvjed u Vukovaru, koji je nastao političkom inicijativom, može pružiti dublji uvid i razumijevanje na koji način te s kojom funkcijom mediji i građani informiranju javnost o društvenim događajima, kakav je odnos prema hrvatskim institucijama, političkim strankama te političarima te koristi li se u izvještavanju društveno neprihvatljiv govor.

Metoda

Istraživanje je provedeno metodom analize medijskog sadržaja. Ta se metoda koristi za objektivan, kvantitativan i opravdan opis analiziranog sadržaja (Elezović, 2012: 62), to jest riječ je o tehnici kojom se na objektivan i sustavan način opisuje sadržaj nekog aspekta komunikacije (Milas, 2005: 501). Analizom je obuhvaćeno ukupno 906 internetskih objava s popratnim komentarima objavljenih na najčitanijim internetskim portalima (*Jutarnji.hr*; *Večernji.hr*; *Narod.hr*; *Dnevno.hr*; *Index.hr*; *Net.hr*; *Tportal.hr* te *Direktno.hr*), u unaprijed definiranim vremenskim razdobljima: deset dana prije prosvjeda, tijekom trajanja prosvjeda i deset dana nakon prosvjeda u Vukovaru. Odnosno, tema obuhvaćenih članaka bio je sam prosvjed u Vukovaru. Jednina analize bila je internetska objava te popratni komentari građana kao korisnika internetskog portala. Kriterij pri odabiru članka bila je sadržajna obrada teme te količina popratnih komentara na tekst. Objave i komentari su analizirani prema analitičkoj matrici oblikovanoj za potrebe istraživanja, a koja je sadrži 9 kategorija sadržaja: datum objave, naziv portala, autor objave, glavni tematski okvir internet-ske objave, prevladavajuća politička stranka koja se spominje u objavi, prevladavajući vrijednosni sud prema političkoj stranci, sadržajni okvir društveno neprihvatljivoga govora, način izražavanja društveno neprihvatljivoga govora te oblik izražavanja društveno neprihvatljivoga govora. Analizu su proveli autori ovog rada. Radi postizanja jednoznačnosti kriterija najprije je izrađena radna verzija analitičke matrice te je provedeno nekoliko pokusnih analiza. Podudarnost analitičara ispitana je Cohen Kappa koeficijentom koji se, ovisno o varijabli istraživanja, kretao od 0,65 do 0,81. Medijan koeficijenta podudarnosti svih varijabli iznosi 0,78.

Istraživanje u okviru ovog rada ima za cilj analizirati medijski sadržaj te komentare građana kao korisnika internetskih portala koji su povezani s održanim prosvjedom u Vukovaru, koji se održao u listopadu, 2018. godine. Preciznije, opći cilj istraživanja bio je utvrditi zastupljenost društveno neprihvatljivoga govora o hrvatskim političkim strankama u medijskim sadržajima i komentarima korisnika na internetskim portalima tijekom izvještavanja o prosvjedu u Vukovaru u listopadu 2018. godine. U tom su kontekstu posebni ciljevi istraživanja bili utvrditi: (1) o kojim se političkim strankama najčešće društveno neprihvatljivo govori, (2) sadržajne okvire unutar kojih se izražava društveno neprihvatljiv govor, (3) glavne načine izražavanja društveno neprihvatljivoga govora, (4) glavne oblike izražavanja društveno neprihvatljivoga govora.

Rezultati istraživanja i rasprava

Prije odgovora na postavljene ciljeve istraživanja, predstavljeni su najvažniji deskriptivni podaci analiziranih internetskih objava i komentara korisnika internetskih portala. Kao što je vidljivo u Tablici 1, najveći udio analiziranih objava objavljen je na portalu *Dnevno.hr* (njih 62,1 %), a najmanji na portalu *Net.hr* (njih 2,5 %). Ranije istraživanje pokazalo je kako je izvještavanje o prosvjedu u Vukovaru 2018. godine uglavnom izostalo od strane vodećih nacionalnih medija. U najvećoj mjeri izvještavali su mediji *NI Hrvatska* te *Narod.hr*, a njihove objave uglavnom su zabilježene prije samog prosvjeda, dok ih je znatno manje bilo tijekom prosvjeda. U izvještavanju tijekom prosvjeda u većoj su mjeri sudjelovali građani kao korisnici internetskih portala (Markota, Đuho i Odorjan, 2018: 511). Od ukupno 906 analiziranih novinskih članaka, njih čak 508 odnosilo se na komentare korisnika internetskih portala. Općenito, izostanak izvještavanja vodećih nacionalnih medija o prosvjedu u Vukovaru može se protumačiti kroz prizmu teorije postavljanja prioriteta, odnosno moguće je primijetiti da se navedena tema, unatoč njezinoj političkoj i društvenoj relevantnosti, nije nametnula kao medijski prioritetna. Međutim, suprotno potencijalnom očekivanju, izostanak izvještavanja o prosvjedu nije rezultirao niskim interesom javnosti (koja se u ovom slučaju promatra kroz broj komentara korisnika), već, naprotiv, velikim brojem komentara korisnika povezanih s tom temom.

Tablica 1. Broj analiziranih internetskih objava s popratnim komentarima
(N=906)

Table 1. Number of Internet posts analysed with accompanying comments
(N=906)

Portal	Broj internetskih objava s popratnim komentarima	
	F	%
<i>Direktno.hr</i>	44	4,9
<i>Dnevno.hr</i>	563	62,1
<i>Index.hr</i>	54	6,0
<i>Jutarnji.hr</i>	39	4,3
<i>Narod.hr</i>	104	11,5
<i>Net.hr</i>	23	2,5
<i>Tportal.hr</i>	36	4,0
<i>Vecernji.hr</i>	43	4,7
Ukupno	906	100,0

Nadalje, u analizi je trebalo odrediti dominantni tematskih okvir analiziranih internetskih objava s popratnim komentarima. Tako se pokazalo, što je vidljivo u Tablici 2, da su najčešće teme u analiziranim objavama bili srpski zločini (30,5 %), rad hrvatskog pravosuđa (26,9 %), aktivnosti današnje Vlade RH (21,5 %), aktivnosti političkih stranaka (19,3 %) i Domovinski rat općenito (17,5 %), dok su najmanje zastupljene teme bile aktivnosti prijašnjih predsjednika (0,9 %) i današnje predsjednice RH (2,4 %). S obzirom na narav samog prosvjeda, koji je nastao kao odraz nezadovoljstva radom hrvatskih državnih institucija, političkih stranaka i samih političara, ne začuđuju podaci koji pokazuju da su najistaknutije teme bile upravo one koje su vezane za srpske zločine, rad hrvatskog pravosuđa (u kontekstu nezadovoljstva u procesuiranju tih zločina) te aktivnosti današnje Vlade RH (ponovno u kontekstu nezadovoljstva njihovim radom u poduzimanju i kažnjavanju zločinaca), posebice zbog toga što se prosvjed održao u Vukovaru koji je pretrpio najveća ratna razaranja, čije se posljedice još uvijek osjećaju. S druge strane, pristranost u medijskom izvještavanju kada je riječ o posebno osjetljivoj temi u Hrvatskoj, potaknulo je nezadovoljstvo (s obzirom na odnos prema hrvatskim državnim institucijama, političkim strankama i političarima) i raspravu među građanima. Istraživanje Markota, Đuho i Odorjan (2018: 508) pokazalo je sličan trend u izvještavanju o istom prosvjedu. Naime, prije samog prosvjeda, mediji su najčešće neutralno izvještavali o dužnostima političara, odnosu prema ratnim zločinima te odnosu državnih institucija prema događajima i procesima povezanima prosvjedom. Pritom se najviše izvještavalo o aktivnostima i članovima Samostalne demokratske srpske stranke (SDSS). Iako je glavni događaj bio prosvjed u Vukovaru, koji je nastao kao izraz

nezadovoljstva radom državnih institucija i vladajuće političke stranke u procesuiranju ratnih zločina, mediji su u izvještavanju o toj temi često više naglašavali aktivnosti manjinskih političkih stranaka, najčešće spomenute SDSS. Na negativan su način naglašavali aktivnosti stranaka u kontekstu samog prosvjeda te tako neizravno poticali društveno neprihvatljiv govor vidljiv u komentarima korisnika internetskih portala. U ovome istraživanju utvrđeno je da je društveno neprihvatljiv govor prisutan u ukupno 150 analiziranih objava (tj. njih 16,6 %). U daljnjim analizama podataka potrebnim za odgovore na ciljeve istraživanja korištene su samo internetske objave s popratnim komentarima u kojima je utvrđeno postojanje društveno neprihvatljivoga govora.

Tablica 2. Zastupljenost pojedinih tematskih okvira vezanih uz Vukovar (N=906)

Table 2. Representation of certain thematic frameworks related to Vukovar (N=906)

Tema	Zastupljenost	
	F	%
Domovinski rat općenito	159	17,5
Srpski zločini	276	30,5
Rad hrvatskog pravosuđa	244	26,9
Aktivnosti današnje Vlade RH	195	21,5
Aktivnosti prijašnjih Vlada RH	42	4,6
Aktivnosti današnje predsjednice RH	22	2,4
Aktivnosti prijašnjih predsjednika RH	8	0,9
Aktivnosti političkih stranaka	175	19,3
Odnos Hrvatske i Srbije	64	7,1
Društveni položaj branitelja	40	4,4
Današnji život u Vukovaru	99	10,9

Prvi cilj istraživanja bio je utvrditi prema kojim se političkim strankama najčešće izražava društveno neprihvatljiv govor na internetskim objavama i komentarima korisnika tijekom izvještavanja o prosvjedu u Vukovaru. Iz Tablice 3, razvidno je da je elemenata takvoga govora bilo najviše kada se pisalo o Hrvatskoj demokratskoj zajednici (HDZ), točnije u 51,3 posto analiziranih internetskih objava i popratnih komentara. Nešto veća učestalost korištenja društveno neprihvatljivoga govora bila je prisutna i kada se pisalo o Samostalnoj Demokratskoj Srpskoj Stranci (SDSS) i Socijaldemokratskoj partiji Hrvatske (SDP). Pritom je takav govor najčešće bio

usmjeren prema predsjednicima tih stranaka, kod govora o HDZ-u u 46,2 % internetskih objava i popratnih komentara, kod govora o SDSS-u u 82,9 % internetskih objava i popratnih komentara te kod govora o SDP-u u 60,8 % internetskih objava i popratnih komentara. S druge strane, vrlo mali udjeli društveno neprihvatljivoga govora bili su prisutni kada se pisalo o Hrvatskoj narodnoj stranci (HNS), Živom zidu i MOST-u, dok društveno neprihvatljiv govor nije zabilježen kod spominjanja stranke Milana Bandića (BM 365).

Kao što se moglo i očekivati, HDZ kao trenutačno vodeća politička stranka, ali i stranka koju često vežemo uz hrvatsku državotvornost, uvijek je pod povećalom javnosti kada su u pitanju teme poput procesuiranja ratnih zločina. Društveno neprihvatljiv govor prema HDZ-u bio je vidljiv u komentarima poput sljedećih: *Plenković je čisto zlo* (Dnevno.hr, 8. 10. 2018), *Plenki je komunističko-udbaško-briselski karijerist* (Dnevno.hr, 13. 10. 2018), *Plenković...je četnička krpelj...ili četnički štakor* (Dnevno.hr, 13. 10. 2018). Ranije su se istaknuli često pozivanje na stranku SDSS u komentarima korisnika te uloga medija u negativnom oslikavanju te stranke. Neki su od primjera izražavanja takvog govora: *Pupovac je produžena ruka SANU velikosrbijanizma* (Dnevno.hr, 14. 10. 2018), *Pupovac je velikosrpski huškač* (Narod.hr, 5. 10. 2018), *Puše Pupovac četničku retoriku opet preko Hrvatske* (Dnevno.hr, 13. 10. 2018). Iako je društveno neprihvatljiv govor izražavan u odnosu na političku stranku, ipak se u najvećem broju internetskih objava i komentara isticao pojedini član političke stranke, primjerice Andrej Plenković ili Milorad Pupovac.

Tablica 3. Zastupljenost društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama (N=150)

Table 3. Representation of socially unacceptable speech on political parties (N=150)

Politička stranka	Elementi govora mržnje	
	F	%
HDZ	41	51,3
SDP	16	20,0
HNS	2	2,5
Živi zid	1	1,3
MOST	1	1,3
BM 365	0	0,0
SDSS	19	23,8
Ukupno	80	100,0

Drugi cilj istraživanja bio je utvrditi sadržajne okvire u kojima se pojavljuje društveno neprihvatljiv govor u internetskim objavama i komentarima korisnika tijekom izvještavanja o prosvjedu u Vukovaru. U Tablici 4 vidljivo je da se društveno neprihvatljiv govor najčešće pojavljivao kada je bila riječ o iznošenju političkih stavova koji su usmjereni na sadašnjost (u 18,1 % internetskih objava i popratnih komentara), i to u najvećoj mjeri stavova o HDZ-u. Zatim redom slijede društveno neprihvatljiv govor zbog tzv. antihrvatskih osjećaja i mišljenja (u 16,7 % objava), u najvećoj mjeri usmjeren prema SDSS-u; zbog opće mržnje prema političkim i drugim elitama (u 16,3 % objava), u najvećoj prema SDP-u; te zbog iznošenja političkih stavova usmjerenih na prošlost (u 14,5 % objava), u kontekstu čega se najčešće spominjao Živi zid.

Odgovor na drugi cilj istraživanja povezan je s prvim ciljem istraživanja. Naime, dodavanjem aspekta sadržajnog okvira korištenja društveno neprihvatljivoga govora proširuje se analiza. Izvještavanjem o prosvjedu neizbježno se potiče na povratak u prošlost, stavljajući tu prošlost u sadašnji kontekst, čime se osjećaji iz prošlosti projiciraju na današnju političku situaciju, hrvatske državne institucije, političke stranke te njihove istaknute pojedince. Isto tako, tzv. antihrvatska mišljenja kao sadržajni okvir, kada je u pitanju Vukovar i procesuiranje ratnih zločina, ponovno predstavljaju manifestaciju prošlosti i neizbježno stvaraju podjelu na *mi* i *oni*. Na kraju, opća percepcija političkih i drugih elita u Hrvatskoj takva je da im se pripisuje odgovornost za uzroke prosvjeda. Mediji prenaplašavaju ulogu političkih stranaka, a minoriziraju ulogu državnih institucija zaduženih za specifično područje djelovanje, poput procesuiranja zločina. Kako je istaknuto u uvodnom dijelu, nepovjerenje u državne institucije i političare svugdje je u porastu, a prati ga stalno prebacivanje krivnje između tri strane – javnosti, medija i političara. Političari tako uobičajeno krive medije za poticanje cinizma u javnom diskursu, a javnost za ne-realna očekivanja od političara. Novinari krive političare zbog lošeg vodstva, loših odluka i osobne indiskrecije. Javnost pak krivi i političare i medije percipirajući ih kao bliske suradnike (Young, 2000: 175). Na kraju, moguće je zaključiti kako se u javnosti stvara dojam o pristranom izvještavanju medija s funkcijom prvenstveno kritike društvenih struktura, institucija i političkih stranaka, što otvara prostor konfliktu građana različitih mišljenja, nerijetko potičući i izražavanje društveno neprihvatljivoga govora.

Tablica 4. Sadržajni okviri društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama (N=150)

Table 4. Substantive frameworks of socially unacceptable speech on political parties (N=150)

Sadržajni okvir	Politička stranka (%)							Ukupno
	HDZ	SDP	HNS	Živi zid	MOST	BM 365	SDSS	
Politički stavovi usmjereni na sadašnjost	22,6	11,5	16,7	0,0	16,7	0,0	16,7	18,1
Politički stavovi usmjereni na prošlost	14,2	15,4	16,7	33,3	16,7	0,0	11,9	14,5
Radno mjesto	0,9	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	2,4	1,8
Manjinska nacionalna pripadnost	0,0	1,9	0,0	33,3	0,0	0,0	9,5	2,7
Opća mržnja prema političkim i drugim elitama	16,0	23,1	16,7	0,0	16,7	0,0	9,5	16,3
Nacionalna mržnja	1,9	3,8	0,0	33,3	0,0	0,0	9,5	4,1
Mržnja zbog antihrvatskih osjećaja i mišljenja	14,2	11,5	16,7	0,0	16,7	0,0	31,0	16,7
Mržnja zbog podržavanja Jugoslavije i komunizma	13,2	9,6	16,7	0,0	16,7	0,0	9,5	11,8
Mržnja prema medijima	4,7	7,7	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0	5,4
Mržnja prema javnim osobama	12,3	11,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,6
Ukupno (f)	106,0	52,0	12,0	3,0	6,0	0,0	42,0	221,0
Ukupno (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Treći cilj istraživanja bio je utvrditi glavne načine izražavanja društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama u internetskim objavama i komentarima korisnika tijekom izvještavanja o prosvjedu u Vukovaru. Društveno neprihvatljiv govor klasificiran je u šest podvrsta: seksualne aluzije, društveno neprihvatljiv govor kroz upotrebu onomatopeje, zamjena stavova, vrijeđanje i uvrede, prijetnje i pozivi na obračun te resignacija. U Tablici 5, vidljivo je kako je društveno neprihvatljiv govor najčešće izražavan putem vrijeđanja i uvreda političkih stranaka (u 57 % objava), u najvećoj mjeri usmjerenog prema MOST-u i SDSS-u. Zatim slijede društveno neprihvatljiv govor izražen korištenjem onomatopeje (u 18 % objava), u

najvećoj mjeri usmjerena prema Živom zidu i HDZ-u; rezignacija (u 16 % objava), u najvećoj mjeri usmjerena prema SDP-u i HDZ-u. Najmanje prisutan način izražavanja društveno neprihvatljivoga govora bile su seksualne aluzije (u 1 % objava) te prijete i pozivi na obračun (u 4 % objava).

Kao što je navedeno u uvodnom dijelu, jednoznačna definicija društveno neprihvatljivoga govora još uvijek ne postoji. U kontekstu jugoistočne Europe snažnije se očitavaju konture širenja takvog govora, posebno u raspravama o temama koje još uvijek izazivaju snažne, poglavito negativne emocije i osjećaje. Neovisno o pojavi društveno neprihvatljivoga govora, koji se izražava na različite načine prema političkim strankama, ponovno se društveno neprihvatljiv govor najčešće izražavao prema HDZ-u [npr. epitetima *zlo* (*Dnevno.hr*, 8. 10. 2018), *briselski karijeristi* (*Dnevno.hr*, 13. 10. 2018), *uhljebi* (*Večernji.hr*, 25. 10. 2018), *beskičmenjaci* (*Dnevno.hr*, 13. 10. 2018), *četničko smeće* (*Dnevno.hr*, 13. 10. 2018), SDP-u (npr. *gnjusni pripadnici ljudskog roda* (*Dnevno.hr*, 15. 10. 2018), *Crveni kmeri* (*Dnevno.hr*, 20. 10. 2018)) i SDSS-u [npr. *velikosrpski huškači* (*Narod.hr*, 5. 10. 2018), *gubavci* (*Dnevno.hr*, 15.10.2018)], a dominantan način izražavanja takvog govora bio je kroz vrijeđanje i uvrede.

Tablica 5. Načini izražavanja društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama (N=150)

Table 5. Ways of expressing socially unacceptable speech on political parties (N=150)

Način izražavanja	Politička stranka (%)							Ukupno
	HDZ	SDP	HNS	Živi zid	MOST	BM 365	SDSS	
Seksualne aluzije	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0
Društveno neprihvatljiv govor kroz upotrebu onomatopeje	22,2	13,0	0,0	50,0	0,0	0,0	8,3	18,0
Zamjena stavova	3,7	17,4	50,0	50,0	0,0	0,0	8,3	10,0
Vrijeđanje i uvrede	51,9	52,2	50,0	0,0	100,0	0,0	62,5	57,0
Prijete i pozivi na obračun	3,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,3	4,0
Rezignacija	16,7	17,4	0,0	0,0	0,0	0,0	12,5	16,0
Ukupno (f)	54,0	23,0	2,0	2,0	1,0	0,0	24,0	106,0
Ukupno (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Četvrti cilj istraživanja bio je utvrditi glavne oblike izražavanja društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama u internetskim objavama i komentarima korisnika tijekom izvještavanja o prosvjedu u Vukovaru. Najčešće se društveno neprihvatljiv govor o političkim strankama izražavao eksplicitno (u 74 % objava), poglavito prema HDZ-u, primjerice u izjavi „*Da sutra budu izbori narod bi opet izabrao HDZ, ne kuže oni da to nisu, pojedinci lopovi nego udružena zločinačka organizacija (Dnevno.hr, 18. 10. 2018)*”. Prati je društveno neprihvatljiv govor o SDSS-u i SDP-u [npr. *SDP najviše štiti serbočetnike (Dnevno.hr, 15. 10. 2018)*]. Eksplicitno se nije koristio društveno neprihvatljiv govor o Živom zidu i stranci BM 365. Drugi najučestaliji oblik društveno neprihvatljivoga govora bilo je kroz korištenje ironije, sarkazma ili cinizma (u 20,7 % objava), uglavnom kod spominjanja HDZ-a. Na kraju, metafora i alegorija su najrjeđe korišteni oblici društveno neprihvatljivoga govora (u 5,3 % objava), ponovno najčešće u odnosu na HDZ (Tablica 6).

Tablica 6. Oblici izražavanja društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama (N=150)

Table 6. Forms of expression of socially unacceptable speech on political parties (N=150)

Način izražavanja	Politička stranka (%)							
	HDZ	SDP	HNS	Živi zid	MOST	BM 365	SDSS	Ukupno
Eksplicitno	51,0	18,2	3,6	0,0	1,8	0,0	25,4	100,0
Ironija, sarkazam, cinizam	56,5	26,1	0,0	4,4	0,0	0,0	13,0	100,0
Metafora i alegorija	42,8	28,6	0,0	0,0	0,0	0,0	28,6	100,0

Zaključak

U ovome radu analizirano je korištenje društveno neprihvatljivoga govora o političkim strankama na internetskim objavama i popratnim komentarima na primjeru prosvjeda u Vukovaru, koji se održao u listopadu 2018. godine. Utvrđena je prisutnost takvog govora o političkim strankama i njezinim najistaknutijim članovima. Međutim, treba istaknuti kako je na primjeru prosvjeda u Vukovaru medijsko izvještavanje od strane vodećih nacionalnih medija uglavnom izostalo. Tijekom samog prosvjeda u izvještavanje su se uključili najvećim dijelom sami građani, odnosno korisnici internetskih portala. Tako je s padom medijskog izvještavanja zabilježen porast građanskog izvještavanja i komentiranja događaja. Drugim riječima, sami korisnici nametnuli su temu kao prioritetnu umjesto vodećih medija. Medijsko iz-

vještavanje o prosvjedu u Vukovaru ukazuje i na medijsko iskrivljavanje stvarnosti te ulogu medija u poticanju konflikta među građanima i širenju štetnih oblika komunikacije, samim time što je izvještavanje izostalo. Prosvjed u Vukovaru nastao je kao izraz nezadovoljstva radom hrvatskih državnih institucija, političkih stranaka te su, u skladu s time, dominantne teme bile srpski zločini, rad hrvatskog pravosuđa te aktivnosti današnje Vlade RH. S druge strane, izražavanje društveno neprihvatljivoga govora prema političkim strankama u najvećoj mjeri zabilježeno je upravo kod spominjanja HDZ-a, i to najčešće najistaknutijeg člana stranke. Medijskim se izvještavanjem rasprava usmjeravala na prošlost. Povratkom u prošlost pobuđuju se negativni osjećaji koji se projiciraju na današnju političku situaciju pa ne čudi kako se društveno neprihvatljiv govor najčešće pojavljivao kada je bila riječ o političkim stavovima koji su usmjereni na sadašnjost te u najvećoj mjeri prema trenutno vladajućoj stranci. Zabilježeni primjeri izražavanja društveno neprihvatljivoga govora uglavnom su se odnosili na uvrede političkih stranaka i njezinih članova, dok je najmanje korišten oblik izražavanja takvog govora bio korištenje seksualnih aluzija. Još jedan zanimljiv rezultat jest taj da je većina slučajeva društveno neprihvatljivoga govora bila izražena eksplicitno. Iako još uvijek ne postoji jednoznačna definicija društveno neprihvatljivoga govora, moguće je primijetiti da se on u svojim brojnim oblicima uglavnom pojavljuje u raspravi o osjetljivim društvenim i političkim temama koje izazivaju snažne (često negativne) emocije te oko kojih nije uspostavljen društveni i vrijednosni konsenzus.

Na kraju, ovo istraživanje pokazalo je važnost analize medijskih sadržaja i komentara korisnika o društveno i politički relevantnim temama, a prijedlog za buduća istraživanja svakako je nastavak njihovog praćenja i analiziranja. Istraživanja poput ovoga mogu biti dobar način pronalazanja preciznije definicije društveno neprihvatljivoga govora, a na tom tragu i njegovog efikasnijeg uklanjanja iz medijskog prostora.

REFERENCE

- Alaburić, V. (2003) "Ograničavanje "govora mržnje" u demokratskome društvu – Teorijsko, zakonodovani i pratkični aspekti", *Hrvatska pravna revija: časopis za promicanje pravne teorije i prakse*, 3 (2), 80–90.
- Culpeper, J. (2011) *Impoliteness. Using Language to Cause Offence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Čerkez, I. (2009) "Osnovna obilježja medijske komunikacije u demokratskoj kulturi", *Socijalna ekologija*, 18 (1), 28–45.
- Dulčić, D. (2014) "Masovni mediji i postmoderni društvo", *Media, culture and public relations*, 5 (1), 87–97.
- Elezović, A. (2012) "O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011)", *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 18 (1), 61–88.
- Gamson, W., Croteau, D., Hoynes, W. i T. Sasson (1992) "Media Images and the Social Construction of Reality", *Annual Reviews Sociology*, 18, 373–393.
- Heldman, C., Oliver, S. i M. Conroy (2009) "From Ferraro to Palin: Sexism in Media Coverage of Vice Presidential Candidates", *American Political Science Association Conference*, Toronto, Canada, September, 3 (6), 1–57.
- Hoffmann, D. (2015) "Pregledni izvještaj o praćenju govora mržnje, diskriminatornog i stereotipizirajućeg govora u medijima u Republici Hrvatskoj za razdoblje od 10/2015 do 12/2015", *GONG*.
- Hromadžić, H. (2012) "Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti", *Politička misao: časopis za politologiju*, 50 (2), 60–74.
- Kučiš, V. (2017) "Prikaz knjige: Mirko Štifanić: Uspon ideologije mržnje: Ni mi, ni oni", *Media, culture and public relations*, 8 (1), 96–97.
- Kunczik, M. i A. Zipfel (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
- Labaš, D. i T. Grmuša (2011) "Istinitost i objektivnost u informaciji i društveno štetne komunikacijske forme", *Kroatologija*, 2 (12), 87–122.
- Leets, L. (2002) "Experiencing Hate Speech: Perceptions and Responses to Anti-Semitism and Antigay Speech", *V Journal of Social Issues*, 58 (2), 341–361.
- Leskošek, V. (2005) *Sovražni govor kot dejanje nasilja. V Mi in oni. Nestrpnost na Slovenskem*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Markota, B., Đuho, N. i M. Odorjan (2018) "Social networks as a supplement to the public media service? – An example of the Vukovar protest in October 2018", izlaganje s *7th International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship*. Dubrovnik.

- Mazzoleni, G. i W. Schulz (2010) ““Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy?”, *Political Communication*, 16 (3), 247–261.
- Meibauer, J. (2013) *Hassrede/Hate Speech. Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion*. Gießener Elektronische Bibliothek.
- Milas, G. (2005) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Zagreb: Naklada Slap.
- Munivrana V., Šurina, M. i A. Marton (2016) “Gdje prestaju granice slobode izražavanja, a počinje govor mržnje? Analiza rvatskog zakonodavstva i prakse u svjetlu europskih pravnih standarada”, *Hrvatski ljetopis za kaznene znanosti i praksu*, 23/2, 435–467.
- van Spanje, J. i C. de Vreese (2013) “The good, the bad and the voter: the impact of hate speech prosecution of a politician on electoral support for his party”, *Party Politics*, 1–16. Sage Publications.
- Vilović, G. (2011) “Politološki pojmovnik: Govor mržnje”, *Političke analize*, 2 (6), 68–70.
- Vozab, D. (2017) “Pristrani i neprijateljski mediji te polarizacija u novom medijskom okolišu”, *Političke analize*, 8 (30), 3–9.
- Young, S. (2000) “Why Australians hate politicians: exploring the new public discontent”, 171–182. U: D. Glover i G. Patmor: *For the People: Reclaiming our government. Labor Essays*.

Representation and Characteristics of Socially Unacceptable Speech Regarding Political Parties through Internet Portals on Example of the Vukovar Protest in 2018

Vlasta Kučič

Nika Đuho

Ivan Balabanić

SUMMARY

Using socially unacceptable speech in the media, often referred to as hate speech, becomes an increasingly important issue and subject of analysis. It can be manifested in various forms, for example by using irony, metaphor, sarcasm or different euphemisms, which makes harder its identification and precise definition. The paper analyses the presence of socially unacceptable speech on the most popular Croatian internet portals (Jutarnji.hr, Večernji.hr, Narod.hr, Dnevno.hr, Index.hr, Net.hr, Tportal.hr and Direktno.hr) in journalists' and citizens' posts which refer to the protest in Vukovar in October 2018. The aim of the media analysis was to determine the existence of socially unacceptable speech on the example of political parties and to identify the main ways of expressing socially unacceptable speech on selected Internet portals. The analysis included a total of 906 posts. While there is still no unambiguous definition of socially unacceptable speech, it is possible to note that in its many forms it is mainly emerging when it comes to sensitive social and political themes that provoke strong emotions and around which social and value consensus has not yet been established.

Key words: media reporting, mediatization of politics, political party, protest in Vukovar, socially unacceptable speech