

# Rekonstrukcija narativa o Cetinju: percepcije mladih Cetinjana



DÉVELOPPEMENT  
MÉDIAS

# Rekonstrukcija narativa o Cetinju: percepcije mladih Cetinjana

Impresum

Izdavač: Organizacija KOD

Autorka: Valentina Ostojić

Dizajn: Sofia Ostojić

2025

Ova publikacija realizovana je u okviru projekta „Breaking News, Broken Truth: Disinformation in the Wake of Tragedy“, koji Organizacija KOD sprovodi uz podršku CFI Développement Médias.

Rekonstrukcija  
narativa o Cetinju:  
percepcije mladih Cetinjana

# Sadržaj

1. Uvod	3
2. Metodologija	5
3. Percepcije mladih građana Cetinja: nalazi grupe	7
Opšti doživljaj života mladih na Cetinju	7
Prostor za izražavanje mišljenja mladih	8
Percepcija stereotipa o Cetinju	9
Percepcija medija i medijske kampanje prema Cetinju	10
Analiza reakcija učesnika na primjer neprofesionalnog izvještavanja o tragedijama	11
Percepcija i kanali govora mržnje usmjerenog prema Cetinjanima	12
Iskustva izloženosti govoru mržnje i strategije reagovanja	13
Nedostatak institucionalne reakcije	14
4. Zaključak	16
5. Literatura	18

# Uvod

Cetinje se u savremenoj Crnoj Gori konstituše kao istorijska i kulturna prijestonica sa izuzetno snažnim simboličkim kapitalom u procesima izgradnje crnogorskog identiteta i državnosti. Kao nekadašnje političko središte crnogorske države, grad u kojem su bile smještene ključne državne institucije, vladarski dvor i prve kulturno-prosvjetne ustanove, Cetinje je tokom istorije oblikovano kao centralno mjesto kolektivnog pamćenja i nacionalne simbolike. I u savremenom kontekstu, ono zadržava status duhovnog, kulturnog i istorijskog središta Crne Gore.

Međutim, simbolički kapital grada ne prati u potpunosti njegova savremena demografska dinamika. Prema podacima Monstata (2024), u Cetinju živi 14.494 stanovnika, što čini 2,32% ukupne populacije Crne Gore. Populacija mladih uzrasta od 15 do 29 godina broji 2.145 osoba, odnosno 14,79% ukupnog stanovništva grada, što je ispod državnog prosjeka od 17,4%. Istovremeno, prosječna starost stanovnika Cetinja iznosi 43 godine, dok je na državnom nivou 39,7 godina, što potvrđuje izražen trend demografskog starenja i relativnog smanjenja udjela mladih u lokalnoj populaciji.

Pored unutrašnjih strukturnih izazova, Cetinje je istovremeno izloženo snažnim spoljašnjim reprezentacijama koje oblikuju njegov javni imidž. Njegova simbolička pozicija ga čini čestim predmetom medijskih i javnih narativa, koji osciluju između afirmativnih interpretacija grada kao čuvara nacionalne tradicije i identiteta, i izrazito negativnih diskursa obilježenih anticrnogorskim stereotipima, stigmatizacijom, pa i elementima govora mržnje. Ovi narativi postaju naročito intenzivni u kriznim društvenim momentima, kada pojedinačni događaji bivaju generalizovani i instrumentalizovani u širim ideološkim i političkim okvirima. Takvo je bilo izvještavanje u vezi sa dva tragična događaja masovnog nasilja koja su se na Cetinju dogodila avgusta 2022 godine te januara 2025 godine, u kojima su život izgubila 22 civila.

U kriznim momentima, medijska produkcija značenja postaje naročito intenzivna, što se jasno pokazalo u načinu izvještavanja o pomenutim tragedijama. Na primjer, medijsko izvještavanje o tragičnim događajima na Cetinju, naročito u dijelu medijskog prostora Republike Srbije, često je bilo obilježeno senzacionalizmom, rijalizacijom nasilja i emocionalno manipulativnim pristupom, što predstavlja ozbiljno odstupanje od osnovnih etičkih i profesionalnih standarda novinarstva (DFC, 2025). Najzastupljeniji narativi su bili o pretpostavkama nacionalne pripadnosti počinioca masovne pucnjave, što se moglo vidjeti na portalima sa sjedištem u Republici Srbiji, kao što je *Alo*<sup>1</sup>. Drugi portali iz Srbije, kao što su *Informers*, objavljivali su članke o "prokletstvu"<sup>2</sup> Cetinja te o tome da su se masovne pucnjave desile zbog "antišrpskog pira i orgijanja"<sup>3</sup>. Ovakvi obrasci nameću pitanje na koji način se Cetinje konstruše u javnom prostoru i kako takve reprezentacije utiču na lokalnu zajednicu.

Cilj ovog istraživanja jeste analiza i rekonstrukcija dominantnih narativa o Cetinju koji su se intenzivirali nakon dva tragična događaja, sa posebnim fokusom na percepcije mladih stanovnika grada, kroz ispitivanje njihovih stavova i reakcija na medijsko izvještavanje koje oblikuje javnu sliku o Cetinju.

---

1 <https://www.alo.rs/hronika/crna-hronika/1005480/cetinjani-otkrili-moguc-uzrok-masakra/vest>, <https://www.alo.rs/hronika/crna-hronika/1004378/ispravka-monstrum-sa-cetinja-pred-masakr-nije-pretio-klanjem-srba-i-nije-pevao-ustasku-pesmu/vest>.

2 <https://informer.rs/politika/vesti/883182/cetinje-crna-gora-haos-skupstina>,

3 <https://informer.rs/politika/vesti/882907/skupstina-cetinje-tuca-crna-gora>



# Metodologija

Istraživanje je sprovedeno primjenom mješanog metodološkog pristupa. U prvoj fazi realizovano je desk istraživanje koje je obuhvatilo analizu medijskih naslova i sadržaja, sa ciljem identifikacije generalnih narativa, senzacionalističkih obrazaca i oblika negativnog izvještavanja o Cetinju, a u kontekstu masovnih pucnjava. Nalazi ove faze poslužili su kao analitička osnova za koncipiranje polustrukturiranog vodiča za fokus grupu i dubinske intervjue, čime je osigurana tematska uskladenost istraživačkih pitanja sa učenim medijskim diskursima. Stoga, druga i centralna faza istraživanja obuhvatila je kvalitativnu analizu sprovedenu kroz jednu fokus grupu i dva dubinska intervjua, sa ciljem dubljeg razumijevanja stavova, iskustava i emocionalnih reakcija mladih stanovnika Cetinja na govor mržnje i medijske narative nakon tragičnih događaja. U istraživanju je učestvovalo ukupno šest mladih osoba uzrasta od 18 do 30 godina, od kojih su četiri učestvovala u fokus grupi i dvije u individualnim intervjuiima.

Fokus grupa je omogućila dinamičnu razmjenu mišljenja i identifikaciju različitih interpretacija medijskih narativa i društvenih reakcija, dok su dubinski intervjui pružili prostor za detaljnije i ličnije uvide. Razgovori su vođeni prema unaprijed definisanom polu-strukturiranom vodiču, uz mogućnost slobodnog izražavanja iskustava i stavova. Svi podaci su audio-snimljeni, transkribovani i analizirani primjenom tematske analize, s ciljem identifikacije tema, obrazaca ponašanja i strategija reagovanja. Od svih učesnika pribavljene su informisane saglasnosti za učešće u istraživanju, audio-snimanje i obradu podataka, uz puno poštovanje principa povjerljivosti. Identitet učesnika nije prikupljan niti objavljan, a svi citati u radu prikazani su pod šiframa, odnosno numeričkim oznakama, umjesto ličnih podataka.



# Percepcije mladih građana Cetinja: nalazi fokusa grupe

## Opšti doživljaj života mladih na Cetinju

Učesnici fokus grupe doživljavaju život mladih na Cetinju kao ambivalentan: s jedne strane, grad nudi mir, zajedništvo i kulturnu tradiciju, ali s druge strane, mladima nedostaju profesionalne mogućnosti, kulturni i sportski događaji, što značajno utiče na kvalitet života. Centralna tema koja se provlači kroz razgovor jeste **osjećaj ograničenosti** u karijernom, društvenom i ličnom smislu. Ova ograničenost često rada frustraciju i osjećaj stagnacije među mladima. **Nedostatak radnih prilika** prepoznat je kao osnovni problem koji se reflektuje na sve aspekte života mladih, od samostalnosti i finansijske sigurnosti, do osjećaja smisla i motivacije za ostanak u gradu.

*„Ja bih počela od toga da ne postoje poslovne prilike za sve karijere koje se nude u Crnoj Gori... Jer bez posla grad nema neki prečarani značaj.“ (11)*

Pored ekonomskih izazova, učesnici ističu i **ograničene mogućnosti za lični razvoj**. Nedostatak kulturnih, sportskih i rekreativnih sadržaja dodatno sužava prostor za ispunjen društveni život. Iako postoje pokušaji organizovanja kulturnih događaja i koncerata, učesnici ističu da oni nisu dovoljno učestali niti dovoljno privlačni široj mladalačkoj populaciji.

*„Nema ni uslova za razvijanje hobija, znači neki personalni razvoj. Počev i od sporta... Nemaš uslova. Mladi ne mogu da nađu neke svoje interese, hobije.“ (13)*

Učesnici su takođe prepoznali **sezonalnost društvenog života** kao važan faktor koji oblikuje njihov doživljaj grada. Tokom ljetnjih mjeseci Cetinje postaje življe, otvara se više prostora za društvena okupljanja i kulturne događaje, dok se u zimskom periodu život znatno usporava.

*„Ljeti dosta ljudi i dode sa strane... ti mjeseci budu veoma lijepi i ima sadržaja. Ali problem bude taj prelaz tamo već od septembra, oktobra.“ (12)*

Uprkos brojnim izazovima, učesnici pokazuju **svijest o potencijalima grada** i vjeruju da bi, uz sistemsku podršku, Cetinje moglo postati privlačnije za mlade.

*“Cetinje kao grad sam po sebi ima izuzetnu lokaciju, na primjer definitivno mogu da se stvore uslovi da bi rad mogao da bude izuzetan za mlade na Cetinju, ukoliko bi naravno bilo poslovnih prilika.“ (12)*

Dodatno, mladi osjećaju da **spoljni faktori**, poput načina na koji se Cetinje percipira u javnosti i medijima, utiču na njihov identitet i samopouzdanje. Prikazana je i **emocionalna dimenzija života mladih**, gdje se osjećaj marginalizovanosti i stigmatizacije iz spoljašnjeg okruženja prenosi na lični nivo.

*„Postoji depresija, ja bih rekla. Ona nastaje iz svega ovoga što bi mi mogli da vam opišemo. Nemate posao, nemate hobi, nemate zanimacije, ali nastaje i iz toga što nemate opšte prihvatanje vašeg porijekla...“ (11)*

Konsekventno, učesnici ističu da je odlazak mladih i cijelih porodica sa Cetinja izražen problem.

*„Ne odlaze samo mladi, odlaze cijele familije sa Cetinja... Odlaze u Podgoricu ali masovno odlaze iz Crne Gore, recimo u Ameriku i Hrvatsku.“ (14)*

*“Mnogi razmišljaju da odu. Ja imam sreće, dobar posao, ali to nije često.” (16)*

U zaključku, učesnici opisuju život mladih na Cetinju kroz kombinaciju **pripadnosti i razočaranja** – s jedne strane, grad ima kulturni identitet i osjećaj zajedništva, ali s druge, nedostatak prilika i strukturalne podrške stvara osjećaj stagnacije. Najznačajniji izazovi su:

- nedostatak profesionalnih prilika,
- ograničeni kulturni i sportski sadržaji,
- sezonalni i limitirani socijalni život,
- negativna percepcija grada u širem društvu.

Ipak, mladi pokazuju da su **kreativni, svjesni i prilagodljivi**, te vjeruju da bi uz adekvatnu podršku i ulaganja Cetinje moglo postati grad koji podstiče ostanak, a ne odlazak mladih.

## Prostor za izražavanje mišljenja mladih

Učesnici fokus grupe ističu da postoji formalni prostor za izražavanje mišljenja, ali da mladi često nemaju osjećaj da će njihovi prijedlozi biti stvarno implementirani. To dovodi do kombinacije pasivnosti, nezainteresovanosti i osjećaja bespomoćnosti, uprkos postojanju administrativnih kanala, nevladinih inicijativa i civilnog društva.

Primjećen je **nedostatak povjerenja u institucije** i percepcija da je komunikacija između mladih i donosilaca odluka formalna, ali ne i funkcionalna. Mladi ne osjećaju da njihova mišljenja imaju uticaj, što rezultira suzdržanošću i pasivnošću u javnom životu.

*„Imam puno sugestija, ali nikad se nisam osjetio slobodno da ih podijelim. Niti sam osjetio da ima prostora da bi neko zaista saslušao te ideje...” (13)*

S druge strane, pojedini učesnici prepoznaju da **prostor za izražavanje mišljenja postoji**, ali smatraju da problem leži u **letargiji i niskom nivou motivacije** unutar same omladine. Istaknuta je i **nezainteresovanost i odbojnost prema politici** glavni faktor koji ograničava učešće mladih u donošenju odluka. Iz ovoga se vidi da mnogi mladi doživljavaju političke i društvene procese kao udaljene, netransparentne i nerelevantne za njihovu svakodnevicu. Taj **osjećaj distance između institucija i mladih** dodatno slabi lokalni aktivizam i društvenu koheziju.

*„Mi možemo da se izjasnimo i nije to problem, ne uzima nam niko pravo glasa, samo što mi nemamo osjećaja da će to što mi kažemo zaista biti primijenjeno... Dosta stvari u ovom gradu možemo independently da radimo... Ali problem je letargija...” (11)*

*„Mladi mogu da izraze svoj stav, ali definitivno mislim sa druge strane da preobladava nezainteresovanost mladih, odbojnost prema politici, prema donošenju odluka, da se uopšte pitaju o tome što se dešava u gradu” (12)*

**Nedostatak motivacije** povezan je i sa ekonomskim i egzistencijalnim izazovima – mladi su često preokupirani pitanjima zaposlenja i materijalne sigurnosti, pa društveni angažman ostaje u drugom planu

*“Mislim da je to veći problem – manjak motivacije, inspiracije, a može da se povlači sa tim opet manjak poslovnih prilika, da su prosto zauzeti time da razmišljaju de će, što će, od čega će da žive.” (12).*

U cjelini, percepcija mladih o mogućnostima za učešće u donošenju odluka može se opisati kao **paradoksalna**: formalni mehanizmi postoje, ali ne funkcionišu kao stvarni kanali uticaja. Rezultat je osjećaj isključenosti, letargije i sumnje u svrhu angažmana. Ključni faktori koji oblikuju ovu situaciju su:

- nepovjerenje u institucije i percepcija da se glas mladih ne čuje,
- pasivnost,
- ekonomska nesigurnost koja potiskuje društveni angažman.

## Percepcija stereotipa o Cetinju

Sagovornici su saglasni da su mladi sa Cetinja često predmet stereotipa i predrasuda, i to kako negativnih, tako i pozitivnih, dok oni negativni imaju jači društveni uticaj, kako primjećuju.

Primjećeni su nasilni i uvredljivi stereotipi koji su se intenzivirali nakon tragedija na Cetinju, što izaziva emocionalnu reakciju i osećaj bespomoćnosti.

*„Komentari od toga da smo prokleti, bezbožni, ortodokсна ološ, kancer države... To vas jednostavno potrese.“ (11)*

Takvi negativni stereotipi utiču na socijalnu interakciju, izazivaju strah pri identifikaciji sa Cetinjem i mogu ograničiti profesionalne i društvene kontakte. Učesnici napominju da stereotipi stvaraju stalnu potrebu za samoodbranom u društvenim interakcijama. Mladi sa Cetinja ne doživljavaju svoju pripadnost kao neutralnu činjenicu, već kao potencijalni povod za konflikt, što sugerše da je stereotip postao dio svakodnevnne interakcijske dinamike.

*„Kada bih nekog novog upoznala, bilo bi me praktično strah da kažem da sam sa Cetinja... Toliko je te neke negativne energije usmjerene ka nama... Kada su se desile tragedije, čitala sam komentare ‘sve vas treba pobiti, sve ste to zaslužili!’...“ (14)*

*„Puštili smo to da to potpuno podivlja. I da stvarno ljudi od stereotipa naprave mišljenje o tome. Ti ne možeš normalan razgovor da imaš, a da se ne osjećaš kao da si u nekoj konstantnoj samoodbrana poziciji. Imaš dvije opcije, ili samoodbrana, ili ofanziva. Dobar dan, ja sam sa Cetinja. I onda čekaš...“ (11)*

*“Ja sam isto imao iskustvo gdje sam razgovarao sa jednom ženom koja mi je rekla da mi svi sa Cetinja treba da budemo kolektivno posmatrani. Da se nad nama vrša analize. Kako će čovjek da odreaguje na to?” (12)*

Analiza pokazuje da stereotipi o Cetinju **nijesu samo teorijski problem**, već imaju **direktni uticaj na psihološko stanje mladih, njihov identitet i ponašanje u društvu**. Stereotipi u ovom kontekstu funkcionišu kao oblik simboličkog nasilja – oni ne moraju biti fizički izraženi, ali proizvode osjećaj poniženja i stalnog nadzora. Mladi se bore između potrebe da zaštite svoj identitet i želje da izbjegnju konflikt, što može rezultirati povlačenjem iz društvenog života ili stvaranjem defanzivnih komunikacijskih obrazaca.

Sagovornici takode problematizuju ideju „autentičnijeg“ ili „većeg“ crnogorstva koje se može naći na Cetinju, naglašavajući da se to često nameće sa strane.

*“Mislim da nije zdrava ni priča da mi mislimo da smo Crnogorci mimo drugih, da smo veći Crnogorci nego u odnosu na nekog iz Gusinja, nemam pojma. Mislim da ni to nije zdravo uopšte i da to može da stvara dodatni jaz među stanovnicima.“ (12)*

*“Kao da smo mi neki najveći Crnogorci, i da recimo mi podržavamo određene političke partije, itd...” (15)*

*“Ja mislim da nismo mi ti koji to mislimo, nego drugi to misle za nas. Nama se nameće da smo mi najveći Crnogorci po tome što smo sa Cetinja.” (14)*

Zaključno, analiza pokazuje da stereotipi o mladima sa Cetinja imaju snažan i višeslojan društveni efekat, koji prevazilazi nivo pojedinačnih predrasuda i postaje dio svakodnevnih interakcija. Negativni stereotipi, posebno oni pojačani nakon traumatičnih događaja, proizvode osjećaj stigmatizacije, nesigurnosti i stalne potrebe za samoodbranom, što direktno utiče na identitet, psihološko blagostanje i društveno ponašanje mladih. Istovremeno, nametanje ideje „posebnog“ ili „većeg“ crnogorstva dodatno produbljuje podjele, pokazujući da stereotipi funkcionišu kao oblik simboličkog nasilja koji ograničava mogućnost ravnopravne i opušteno društvene participacije.

## Percepcija medija i medijske kampanje prema Cetinju

Sagovornici su saglasni da mediji često predstavljaju Cetinje na polarizujuć i toksičan način, naročito u kontekstu tragedija koje su se desile u posljednjih nekoliko godina. Postoji osjećaj da su naslovi, komentari i narativi oblikovani tako da stigmatizuju Cetinje i njegove stanovnike, što stvara emocionalni pritisak na mlade i podstiče stereotipe.

Sagovornik 1 naglašava nedostatak nezavisnog novinarstva u Crnoj Gori, što otežava da se glas mladih i lokalnih inicijativa čuje:

*„Ne postoji nezavisno novinarstvo generalno... naših glasova u suštini i nema...” (11)*

*“Da, uvijek sve ide na emociju i klikove. Nema stručnjaka, nema konteksta. Samo naslovi, izvještaji, galama.” (15)*

Učesnici su podijelili i stavove o novinarstvu i tome kako mediji dozvoljavaju anonimne komentare koji su veoma uvrijedljivi i naginju govoru mržnje. Kada je reč o rješenjima, sagovornici se slažu da cenzura komentara nije adekvatno rješenje, već da bi trebalo uvesti odgovornost i transparentnost u online komunikaciji:

*“Ja nisam nikad za cenzuru, ja sam za suprotno od toga, a to je da ne postoji anonimnost. Bukvalno, ako hoćeš da pričaš te stvari, puno ime i prezime. Pa da vidimo koliko ste spremni za gadosti i gnusne izvještaje, tada ako su ljudi dalje spremni da to javno izbačaju, da se otvori nešto potpuno drugo, jedna nova sfera novinarstva, gdje ću ja lijepo sve te ljude da tužim... Te teme 90-ih, ko će njima da se bavi, neka mu fino stoji, ime i prezime, pa neka bude ratni huškač. I to je to. Znači, cenzura nikako – meni nije rješenje, ali odgovornost.” (11)*

Drugi sagovornici, u kontekstu pomenutog tuženja za govor mržnje, izražavaju manjak povjerenja u pravosudne organe, naglašavajući da su postojali javnosti poznati primjeri koji nijesu bili sankcionisani.

*“Ovo za tuženje... ja mislim da je to u Crnoj Gori nemoguće, ja mislim, ne bih sad da pominjem primjere ali eto, prošli onaj, kako se zove, mitropolit. Pa on je nazvao cijelu naciju, ne znam, kopilad ili šta već. Kakve već riječi je upotrijebio i ostao tu gdje jeste, u bilo kojoj evropskoj državi – pa njega bi država tužila. (13)*

U zaključku, percepcija Cetinja u medijima oblikovana je kroz senzacionalističke i često stigmatizujuće narative koji produbljuju polarizaciju i dodatno opterećuju lokalnu zajednicu, posebno mlade. Nedostatak nezavisnog novinarstva i prostora za autentične glasove građana doprinosi osjećaju isključenosti i nepravde, dok tolerisanje anonimnih i uvredljivih komentara normalizuje govor mržnje. Sagovornici prepoznaju potrebu za promjenom medijskih praksi, ne kroz cenzuru, već kroz jačanje odgovornosti, transparentnosti i etičkih standarda u javnoj komunikaciji, kao preduslova za zdraviji i pravedniji medijski diskurs o Cetinju.

## Analiza reakcija učesnika na primjer neprofesionalnog izvještavanja o tragedijama

Moderatorica je učesnike upitala za stav o portalu In4s te prikazala primjer naslova članka<sup>4</sup> tog portala, već regionalno prepoznatom po širenju dezinformacija (Boričić, 2025), a koji je, već dokumentovano, izrazito tabloidno izvještavao o cetinjskim tragedijama (CDT, nd). Ovim pristup omogućava sagledavanje direktnih emocionalnih i kognitivnih reakcija na stvarni polarizujući i uvrijedljiv medijski sadržaj.

Sagovornici navode da uvrijedljivo medijsko izvještavanje o Cetinju stvara kolektivnu frustraciju i polarizaciju u društvu; percipira se kao štetan za socijalnu koheziju. Izaziva i tugu i zabrinutost za publiku koja prima i ne propituje sadržaj, što dodatno perpetuira negativne efekte. Primjećuje se tendencija mladih ka aktivnom izbjegavanju negativnih sadržaja kao mehanizam samoodbrane prilikom prepoznavanja manipulativnog efekta medija.

*„Ja neću sebe da punim takvim emocijama, niti da pokušavam da ispravljam ove ljude za koje mislim da su dijametralno suprotnosti bilo kakvim moralnim vrijednostima kojima čovjek treba da teži. Tako da puno tih nekih medija ja sam prestao sam čitan, čak neke imam i blokirane na nekim društvenim mrežama koje koristim, samo da mi ne bi izlazili ovakvi naslovi i ovakve stvari.“ (13)*

*„Sama činjenica da mi u 2025. godini nismo izašli iz 90-ih i da je to nešto što se konstantno potencira, a ustaše, fašisti, Srbi, Crnogorci, partizani, ne znam ni ja.“ (14)*

*„Utiče generalno negativno na svakog normalnog čovjeka, zato što moram da kažem da ove stvari koje se pišu, ljudi svakakve komentare imaju, ne znaju svoju istoriju. Znače, ne znaju svoju istoriju. Mnogi ljudi, ne kažem samo sad za Crnu Goru, generalno ne znamo ni mi, ne znaju ni druga strana, ni treća strana. Nebitno. Svako ima neke priče koje je od nekoga nešto čuo. A ne postoji neki zvanični dokument koji nešto tvrdi. Mislim da ovakve stvari takode se i pišu jer nema posljedica. Nema posljedica. (14)*

*„Mene ovakve stvari najviše rastuže, ne zbog toga što ovo postoji, nego zbog toga što postoje ljudi koji ovo čitaju, i što je još manji procenat onih koji će dovedu to pod znak pitanja.“ (12)*

*„Znači jedino gadost, ja mogu samo da navedem to što osjećam kad vidim ovakav članak. To jednostavno izaziva negativnu emociju i neću sebe da punim takvim emocijama.“ (13)*

---

<sup>4</sup> <https://www.in4s.net/cetinje-oteto-od-samog-sebel/>;  
<https://www.in4s.net/video-masovna-ubistva-u-crnoj-gori-nacionalna-netrpeljivost-kaopokretac-nasilnih-tragedija/>.

*„Utiče generalno negativno na svakog normalnog čovjeka... Ovakvi članci izazivaju negativne emocije, podjele i realno svade.“ (14)*

*“Samo stvaraju veći jaz, strah, podjele.“ (16)*

Kognitivni uvidi:

- Učesnici navedeni medij, te njihove članke o Cetinju ne doživljavaju kao informativne, već kao **namjenski konstruisan diskurs** koji proizvodi podjele. Prisutan je kognitivni uvid da sadržaj nije neutralan, već ima agendu (polarizacija, provociranje emocija).
- Sagovornici jasno uočavaju da članak aktivira snažne negativne emocije (tuga, gadost, frustracija), što ukazuje na **svijest o emocionalnom okidaču u medijskom narativu** i njegovom uticaju na publiku.
- Primjetna je **svjesna odluka da se izbjegava izlaganje** takvim sadržajima (blokiranje medija, prestanak čitanja) kao način zaštite mentalnog i emocionalnog integriteta.
- Učesnici izražavaju zabrinutost za one koji ne propituju informacije, što ukazuje na **metakognitivni uvid** – razlikovanje između vlastitog kritičkog kapaciteta i percepcije kognitivne pasivnosti drugih.
- Postoji jasno artikulirana percepcija da društvo funkcioniše na osnovu **fragmentisanog, usmenog i pristrasnog znanja**, bez oslonca na verifikovane izvore, što doprinosi širenju konfliktnog diskursa.
- Sagovornici prepoznaju da stalno vraćanje na teme iz 90-ih predstavlja **kognitivnu stagnaciju društva**, gdje se prošli identitetski konflikti reprodukuju umjesto da se razrješavaju.
- Izražen je uvid da se ovakav sadržaj proizvodi jer **ne postoji sistemska odgovornost**, što vodi normalizaciji radikalnih narativa i smanjenju standarda javne komunikacije.
- Učesnici osjećaju tugu – ne zbog samog postojanja članka, već zbog njegove recepcije. To ukazuje na **konflikt između racionalnog razumijevanja i emocionalne reakcije**.
- Članak se ne procjenjuje samo informativno, već i **moralno**, što pokazuje da učesnici primjenjuju vrijednosne okvire u evaluaciji medijskog sadržaja.

## Percepcija i kanali govora mržnje usmjerenog prema Cetinjanima

Učesnici fokus grupe razgovarali su o prisutnosti govora mržnje usmjerenog prema Cetinjanima u kontekstu masovnih pucnjava i tragičnih događaja, s posebnim fokusom na to gdje se takvi narativi najčešće pojavljuju i kako ih doživljavaju na ličnom i kolektivnom nivou.

Iz izjava učesnika jasno se uočava primjećivanje **kolektivnog okrivljavanja lokalnog stanovništva Cetinja**, pri čemu se pojedinačne tragedije interpretiraju kao posljedica navodnih “karakternih” ili “moralnih” osobina cijele zajednice.

Analiza iskaza pokazuje visok stepen saglasnosti među učesnicima u vezi s kanalima kroz koje se govor mržnje najčešće širi. **Društvene mreže** se gotovo jednoglasno identifikuju kao primarni prostor u kojem su negativni, nasilni i dehumanizirajući komentari najzastupljeniji. Učesnici posebno ističu da se govor mržnje u medijima ne pojavljuje dominantno kroz novinarski sadržaj, već kroz **komentare čitalaca**, koji često ostaju nemoderirani i dodatno pojačavaju negativne narative.

*„Najveći broj je na društvenim mrežama... pa onda uživo... a u medije ne ni kroz članke, nego kroz komentare ljudi.“ (11)*

*„Definitivno najviše na društvenim mrežama. Poslije toga i u medijima... komentari puni mržnje bili su vrlo prisutni.“ (12)*

Neki učesnici svjedoče i o **ekstremnim porukama**, uključujući otvorene pozive na nasilje, što dodatno produbljuje osjećaj nesigurnosti i otuđenosti:

*„Komentari apsolutno negativni, i nasilni.“ (14)*

Ovakve izjave ukazuju na proces **normalizacije govora mržnje**, gdje se čak i najekstremnije poruke percipiraju kao „uobičajene“ u online prostoru. Primjećuje se i da je sam koncept govora mržnje mnogim ljudima i dalje apstraktan i nedovoljno prepoznat kao društveni problem:

*„Pogotovo ako govorimo o govoru mržnje, ljudima je to nekako stran i dalek koncept.“ (11)*

U diskusiji se implicitno pojavljuje i **kontrast u nivou empatije** prema tragedijama u drugim gradovima ili sredinama. Učesnici primjećuju da se slični događaji van Cetinja rjeđe tumače kroz kolektivnu krivicu lokalne zajednice, što dodatno pojačava osjećaj diskriminacije i izdvojenosti.

Govor mržnje prema Cetinjanima, kako ga učesnici fokus grupe percipiraju, ima **kontinuiran i višeslojan karakter**. Društvene mreže predstavljaju ključni kanal njegove distribucije zbog brzine, anonimnosti i slabog nivoa odgovornosti korisnika, dok mediji indirektno doprinose širenju kroz komentatorske sekcije.

Kognitivni i emotivni uvidi:

- Učesnici primjećuju **kumulativni uticaj govora mržnje**: emocionalni stres, osjećaj stigmatizacije i stalne potrebe za opravdanjem.
- Društvene mreže su dominantni kanal, dok mediji djeluju sekundarno kroz komentare.
- Negativni komentari često uključuju **kolektivnu krivicu**, neinformisanost i predrasude prema Cetinjanima.
- Tragedije su dovele do **pojačanog govora mržnje prema Cetinjanima**, s izraženim online nasiljem i pritiscima uživo. Reakcije učesnika pokazuju da ovaj fenomen ima **emocionalno, društveno i identitetsko opterećenje**, te da društvene mreže i komentari u medijima igraju ključnu ulogu u njegovoj perpetuaciji.

## Iskustva izloženosti govoru mržnje i strategije reagovanja

Iskazi prikupljeni tokom diskusije ukazuju na učestalu izloženost govoru mržnje, lažnim vijestima i negativnim komentarima u vezi s tragičnim događajima na Cetinju. Ovakav sadržaj podstiče razvoj različitih strategija reagovanja i suočavanja kod mladih ljudi.

Jedan obrazac reagovanja ogleda se u svjesnom ograničavanju izloženosti negativnim sadržajima, prvenstveno na društvenim mrežama. Blokiranje i skrivanje izvora govora mržnje opisuje se kao način očuvanja mentalnog blagostanja i smanjenja emocionalnog pritiska:

*„Kod mene dobiju hide ili block... ja to jednostavno cenzurišem za sebe, jer ne želim da me punim negativnim stvarima.“*

Ovaj pristup predstavlja individualni mehanizam zaštite koji omogućava emocionalnu distancu, iako istovremeno može voditi povlačenju iz šire javne rasprave.

Drugi obrazac reagovanja zasniva se na aktivnom suprotstavljanju govoru mržnje i dezinformacijama, naročito u neposrednoj komunikaciji. U takvim situacijama naglasak je na identifikovanju nelogičnosti u tuđim argumentima i pokušaju da se kroz dijalog dekonstruišu stereotipi i generalizacije:

*„U komunikaciji uživo volim da uđem u konflikt... da pronalazim nelogičnosti u rezonovanju kod drugih ljudi i pokušavam da dođem do tačke da shvate da nije baš tako.“*

Ovaj pristup ukazuje na vjerovanje u edukativni potencijal lične komunikacije, uz istovremenu distancu prema online raspravama koje se često doživljavaju kao neefikasne ili iscrpljujuće.

Treći obrazac podrazumijeva korišćenje društvenih mreža za javno ukazivanje na problematičan sadržaj, ali bez ulaska u otvorene sukobe u komentarima. Umjesto direktne konfrontacije, naglasak je na imenovanju problema i njegovom analitičkom razlaganju:

*„Definitivno raspravljam s ljudima, ali ne na način da ulazim u konflikte preko komentara... javno prozovem to što mi je zasmatalo i raščlanim.“*

Analiza pokazuje da suočavanje s govorom mržnje ne prati jedinstven obrazac, već zavisi od konteksta, ličnih kapaciteta i procjene emocionalnog troška. Strategije se kreću od povlačenja i filtriranja sadržaja, preko direktnog dijaloga, do javnog, ali kontrolisanog reagovanja. Iako individualne strategije mogu efikasno štititi lično blagostanje, njihova šira društvena implikacija otvara pitanje održavanja prostora za kritički i odgovoran javni diskurs.

## Nedostatak institucionalne reakcije

Mladi ističu da je reakcija nadležnih institucija i medija bila nedovoljna, što je doprinijelo širenju govora mržnje.

*„Falilo je nekog načina sankcionisanja.“ (13)*

*„Objavljivale su se informacije koje nijesu imale veze s realnim stanjem, ljudi su se dodatno istraumirali, a strah se samo hranio, bez ikakve odgovornosti za posljedice takvih objava.“ (11)*

Ovdje se uočava prostor za institucionalnu intervenciju, uključujući sankcionisanje i kontramjere protiv dezinformacija, kao i medijsku edukaciju.

Mladi izražavaju jasnu potrebu za **sekvencijalnim i etički odgovornim pristupom** javnom govoru nakon masovnih tragedija. Naglašava se da u neposrednom periodu nakon događaja dominiraju šok, tuga i dezorijentisanost, zbog čega prerano insistiranje na racionalnim objašnjenjima može djelovati retraumatizujuće. Empatija se prepoznaje kao osnovni preduslov za bilo kakvu dalju javnu ili medijsku obradu tragedije. Tek nakon što se prizna težina događaja i ostavi prostor za kolektivno žaljenje, otvara se mogućnost za ekspertsku analizu, čija je svrha razumijevanje, a ne opravdavanje ili senzacionalizacija nasilja.

*„Mora se prvo priznati da se desilo nešto nevjerovatno užasno i pristupiti s empatijom, a tek onda ići u objašnjavanje i pokušaj razumijevanja motiva. Prvo empatija, pa ekspertiza.“ (13)*

U cjelini, nalazi ukazuju na jasnu potrebu za snažnijim i koordinisanim institucionalnim odgovorom koji bi istovremeno adresirao govor mržnje, dezinformacije i etičke standarde javne komunikacije u periodima kolektivne traume.



# Zaključak

Prethodni nalazi ukazuju i na to da su među medijima koji su najizraženije tabloidno i polarizujuće izvještavali o tragedijama prisutni i oni sa sjedištem van Crne Gore, posebno u Srbiji. Ova inostrana dimenzija medijskog prostora dodatno komplikuje regulaciju i odgovornost, jer narativi koji utiču na percepciju Cetinja i njegovih gradana ne nastaju uglavnom unutar domaćeg institucionalnog okvira. Time se problem govora mržnje, dezinformacija i senzacionalizma ne može posmatrati samo kao unutrašnje pitanje medijskog sistema Crne Gore, već kao dio šireg regionalnog informacionog okruženja, što je još problematičnije institucionalno targetirati, s obzirom da Crna Gora i dalje nema usvojenu strategiju za borbu protiv stranih malignih uticaja (RTCG, 2024).

Kada su pitanju percepcije mladih, nalazi kvalitativnog istraživanja upućuju na to da je ključno sistemski raditi na osnaživanju mladih kroz otvaranje realnih profesionalnih prilika, razvoj kulturnih i društvenih sadržaja, ali i kroz obnovu povjerenja u institucije. Posebnu pažnju potrebno je usmjeriti na odgovornost medija i suzbijanje govora mržnje, jer negativni narativi imaju direktan uticaj na identitet, mentalno zdravlje i društvenu koheziju mladih. Poruka koja se izdvaja jeste da bez empatije, dijaloga i institucionalne dosljednosti nema održivog oporavka zajednice – dok istovremeno energija, kritičnost i spremnost mladih predstavljaju snažan potencijal na kojem se mogu graditi dugoročne i inkluzivne promjene.



# Literatura

- Boričić, M. (2025, Februar 6). Izvještavanje medija o masovnom zločinu na Cetinju: Neki dolivali so na ranu. CIN-CG. <https://www.cin-cg.me/izvjestavanje-medija-o-tragediji-na-cetinju-neki-dolivali-so-na-ranu/>.
- Centar za demokratsku tranziciju. (2025, January 18). Izvještavanje medija o Cetinju: Guranje nacionalističko-političkih agenda preko stradalih građana. <https://www.cdtmn.org/2025/01/18/izvjestavanje-medija-o-cetinju-guranje-nacionalisticko-politickih-agenda-preko-stradalih-gradana/>.
- DFC. (2024). Tabloidizacija tragedija. <https://dfc.me/tabloidizacija-tragedija/>.
- DFC. (2025, January 14). Nacionalizam i mitomanija dehumanizovali Cetinje. <https://dfc.me/nacionalizam-i-mitomanija-dehumanizovali-cetinje/>.
- Monstat. (2024). Popis stanovništva.
- RTCG. (2024, June 25). Crna Gora bez strategije za borbu protiv malignih uticaja. RTCG – Radio Televizija Crne Gore. <https://rtcg.me/vijesti/drustvo/570149/crna-gora-bez-strategije-za-borbu-protiv-malignih-uticaja.html>.