Letnik 31, Suplement, S48-S66; https://doi.org/10.1080/13183222.2024.2443868

MEDIJSKO USTVARJANJE PROTIBEGUNSKEGA SOVRAŽNEGA GOVORA V KOMENTARJIH NA FACEBOOKU[1]

Veronika Bajt in Ajda Šulc

Članek z analizo protibegunskega sovražnega govora v komentarjih v profilih izbranih medijev na Facebooku ugotavlja, kako je bila tema migracij komunicirana in komentirana na spletu v obdobju povečanih migracij v Evropo z Bližnjega vzhoda, iz Afrike in Azije. Kot država na zahodnobalkanski migracijski poti je Slovenija leta 2015 doživela z »dolgim poletjem migracij« povezan porast sovražnega govora, predvsem na spletnih družbenih omrežjih. Na vzorcu 6545 spletnih komentarjev na objave novičarskih medijev, objavljenih v obdobju 2012–2017, združujemo kvantitativno in kvalitativno analizo proti beguncem uperjenih komentarjev, ki jih je mogoče opredeliti kot sovražni govor, in člankov, pod katerimi se pojavljajo. Analiza kaže, da največ nasilnih komentarjev izzovejo članki, ki pri poročanju o temi migracij uporabljajo senzacionalistično retoriko in poudarjajo deviantna dejanja beguncev. Senzacionalistično medijsko poročanje neposredno soustvarja sovražni govor. Članek je z združevanjem sociološke analize družbeno razdiralnih komentarjev, s premisleki o kazensko pregonljivem izražanju in vplivu družbenih medijev edinstven prispevek k preučevanju vloge, ki jo ima ekonomija pozornosti digitalnih platform pri širjenju sovražnega govora.

KLJUČNE BESEDE begunci, digitalne platforme, ekonomija pozornosti, Facebook, migracije, sovražni govor, spletni komentarji

Media creation of anti-refugee hate speech in Facebook comments

The article, analyzing anti-refugee hate speech in the comments on Facebook profiles of selected media outlets, examines how the topic of migration was communicated and commented on online during the period of increased migration to Europe from the Middle East, Africa, and Asia. As a country on the Western Balkans migration route, Slovenia experienced a surge in hate speech in 2015 linked to the "long summer of migration", especially on social media. Using a sample of 6,545 online comments on news media posts published between 2012 and 2017, we combine quantitative and qualitative analysis of anti-refugee comments that can be classified as hate speech and the articles under which they appear. The analysis shows that articles using sensationalist rhetoric and emphasizing deviant actions by refugees provoke the highest share of violent comments. Sensationalist media reporting directly contributes to the creation of hate speech. By combining a sociological analysis of socially divisive comments, with considerations of criminally prosecutable speech, and the influence of social media, the article provides a unique contribution to the study of the role that the attention economy of digital platforms plays in the propagation of hate speech.

KEYWORDS refugees, digital platforms, attention economy, Facebook, migration, hate speech, online comments

© 2024 EURICOM

Uvod

Razvoj dogodkov v Evropi in po svetu kaže še vedno prisotno moč izključevalnih, nacionalističnih in rasističnih idej, v povezavi z dolgim poletjem migracij leta 2015 (poimenovanim »begunska kriza«) pa porast sovražnega govora. Raziskave kažejo, da so begunci oziroma migranti glavne tarče takega sovražnega govora, zlasti v povezavi z islamom pa obravnavani kot »simbolni napadalci« (Jiang in Erez 2018), stereotipizirani kot kriminalci in prikazani kot nevarnost družbi (Paasch-Colberg et al. 2022). Nacionalistične državne politike in rasistični sovražni govor spodbujajo grozeče posledice za njihovo blaginjo in temeljne človekove pravice (Stumpf 2006; Kogovšek Šalamon 2017b). Hkrati so sistemi nadzora nad priseljevanjem v obdobju po množičnih migracijah z Bližnjega vzhoda, iz Afrike in Azije postali vse bolj restriktivni (Kogovšek Šalamon 2017a; Bajt 2019; Zdravković 2021), kot odraz globalnih trendov kriminalizacije migracij pa v Sloveniji mednarodno zaščito (t. i. azil) dobi le malo ljudi, ki zanj zaprosijo zunaj mehanizma zagotovljene začasne zaščite v EU za razseljene osebe, ki bežijo iz Ukrajine. Odziv na sodobne izzive globalnih migracij so varnostnizacija meja in preprečevanje vstopa ter oživljanje nativizma, nacionalizma in rasizma, ki vzpostavljajo referenčni okvir za sovražni govor.

S povečanim prihodom beguncev leta 2015 so se javno razširila neanonimna sovražna stališča do priseljevanja (Bajt 2018; Vezjak 2018). Številne osebe, ki so na Facebooku objavljale komentarje s sovražnim govorom, so pozneje trdile, da se niso zavedale, da njihova dejavnost na družbenih omrežjih predstavlja delovanje v javni sferi (Oblak Črnič 2017). Obstoječe raziskave različnih kršitev smernic skupnosti, ki jih določajo posamezni mediji, ugotavljajo potrebo po omejitvi komentiranja določenih tem, onemogočanju anonimnosti in ukinitvi spletnih forumov (Hille in Bakker 2014; Santana 2014). Ena od takih tem so migracije in spletni portal MMC RTV Slovenija je leta 2015 za določen čas omejil komentiranje na samo eno novico, povezano z begunci, na dan. Kljub temu ostajajo številne možnosti za spletno komentiranje in raziskave ugotavljajo vrzeli pri preučevanju sovražnih spletnih komentarjev, zlasti pomanjkanje kvantitativnih podatkov. Analize kibernetskega rasizma se osredinjajo na kvalitativne analize besedil (Bliuc et al. 2018), vendar je v porastu tudi trend uporabe računalniških tehnik in strojnega učenja za analizo sovražnega govora, pri čemer je bil dosežen velik napredek pri identificiranju sovražnega in drugih oblik neprimernega diskurza. Še vedno pa je treba bolje razumeti, kako in kdaj se spletne sovražne objave širijo ter katere vrste sporočil v spletnih medijih so najbolj problematične. Članek z namenom zapolnitve obstoječe vrzeli obravnava pojavnost sovražnega govora na v Sloveniji najbolj razširjenem družbenem omrežju Facebooku in analizira, katere medijske vsebine sovpadajo z različnimi tipi sovražnega govora, tj. s pravno pregonljivim sovražnim govorom na eni ter z žaljivim in neprimernim govorom na drugi strani. Naše raziskovalno vprašanje se glasi: Katere značilnosti spletnih novic na družbenih omrežjih spodbujajo protibegunske sovražne komentarje? Članek z združevanjem sociološke analize družbeno razdiralnih komentarjev, s premisleki o kazensko pregonljivem izražanju in vplivu družbenih medijev prispeva k preučevanju vloge, ki jo ima ekonomija pozornosti digitalnih platform pri širjenju sovražnega govora.

Protibegunski spletni sovražni govor preučujemo z analizo komentarjev v profilih na Facebooku treh slovenskih spletnih medijev: 24ur.com, Siol.net in Nova24TV. Čeprav jedro analize temelji na sociološkem razumevanju sovražnega govora, ki vključuje podrejanje in zatiranje skupin, ki nimajo politične moči v družbi, upoštevamo tudi pravni vidik, da bi

opredelili primere, ki so očitno hujskaški in nasilni ter bi jih bilo zato mogoče preganjati po obstoječi zakonodaji. Žaljivi in nasilni komentarji, ki temeljijo na osebnih okoliščinah oziroma statusu, se namreč v skladu z zakonodajo v Sloveniji štejejo za pregonljiv sovražni govor, zato je ta vidik ključnega pomena. Družbena omrežja ponujajo novičarskim portalom dostop do večjega obsega bralstva, kot ga je medij zmožen doseči brez njih, kar prispeva k naraščanju logike ekonomije pozornosti (Myllylahti 2018). Hkrati strukturne spremembe digitalne javne sfere z algoritmizacijo, s fragmentacijo javnosti in z zapiranjem v informacijske mehurčke otežujejo jasno opredelitev odgovornosti.

Pomanjkanje soglasja o tem, kaj je sovražni govor, in še večje pomanjkanje raziskav družbenih pogojev, ki ustvarjajo širjenje sovražnega govora, relevantno literaturo vodita v slepo ulico. Članek poskuša z osredinjanjem na kvantitativno analizo sovražnega govora v komentarjih na Facebooku zapolniti to vrzel z uporabo tristopenjskega pristopa. Najprej ločimo družbeno nesprejemljive komentarje in ugotovimo, na koga so usmerjeni. Drugič, izberemo samo primere, v katerih so bile tarče opredeljene kot priseljenci/begunci ali muslimani/islam, kar omogoča analizo protimigrantskega odnosa. Tretjič, razlikujemo med žaljivo in nasilno vsebino, pri čemer slednjo opredelimo kot potencialno kazensko pregonljivo. Z ločevanjem komentarjev, ki grozijo in pozivajo k fizičnemu nasilju, od tistih, ki vsebujejo »zgolj« žaljiv jezik, razmejujemo med pravno in sociološko opredelitvijo sovražnega govora, česar že izvedene raziskave večinoma ne upoštevajo. Nato obravnavamo razlike med primarnimi komentarji in odgovori ter posebej obravnavamo, tudi kvalitativno, članke z večjim deležem komentarjev, ki pozivajo k nasilju nad begunci.

Analiza je kontekstualizirana v obdobju t. i. dolgega poletja migracij v Sloveniji. Pri preučevanju sovražnega govora proti beguncem v komentarjih na Facebooku nas zanima, kako je bila tema migracij komunicirana in komentirana v spletni javni sferi. Čeprav je bilo v zadnjih letih objavljenih nekaj raziskav s tematiko sovražnega govora (gl. npr. Vehovar et al. 2020; Vehovar in Jontes 2021; Šori in Vehovar 2022), gre za ozkodisciplinarne analize (predvsem pravne, medijske), metodološko sloneč na kvalitativnih analizah diskurza na eni (Vobič in Poler Kovačič 2014; Chitrakar 2020) ali kvantitativnih računalniških metodah na drugi strani. Manjka kombiniranih raziskav sovražnega govora, ki bi pojav tudi sociološko koncipirale širše, kar je namen tega članka, ki presega zgolj razlikovanje med »primernimi« in »neprimernimi« spletnimi komentarji ter poskuša izmeriti delež komentarjev, ki jih je mogoče opredeliti kot sovražni govor.

Vloga družbenih omrežij pri spodbujanju sovražnega govora

Kot pričajo številni zgodovinski primeri, protimigracijsko razpoloženje ni nov pojav (Peters 2017). Toda internet je prinesel nove načine participacije, ki medijem omogočajo, da sodelujejo z občinstvom na lastnih novičarskih portalih in na digitalnih platformah, kot je Facebook. To omogoča takojšnje širjenje informacij in hipne reakcije nanje, kar prej ni bilo zamisljivo, pa tudi širši doseg posameznih mnenj, ki bi poprej ostala izolirana. Medijatizirana javna sfera »postane območje tekmujočih interesov v depolitizirani družbeni sferi« in svet, ki ga proizvajajo množični mediji, je zato »samo še navidezno javnost« (Pajnik 2006, 265). Če javnost razumemo kot komunikacijsko delujočo družbeno kategorijo, ki je sestavljena iz formalno enakih državljanov, ki razpravljajo v javnosti, torej kot diskurzivno vznikajoč, relativno stabilen in prepoznan družbeni akter, ki deluje zgolj v relaciji do pomembnih družbenopolitičnih tem (Splichal 2012), digitalne platforme ustvarjajo povsem novo obliko

»virtualne javnosti«. Na zasebnih platformah prevladuje možnost deljenja mnenj vsakogar namesto podajanja preverjenih informacij z enega mesta (kot pri tradicionalnih medijih). Na ta način so mnoga mnenja izenačena brez ozira na pogoje, v katerih so ustvarjena in kdo jih podaja (Splichal 2010). Algoritmizacija omogoča ciljano usmerjeno sporočanje, ki vodi v fragmentacijo javnosti in ultimativno v zaprte epistemične skupnosti oziroma segregacijo v informacijske mehurčke.

V oceni naštetih sprememb je treba preučiti ekonomsko dinamiko zasidranosti »grobo začrtane in za zdaj politično večinoma neregulirane preobrazbe strukture medijev« (Habermas 2022, 162). Novi mediji so podjetja, ki svoje dobičke dolgujejo izkoriščanju podatkov in se napajajo s komercialno uporabnimi informacijami, ki omogočajo individualizirane strategije oglaševanja, »na tej algoritmično nadzorovani poti« pa »spodbujajo tudi nadaljnji napredek v smeri komodifikacije kontekstov življenjskega sveta« (ibid., 163). Digitalni velikani, kot so YouTube, Facebook in X, so dobičkonosni posli, ne pospeševalci državljanske participacije, saj jim oglaševalci plačujejo za dostop do občinstva, občinstvo pa brezplačno ves čas ustvarja vsebine (Kang in McAllister 2011; Myllylahti 2020). V razcepu med zasebno lastnino in javno uporabo tako praktično edina valuta postane pozornost (Davenport in Beck 2002; Kessous 2015; Myllylahti 2020), logika te ekonomije »biti prvi« pa polarizacija, škandal, nespoštljiva komunikacija. Prikazovanje izzivalnih vsebin, vključno s tistimi, ki spodbujajo sovraštvo, nasilje in diskriminacijo, je učinkovit način, kako zadržati ljudi na platformi dlje, zato je spodbujanje in širjenje tovrstnih vsebin ključnega pomena za poslovni model Facebooka (Wu 2017).

Novinarstvo je zaradi 24-urnega cikla objav pod vse večjim pritiskom, platforme razširjajo novice brez plačila za novinarsko delo, oglaševalci pa zapuščajo tradicionalne medije in se selijo k digitalnim velikanom, kjer je domet občinstva mnogo večji (Myllylahti 2018). Platformna komunikacija je kot trg mnenj in objav, kjer več aktivnosti pomeni več pozornosti in posledično tudi več oglaševalskih prihodkov. V takem kontekstu vse informacije postanejo enake, saj se zabrišejo razlike med posameznimi mnenji in kredibilnimi viri. Odmevnost polarizirajočih spletnih objav pa je neposredno povezana s širjenjem sovražnih vsebin. »Komentarji, osredotočeni na ljudi, zmanjšujejo verjetnost argumentov v odgovorih, komentarji proti priseljencem pa spodbujajo sovražnost«, saj protimigrantski diskurz spodbuja odzive, obenem pa znižuje zmožnost argumentirane javne razprave (Thiele in Turnšek 2022, 141).

Protibegunski sovražni govor

Sovražni govor lahko opredelimo kot proti manjšinam usmerjen žaljiv (Leets 2002), diskriminatoren govor. Gre za prakso podrejanja in zatiranja, usmerjeno proti marginaliziranim skupinam brez politične moči v družbi, ki povečuje neenakost družbenih skupin, ki so bile v preteklosti bolj izpostavljene diskriminaciji. Najpogostejše tarče nacionalističnega in rasističnega izključevanja ter sovražnega govora so priseljenci in begunci ter etnične, verske in spolne manjšine (Meza et al. 2019; Bajt 2022). Ozemlje Slovenije kot ene od držav na zahodnobalkanski migracijski poti je v obdobju 2015–2016 prečkalo 400.000 beguncev. Prvotni humanitarni vladni odziv sta zamenjali kriminalizacija migracij in varnostnizacija meja (Kogovšek Šalamon 2017b; Bajt 2019; Bučar Ručman in Šulc 2019; Zorn 2021). Novembra 2017 je bila vzdolž slovensko-hrvaške meje postavljena ograja iz rezilne žice. Militarizacija ukrepov državne politike in senzacionalistično medijsko poročanje sta vplivala na javno

mnenje o migracijah in spodbudila sovražni govor (Bajt 2018; Pajnik 2019), zlasti na družbenih omrežjih. V skladu z vladnimi ukrepi, ki so poskušali nadzorovati migracijski »tok«, in s poostritvijo azilne zakonodaje je bila migrantska populacija razdeljena na dve skupini. Migranti, priznani kot *begunci*, veljajo za vredne zaščite, vsi drugi so označeni kot *ekonomski migranti* (Hamlin 2021).

Dejansko je priseljevanje v Slovenijo povezano predvsem z zaposlitvijo, medtem ko prosilci za azil oziroma begunci predstavljajo le zelo majhen delež tujih državljanov. Večina delavcev migrantov je iz držav naslednic Jugoslavije. Begunci iz tu obravnavanega obdobja pa so bili predvsem iz Sirije, ki je razumljena kot muslimanska država. Reflektirajoč islamofobijo Zahoda, tudi v Sloveniji domače prebivalstvo, mediji in državne politike razločujejo priseljence na tiste, ki so iz muslimanskih držav, in druge, saj so muslimani konstruirani kot »idealni sovražnik« (Kundnani 2015). Nezaupanje do muslimanskih beguncev je razširjeno po vsej Evropi, namenjeno »podrejanju in marginalizaciji muslimanskih priseljencev, hkrati pa legitimira in reproducira družbene neenakosti« (Perocco 2018, 25). Prav pomen »ozadja« beguncev je očiten v drugačni obravnavi beguncev z Bližnjega vzhoda, iz Afrike in Azije od leta 2015 na eni ter beguncev iz Ukrajine od leta 2022 naprej na drugi strani. Od najvišje ravni Evropske unije in državnih oblasti do medijskega diskurza in odnosa lokalnega prebivalstva sta ti dve skupini deležni popolnoma drugačnega sprejema – prva v obliki varnostnizacije, kriminalizacije, zavračanja in demonizacije, druga pa z odprtimi mejami, s pozivi k humanitarnosti, z materialno in s finančno pomočjo ter z jasno izraženo dobrodošlico (Bučar Ručman 2022). Protibegunski diskurz v analiziranem obdobju se torej zaradi prevlade ali domnev o prevladi »izvora« prišlekov iz islamskih držav prepleta s protimuslimanskimi stališči, kar se odraža tudi v naši študiji.

Metodologija

Analiza temelji na predhodno anotiranih komentarjih, razdeljenih v tematske sklope glede na vrsto sovražnega govora in njegovo tarčo[2]. Podatkovno zbirko komentarjev smo pridobili iz Facebookovih profilov po lestvici Alexa najpogosteje obiskanih slovenskih spletnih medijev v obdobju zajemanja podatkov, aprila 2020, to so bili 24ur.com, Siol.net in Nova24TV[3]. Mednarodna storitev Alexa (in ne npr. slovenski projekt MOSS – merjenje obiskanosti spletnih strani) je bila uporabljena kot vir podatkov o obiskanosti, ker omogoča vpogled v obiskanost spletnih strani iz različnih držav na podlagi enotne metodologije merjenja. S tem so bila zagotovljena enotna merila za zbirke podatkov v vseh jezikih, izbranih v okviru projekta. Poznejše kritike sicer nakazujejo vprašljivo zanesljivost rangiranja spletnih mest na podlagi storitve Alexa zaradi obstoja možnosti nakupa prometa in prikazovanja lažnih obiskov, predvsem v povezavi s spletnim medijem Nova24TV (Savič 2021). Ta tudi ne sodeluje pri raziskavi MOSS – merjenje obiskanosti spletnih strani, zato obiska ni možno preveriti s tem virom. Kljub temu ocenjujemo, da je bila vključitev portala v analize smiselna, tudi zaradi njegove takratne odmevnosti in pomembne vloge kot izrazito političnega medija, tesno povezanega z vodilno politično stranko desnega pola, SDS. V raziskavi torej obravnavamo tri medije, ki so v raziskovanem obdobju imeli ključno vlogo pri razvoju javnega medijskega diskurza o migracijah.

V naslednjem koraku smo izvozili relevantne objave, objavljene v uradnih profilih izbranih spletnih medijev na Facebooku, skupaj s povezavami do člankov, na katere so se nanašale, in ki so obravnavale izbrani temi »priseljenci/begunci in muslimani/islam« (manj-

šine z migrantskim ozadjem ali muslimani) in »LGBT« (manjšine na podlagi spolne usmerjenosti ali identitete). Ti manjšinski skupini sta za analizo najpomembnejši, saj sprožata številne razprave na družbenih omrežjih in v številnih primerih tudi sovražni govor (Bajt 2018; Perger in Mencin Čeplak 2017). V analizi se osredinjamo izključno na komentarje v zvezi z begunci oziroma z elementi islamofobije, saj je bil takratni protimigrantski diskurz izrazito povezan s protimuslimanskimi stališči. S samodejnim razvrščanjem objav, objavljenih od dneva, ko so izbrani spletni mediji odprli svoje račune na Facebooku, do konca leta 2017, smo identificirali 967 objav z ustrezno vsebino, povezano z begunci ali islamom[4]. Naš končni korpus je vseboval 30 objav (in 6545 povezanih komentarjev) z najrelevantnejšo vsebino, saj ročno kodiranje vseh 967 objav zaradi časovnih omejitev ni bilo mogoče (Ljubešić et al. 2019). Vse komentarje je ročno anotiralo 32 usposobljenih koderjev. Tako je bilo pridobljenih 56.171 oznak, kar pomeni, da je bilo v povprečju osem do devet oznak na komentar. Soglasje oznak je bilo dovolj visoko – v povprečju 80-odstotno, kar pomeni, da je v povprečju sedem od devetih koderjev uvrstilo določen komentar v isto kategorijo (ibid.). Če so se anotacije v veliki meri razlikovale, je bil komentar dodatno analiziran.

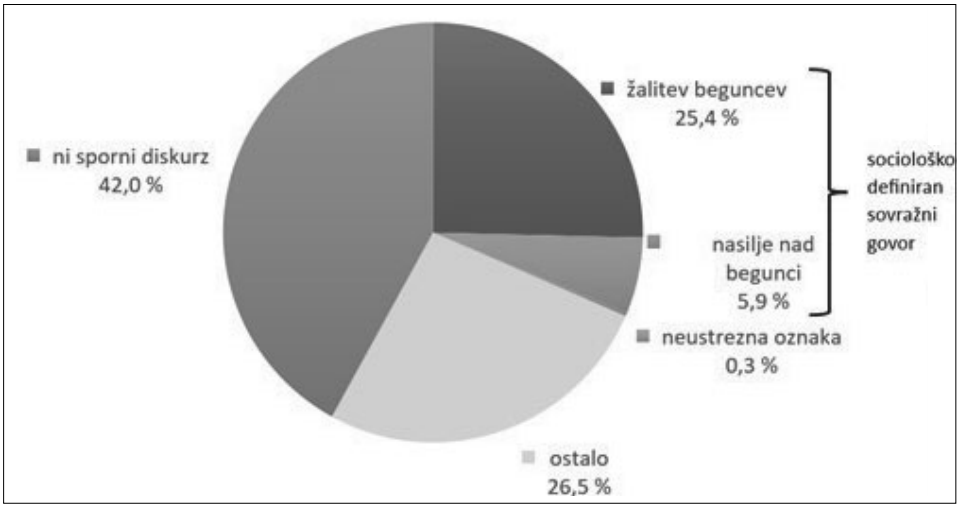
Anotacija je bila izvedena s spletnim orodjem PyBossa. Koderji so na podlagi njegove vsebine in konteksta vsak komentar uvrstili v eno od kategorij družbeno nesprejemljivega diskurza. Posamezni komentar je bil kategoriziran na dveh ravneh. Najprej je bila določena vrsta nesprejemljivega govora glede na to, ali je bil žaljiv ali je spodbujal k nasilju in ali je bil usmerjen proti osebam zaradi njihove pripadnosti določeni manjšinski skupini ali zaradi drugih značilnosti. Na drugi stopnji je bila opredeljena tarča nesprejemljivega govora: 1) begunci (tarča zgolj zaradi domnevne pripadnosti tej manjšinski skupini), 2) osebe, povezane z begunci (zaradi njihove domnevne podpore), 3) novinarji ali mediji, 4) komentatorji ali 5) drugo (ibid.; prim. Chitrakar 2020). Vsakemu od 6545 komentarjev smo nato pripisali modalno vrednost opomb na obeh ravneh; podrobneje smo analizirali komentarje, ki so bili prepoznani kot nesprejemljiv diskurz z »begunci« kot modalno tarčo. Če je bil pripisan več kot en modalni cilj, smo kot relevantne šteli tudi komentarje, pri katerih so bili »begunci« ena od več modalnih kategorij.

Rezultati: Žaljiv in nasilen govor proti beguncem

Medtem ko je občinstvo novice sprva komentiralo le neposredno na medijskih platformah, se je to spremenilo z razmahom spletnih družbenih medijev in družbenih omrežij, kamor novičarski mediji raje selijo komentiranje. Tako je zlasti zato, ker so anonimni spletni komentarji pogosto neprimerni in žaljivi, kar »ne kaže le na korelacijo med anonimnostjo in neprimernostjo, temveč tudi na vzročno zvezo« (Santana 2014, 29). Anonimnost oziroma prikrivanje identitete govorca je tudi »negacija javnosti komuniciranja« in lahko »pomembno znižuje raven zaupanja« (Splichal 2017, 20, 23). Prepoved anonimnega komentiranja je bila že večkrat predlagana kot pot k bolj civilizirani javni razpravi, vendar je po prenosu na Facebook prinesla tudi zmanjšanje količine komentarjev (Hille in Bakker 2014, 563). A odprava anonimnosti ne zadošča za zmanjšanje stopnje neprimernega komentiranja, saj raziskave kažejo, da je skoraj 30 odstotkov neanonimnih komentarjev o migracijah na Facebooku žaljivih (Santana 2014, 28). Sekcije s komentarji so spremenile prejšnjo, tradicionalno (angl. one-to-many) medijsko logiko, saj združujejo vlogi proizvajalca in potrošnika vsebin, omogočajo navadnim državljanom, da dosežejo množično občinstvo in s tem širši krog bralstva kot mnogi novinarski prispevki, s komentiranjem novic pa, da sodelujejo v interakciji, vpli-

vajo na zaznano javno mnenje in nasprotujejo novicam (Thiele in Turnšek 2022, 143). Kaj se zgodi, ko časopisi v prizadevanju, da bi razširili svoj domet, članke delijo na spletnih platformah družbenih medijev, kjer se odgovornost za nadzor nad komentarji vsaj navidezno deloma prenese na družbena omrežja ali pa je stopnja vključenosti administratorjev dejansko drugačna kot v njihovih primarnih spletnih izdajah? Še več, kjer je nujnost senzacije merilo uspeha, ki torej spodbuja senzacionalizem in polarizirane naslove za pridobivanje večje pozornosti. Splichal (2021, S6) opozarja, da se »zaradi ekonomske nujnosti pritegniti posredno ali neposredno unovčljivo pozornost 'plačilne publike'« odnos »novinarjev do občinstev približuje odnosu med ponudnikom storitev in stranko«, »viralnost« pa nadomešča resnico in kakovost v smislu vrednosti. Ob vsaki novici, ki se trži na družbenih medijih, se običajno predstavi kot škandal, vsakdanje kot šokantno, majhen neuspeh pa kot katastrofa (Bader in Sîrb 2021). Hkrati »sprožilni dogodki« (npr. teroristični napadi) spodbujajo ustvarjanje in širjenje sovražnega govora in porast zabeleženih zločinov iz sovraštva (angl. hate crime) (Williams 2019). Kljub strategiji distanciranja, ki so jo ubrala vodstva digitalnih korporacij, je problematični vpliv platform na družbeno komuniciranje pogosto deležen posebne javne pozornosti »prav zaradi širitve problematičnih praks uporabnikov (sovražnega govora, trolanja, spletnega nadlegovanja)« (Kaluža in Slaček Brlek 2021, S25).

Graf 1 prikazuje vsebinsko strukturo analiziranih komentarjev glede na modalne anotacije. Zgolj 42 odstotkov komentarjev pod izbranimi članki na temo beguncev je bilo opredeljenih kot nespornih, kar pomeni, da je bilo kar 58 odstotkov komentarjev žaljivih ali nasilnih. Med temi je 2063 (31,3 % vseh) ciljalo begunce in jih obravnavamo kot sovražni govor v sociološkem smislu. Ta sestoji iz pogostejših žaljivih komentarjev do beguncev (25,4 %) in komentarjev, ki spodbujajo ali odobravajo nasilje nad begunci ali muslimani, vključno z vojnimi zločini in genocidom. Tovrstnih komentarjev je bilo 385 (5,9 % vseh) in bi jih zaradi spodbujanja nasilja nad pripadniki manjšine v podrejenem položaju lahko šteli za kršitev pravnega reda.



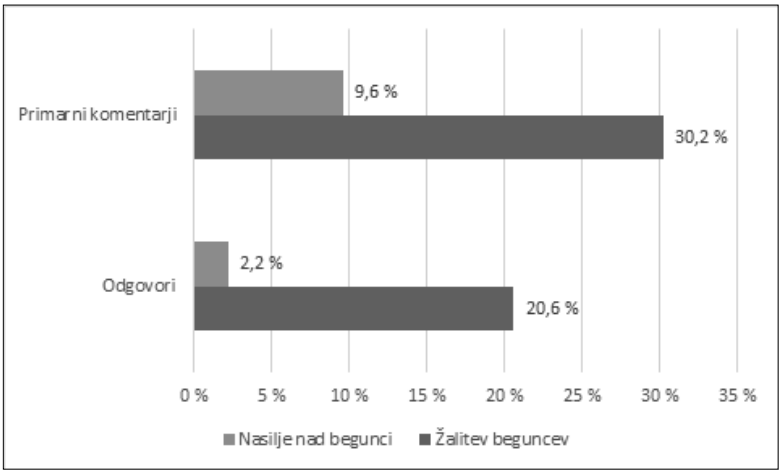
GRAF 1: Komentarji na prispevke, ki obravnavajo begunce, glede na vsebino

Glede na pravno opredelitev, kaj je kaznivo dejanje javnega spodbujanja sovraštva, nasilja ali nestrpnosti po 297. členu Kazenskega zakonika, bi lahko nekatere komentarje, usmerjene proti beguncem, opredelili kot sovražni govor. Vendar je pri tem nujna previd-

nost. Begunce je mogoče obravnavati kot deprivilegirano družbeno skupino na podlagi osebnih okoliščin, običajno verske, nacionalne ali etnične pripadnosti, kar pravo opredeljuje kot pogoj za kaznovanje sovražnega govora. A čeprav je velik del analiziranih komentarjev jasno kategoriziran kot spodbujanje sovraštva, nasilja ali nestrpnosti v skladu z zakonom, saj vsebuje grožnjo ali žalitve, ni lahko določiti, kateri komentarji bi se dejansko kvalificirali kot kaznivi (prim. graf 1). Kategorizacija komentarjev je bila oblikovana z namenom prepoznavanja nesprejemljivega diskurza, vključno z razširjanjem negativnih stereotipov, obtoževanjem ter tudi posrednimi grožnjami in s splošno nespodobnostjo, kar ni nujno kaznivo. Vsaj kategorijo »nasilje nad begunci« pa bi lahko prepoznali kot potencialno kazniv sovražni govor, saj komentarji vsebujejo nedvoumne pozive k nasilju ali grožnje zoper deprivilegirano manjšino. Vrhovno sodišče Republike Slovenije (2019) je namreč izdalo prelomno odločbo, ki je priznala javno uporabo grožnje na spletnem portalu z namenom spodbujanja nestrpnosti do zapostavljene manjšine kot zadosten razlog za pregon po 297. členu Kazenskega zakonika. Sodba Vrhovnega sodišča Republike Slovenije iz leta 2019 torej potrjuje, da konkretna grožnja javnemu redu in miru ni potrebna, saj lahko tako dejanje že zaradi svoje vsebine ali narave povzroči konkretno grožnjo. V analizi izhajamo iz te sodbe in izpostavljamo najbolj zaskrbljujočo kategorijo diskurza, usmerjenega proti beguncem, tj. diskurza, ki vsebuje elemente nasilja in ga je mogoče opredeliti kot potencialno pregonljiv sovražni govor. Kljub temu se zavedamo, da večina komentarjev še vedno ne izpolnjuje vseh meril, zaradi katerih bi jih bilo mogoče kazensko preganjati, zato pri izbiri terminologije ostajamo previdni. Kategorizacija, uporabljena v tej analizi, se torej ne osredinja na ugotavljanje pravnih vidikov sovražnega govora; gre za vsebinsko kategorizacijo komentarjev brez ocenjevanja drugih elementov zakonitosti.

Razlike, ki izhajajo iz ravni komentiranja

Facebook omogoča dve ravni komentiranja: primarne komentarje na objavo in odgovor na primarni komentar. V našem vzorcu je bila približno polovica komentarjev primarnih, druga polovica pa odgovorov nanje. Sovražni govor je bil vidno bolj prisoten v primarnih komentarjih – 40 odstotkov teh je izražalo sovraštvo do beguncev, delež odgovorov na pri-



GRAF 2: Deleži žaljivih in nasilnih komentarjev glede na vrsto komentarjev

marne komentarje s sovražnimi elementi je bil manjši (gl. graf 2). Vzrok za te razlike lahko pripišemo načinu anotiranja, saj kot sovražnih nismo označili komentarjev, ki so zgolj izražali strinjanje s sovražnim primarnim komentarjem, ne da bi reproducirali ali poudarjali žalitve ali nasilni govor. Velik del odgovorov na sovražne ali nasilne primarne komentarje je lahko sicer izražal sovraštvo do beguncev s strinjanjem, kot na primer: »Bravo, strinjam se!«, a je bil označen kot »ni sporni govor«. Ker neposredno ne žali beguncev in z lingvističnega vidika ne vsebuje elementov sovraštva oziroma nasilja, je bil tak komentar označen kot sprejemljiv govor. Če bi komentarje označevali glede na sporočilo, bi bila zaznana razlika občutno manjša.

Razlike, ki izhajajo iz medijev

Število analiziranih objav (ne pa tudi komentarjev) je enakomerno porazdeljeno po posameznih medijih – vključili smo deset objav vsakega od izbranih medijev. Največ vidnih komentarjev je bilo pri objavah portala 24ur.com (60 %), sledijo objave portala Nova24TV (26 %) in Siol.net (14 %). Največje število komentarjev na objave portala 24ur.com je bilo pričakovano, saj ima ta profil na Facebooku daleč največje število všečkov (243.000 junija 2023). Siol.net ima drugo največje število všečkov (45.000), vendar se je tam o begunskih temah razpravljalo manj, ali pa je Siol take komentarje pod njihovimi objavami strožje reguliral kot v profilu Nova24TV z izrazito manjšim številom všečkov (1600). Analize kažejo, da je bil na strani 24ur.com največji delež sovražnih komentarjev proti beguncem – kar 33,6 odstotka analiziranih komentarjev. Nekoliko manj jih najdemo v profilu Nova24TV (31,5 %), bistveno manj pa na strani Siol.net (23 %).

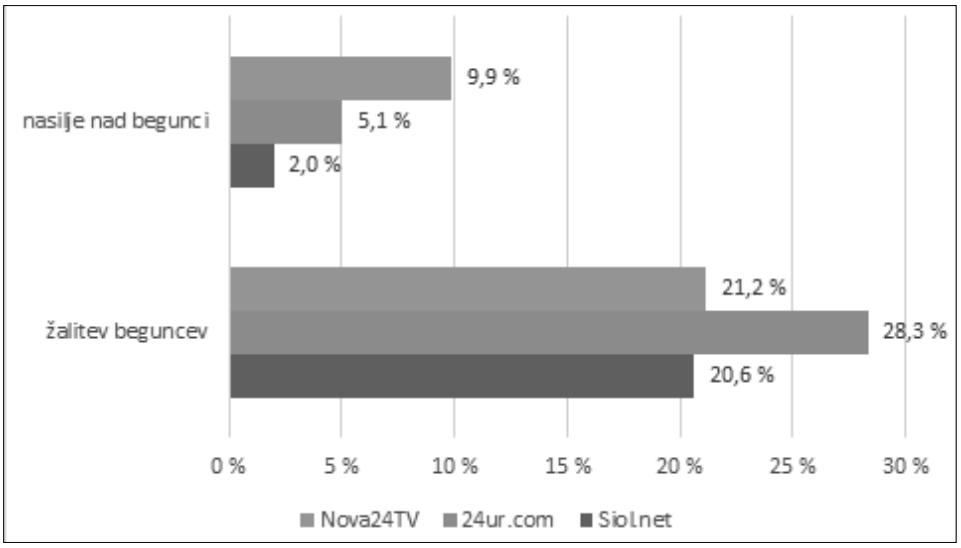
V programu Excel smo izvedli test hi-kvadrat, tj. test povezanosti, s katerim smo preverjali, ali se deleži komentarjev, ki vsebujejo sovražni govor proti beguncem (žaljiv ali nasilen), v primerjavi s komentarji, ki takega govora ne vsebujejo, statistično značilno razlikujejo med mediji. Preverjali smo torej obstoj povezanosti med kategoričnima spremenljivkama (»medij« in »prisotnost sovražnosti do beguncev«, slednja je z možnima vrednostma »da« in »ne«) za posamezni komentar. Tabela 1 prikazuje kontingenčno tabelo z razporeditvijo frekvenc in vrstičnih deležev (deležev sovražnih komentarjev za medij) po posameznih skupinah. Pričakovane frekvence so v vseh celicah večje od pet.

TABELA 1: Sovražni govor v komentarjih v izbranih medijih

	Sovražni govor		
	DA	**NE**	**Skupaj**
Siol.net	216	724	**940**
Vrstični delež	23,0 %	77,0 %	
24ur.com	1309	2586	**3895**
Vrstični delež	33,6 %	66,4 %	
Nova24TV	538	1172	**1710**
Vrstični delež	31,5 %	68,5 %	
Skupaj komentarjev	**2063**	**4482**	**6545**

Na podlagi statistične značilnosti ($p < 0{,}001$) lahko sklepamo, da se delež sociološko opredeljenega sovražnega govora po posameznih medijih pomembno razlikuje. Pričakovani delež takega govora v profilih posameznih medijev je bil 31,5 odstotka, kar pomeni, da bi v primeru enakomerne porazdelitve komentarjev vsak medij pod izbranimi objavami vseboval 31,5 odstotka sovražnih komentarjev. Delež takih komentarjev v profilu Siol.net je bil torej manjši od pričakovanega, v profilu 24ur.com pa nekoliko večji.

Porazdelitev glede na intenzivnost izražene sovražnosti do beguncev (graf 3) kaže 28,3 odstotka žaljivih komentarjev v profilu 24ur.com in nekoliko manjše deleže – nekaj nad 20 odstotkov – v drugih dveh profilih. Razlike med mediji so ponovno statistično pomembne, s pričakovanim deležem 25,4 odstotka. Izstopa pa delež komentarjev, ki spodbujajo k nasilju nad begunci na Nova24TV – 9,9 odstotka komentarjev je bilo potencialno kazensko pregonljivih. Tudi v tem pogledu se mediji pomembno statistično razlikujejo ($p < 0{,}001$). Pričakovana vrednost za vsak medij v našem vzorcu je bila 5,9 odstotka, kar pomeni, da sta 24ur.com in Siol.net sprožila manj nasilnih komentarjev od pričakovanih, Nova24TV pa bistveno več. To potrjuje ugotovitve iz raziskav, ki spletni portal Nova24TV opisujejo kot enega ključnih vzvodov desničarskega populizma v Sloveniji (Pajnik 2019; Vehovar et al. 2020; Slapšak 2022).



GRAF 3: Deleži različnih oblik sovražnega govora proti beguncem po medijih

Najmanj sovražnega govora na Facebooku so sprožile objave portala Siol.net. Profil komercialnega medija 24ur.com je sprožil največ sovražnih komentarjev in splošne nestrpnosti, izražene z neposrednimi ali s posrednimi žalitvami, usmerjenimi proti beguncem, vključno s širjenjem negativnih stereotipov in strahu pred priseljenci. Ta ugotovitev ni presenetljiva, saj je mainstream medij 24ur.com najbolj bran spletni medij z največ komentarji na dnevni ravni. Povečan delež sovražnosti v obliki žaljivih komentarjev lahko tako deloma pripišemo veliki pretočnosti in raznolikosti uporabnikov, ki izražajo splošno ozračje strahu v družbi v obdobju povečanih begunskih migracij v Evropo. Lahko pa tudi sklepamo, da k sovražnosti prispeva mestoma senzacionalistično poročanje tega medija s poudarjanjem incidentov in predstavljanjem begunske tematike z izključno varnostnega vidika.

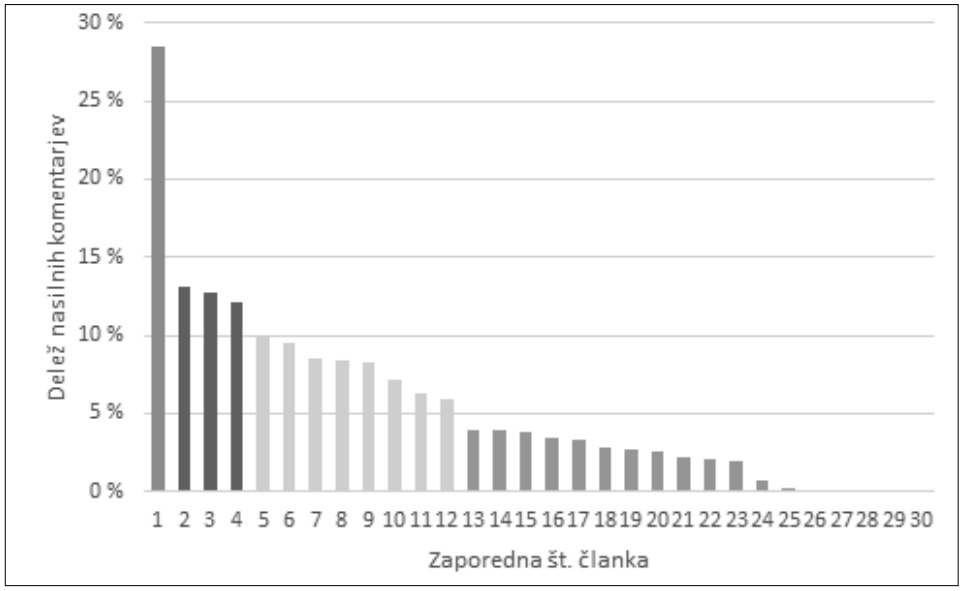
Vendar je bilo največ komentarjev, ki so vsebovali skrajno sovražnost do beguncev in pozive k nasilju, zaznanih v profilu Nova24TV. Analize (Pajnik 2019; Vehovar et al. 2020; Slapšak 2022) potrjujejo, da gre za glasilo desnega političnega tabora, ki reproducira populistično retoriko rasizma, poudarjajoč drugost kot grožnjo slovenski kulturi. Naša analiza potrjuje, da se ta praksa širi tudi v profil na Facebooku, ki je pomembno orodje za širjenje izključevalne ideologije. Poudarjanje drugosti in demonizacija (sirskih) beguncev z njihovim negativnim prikazovanjem v medijih in lažnimi novicami se kaže za glavnega sprožilca ksenofobnega in sovražnega govora proti njim na spletu (Aldamen 2023).

Diskusija: Koncentracija sovražnega govora

V analizo zajete objave, ki se nanašajo na begunce ali islam, so bile večinoma objavljene v drugi polovici leta 2015 in na začetku leta 2016, ko je bilo vprašanje migracij najaktualnejše zaradi vsakodnevnega poročanja medijev o beguncih, ki so prečkali Slovenijo na poti v druge države. Pred tem je bila v profilu Siol.net na Facebooku le ena objava, ki je obravnavala islamistični ekstremizem v tujini, in sicer leta 2012. Poznejše objave na to temo je bilo mogoče zaslediti le v profilu Nova24TV na Facebooku, in sicer sedem objav, vse iz februarja 2017, ko so bile v parlamentarni proceduri spremembe Zakona o tujcih, ki so spodbudile odziv civilne družbe in medijsko razpravo o migracijah. Od teh sedmih objav je le ena poročala o dogodkih v Sloveniji, vse druge so se nanašale na dogodke v tujini. Ker je Nova24TV poročala izključno o deviantnih, predvsem kriminalnih dejanjih priseljencev, iz naslovov pa je bilo jasno razvidno, da je bil namen podžiganje strahu in spodbujanje odklonilnega odnosa do beguncev, je mogoče sklepati, da je bilo utrjevanje teme migracij kot problematičnih za slovensko in evropsko družbo zavestna izbira tega medija.

V literaturi so razprave o medijski konstrukciji realnosti, saj mediji s poročanjem o določeni vsebini na določen način narekujejo občinstvu pogled na svet (Bourdieu 1998; Cohen 2002), oblikujejo določena čustva, tudi sovraštvo (Bordieu 1998), in povzročajo strah (Chitrakar 2020). To je še posebej očitno pri oblikovanju podobe marginaliziranih družbenih skupin, saj mediji pomembno prispevajo k njihovemu etiketiranju in stigmatizaciji (Melossi 2015) in pogosto reproducirajo rasizem (Van Dijk 1999). Večinoma se poslužujejo nesorazmernega poročanja, poudarjajo kriminalno in deviantno vedenje manjšinskih skupin (Melossi 2015), rabijo izraze in predpostavke z negativno konotacijo ter ustvarjajo moralno paniko (Cohen 2002). Raziskave o povezanosti med vsebino medijskih objav in komentarjev na platformah družbenih medijev to potrjujejo; ta članek pa to potrdi za primer Slovenije. Hammod in Abdu-Rassul (2017) sta ugotovila, da na neprimerno ali sovražno komentiranje na Facebooku vplivata vsebina prvotne objave in narava profila, kjer je bila objavljena. Podobno velja za videoposnetke na YouTubu, kjer določena vsebina ali način njenega sporočanja sprožita neprimerne komentarje (Edgerly et al. 2013). Predvsem senzacionalistična retorika medijev, s poudarkom na razlikah in obtoževanju drugih, zlasti pripadnikov manjšinskih skupin, spodbuja spletno občinstvo, da izrazi svojo naklonjenost nasilju nad to manjšino. Celo latentna sporočila, ki lažno namigujejo ali poudarjajo, da oseba, vpletena v deviantno vedenje, pripada manjšini, izzovejo odklonilen odnos do celotne manjšine in spodbujajo komentatorje, da zahtevajo nadzor nad to manjšino ali njeno izključitev (Javed in Miller 2019). Zato nas je zanimalo, ali je delež komentarjev z nasilno vsebino med objavami različen in na kakšen način. Vzorec 6545 komentarjev, ki smo ga analizirali, se je pojavil pod 30 objavami, ki so vsebovale povezave do člankov zadev-

nih medijev; deset člankov je objavil portal 24ur.com, deset Nova24TV in deset Siol.net. Graf 4 prikazuje analizirane objave glede na delež komentarjev, ki izražajo nasilje nad begunci. Opazimo lahko precejšnje razhajanje med članki, saj nekateri ne vsebujejo nobenega nasilnega komentarja, izrazito pa izstopa prvi rangirani članek, pod katerim je bilo 28,5 odstotka pripadajočih komentarjev identificiranih kot nasilnih.



GRAF 4: Deleži komentarjev, ki spodbujajo nasilje nad begunci, po člankih

Članke smo z namenom kategorizacije glede na delež nasilnih komentarjev razvrstili v štiri skupine (gl. tabelo 2). V prvi z deležem nad 20 odstotkov je zgolj ena objava iz profila Nova24TV, objavljena novembra 2015, ko je število beguncev, ki so prečkali Slovenijo, doseglo vrh. Delež nasilnih komentarjev pod objavami v drugi skupini je še vedno precej visok, nad 10 odstotkov na posamezno objavo. V tej skupini so trije prispevki, dva je objavil portal 24ur.com, enega pa Nova24TV. V tretjo skupino objav, v kateri so članki vseh treh obravnavanih medijev, spada osem člankov z zmernimi deleži komentarjev, ki izražajo nasilje nad begunci, to je nad 5 in do 10 odstotkov. Četrta skupina vsebuje 18 člankov z najnižjim deležem nasilnih komentarjev, in sicer od 0 do vključno 5 odstotkov.

Razvrstitev objav v skupine kaže, da je velik del potencialno pregonljivega sovražnega govora proti beguncem skoncentriran v komentarjih, ki se odzivajo na majhno število člankov. Štiri objave iz prve in druge skupine so sprožile 211 komentarjev, katerih vsebino je bilo mogoče opredeliti kot spodbujanje nasilja nad begunci, kar znaša 54,8 odstotka vseh takih komentarjev v zbirki podatkov. Povedano drugače, štiri od 30 objav so skupaj povzročile več kot polovico nasilnih odzivov, kar jasno nakazuje obstoj razlik med članki. Če se osredinimo na naslove teh štirih objav, lahko identificiramo enega od razlogov za to. Raziskave kažejo, da je med uporabniki večina takih, ki primarno berejo ravno naslove, in ne celotnega besedila, ter se na podlagi naslova odločijo, ali bodo kliknili povezavo do članka ali ga komentirali (Dor 2003; Tenenboim in Cohen 2015). Poleg vodilne slike, ki se na Facebooku pojavi pri deljenju povezave do članka, so zato naslovi lahko eden najpomembnejših elementov pri spodbujanju nasilja.

TABELA 2: Razvrstitev člankov v skupine glede na delež nasilnih komentarjev proti beguncem

Skup.	Št. člankov	Delež	Naslov članka/objave	Medij
1	1	28,5 %	*Migranti so prerezali bodečo žico in nezakonito prečkali mejo. Kaj pa zdaj?*	Nova24TV
2	3	13,1 %	*Najprej Makedonci, zdaj še Madžari. Slednji so zoper begunce uporabili solzivec, saj so skušali tamkajšnji največji madžarski center za begunce zapustiti, brez da bi jim poprej odvzeli prstne odtise.*	24ur.com
		12,7 %	*V begunskem zbirnem centru v Brežicah so zagoreli šotori. Po podatkih policije je zgorelo 25 šotorov. Zaradi hitrega posredovanja policistov in gasilcev k sreči nihče ni bil poškodovan. V zbirnem centru je prihod migrantov ustavljen. Dogajanje v zvezi z begunci še naprej spremljamo.*	24ur.com
		12,1 %	*Nezaslišano: Migrantske tolpe si popolnoma podrejajo dele Švedske in ustrahujejo trgovce, policiste in ostalo prebivalstvo.*	Nova24TV
3	8	nad 5 % do 10 %	/	24ur.com, Siol.net, Nova24TV
4	18	od 0 % do 5 %	/	24ur.com, Siol.net, Nova24TV

Članek, ki je sprožil največ nasilnih komentarjev, v naslovu poudarja deviantno vedenje beguncev (»prerezali bodečo žico«) in nezakonitost migracij (»nezakonito prečkali mejo«), kar je okrepljeno z rabo izraza »migranti« namesto »begunci«. Ta izraz namreč ključno določa legitimnost statusa beguncev, saj sporoča, da v resnici ne gre za begunce, ki potrebujejo pomoč, temveč za (ekonomske) migrante, ki si je ne zaslužijo (Bučar Ručman in Šulc 2019; Hamlin 2021). Dodatek k naslovu – »Kaj pa zdaj?«– ustvarja napetost in nakazuje neposredno grožnjo, ki jo poosebljajo begunci. Tudi vsi trije prispevki v drugi skupini podobno poudarjajo ali namigujejo na deviantna, nasilna ali kriminalna dejanja beguncev, posplošujejo in rabijo čustveno nabite izraze (»nezaslišano«) ter na ta način pri bralcih vzbujajo jezo in strah. Vse štiri spremljajoče slike ustvarjajo bodisi militantno vzdušje s podobami rezilne žice ob meji in z represivnimi organi, ki nas varujejo pred begunci (Pušnik 2017), bodisi s podobami nevarnosti, ki jo begunci domnevno predstavljajo.

Da bi to ugotovitev preverili v vseh zajetih člankih, smo jih kodirali glede na besedilo njihovega naslova – ugotavljali smo, ali ta nakazuje deviantnost beguncev. Pri tem smo oznako »da« pripisali vsem člankom, ki na kakršenkoli način v ospredje postavljajo deviantnost, vendar samo, če govorijo o beguncih (članek, ki na primer poroča o nasilju Islamske države, je bil označen z »ne«, saj ne omenja neposredno beguncev). V programu za statistično obdelavo podatkov SPSS smo izpeljali test hi-kvadrat ($\alpha = 0{,}05$), da bi ugotovili, ali je pripadnost članka omenjenim opredeljenim skupinam glede na delež nasilnih komentarjev povezana s poročanjem o deviantnosti beguncev. Na podlagi statistične značilnosti ($p < 0{,}001$; $\chi^2 = 19{,}77$) lahko trdimo, da je povezanost značilna. Vsi članki v prvi in drugi

skupini (z največjim deležem nasilnih komentarjev) so poročali ali namigovali na deviantnost beguncev. V tretji skupini je delež takega poročanja nižji, 50-odstotni. Nobeden od 18 člankov v zadnji skupini z najnižjim deležem nasilnih komentarjev ni bil prepoznan kot članek, ki poroča o deviantnosti beguncev. To potrjuje našo domnevo, da medijski članki, ki senzacionalistično predstavljajo manjšinsko skupino kot kriminalno, deviantno in kot grožnjo, sprožajo tudi več nasilnih odzivov v komentarjih.

Poudariti velja, da naša kategorizacija ni predvidela označevanja tarče kot »beguncev«, razen če je bil komentar sovražen do beguncev na splošno. Če je komentar spodbujal k nasilju nad deviantnimi posamezniki (npr. »migrantskimi tolpami«), omenjenimi v članku, vendar brez posploševanja na celotno skupino, smo ga kategorizirali pod oznako »drugo« ne glede na to, ali so bili zadevni posamezniki begunci ali ne. Vendar je kljub temu analizirani članek spodbudil številne komentarje, ki so spodbujali nasilje nad begunci kot manjšinsko skupino. To dokazuje, da medijsko poročanje, v katerem je pretirano poudarjeno migrantsko poreklo oseb z deviantnim vedenjem, spodbuja sovražni govor do vseh članov take skupine, ne le do njenih posameznih deviantnih članov.

Zaključek

Dolgo poletje migracij leta 2015 predstavlja paradigmatsko ponazoritev, kako lahko novice v spletnih medijih ustvarjajo sovražni govor. Za analizo je bilo izbrano najbolj razširjeno družbeno omrežje Facebook, ki ga uporablja 37 odstotkov svetovne populacije. S preučevanjem komentarjev v profilih izbranih medijev smo skušali zajeti značilnosti spletnega sovražnega govora proti beguncem z Bližnjega vzhoda, iz Afrike in Azije. Rezultati kažejo, da se je med tremi analiziranimi mediji največ bralcev odzvalo na objave portala 24ur.com, katerega Facebookova stran ima daleč največ sledilcev. Njegov vodilni delež je bil zato pričakovan, pa tudi delež sociološko opredeljenega sovražnega govora, ki se je pojavil tu, je bil nekoliko višji od povprečja. To lahko pojasnimo tudi z mestoma senzacionalističnim poročanjem tega medija, s poudarjanjem ali z namigovanjem na deviantnost beguncev, kar se je izkazalo za pomemben element spodbujanja sovraštva. Ključno pa je, da so objave medija Nova24TV na Facebooku sprožile bistveno več nasilnih komentarjev; kar 9,9 odstotka je bilo potencialno kazensko pregonljivih. To potrjuje ugotovitve iz raziskav, ki spletni portal Nova24TV opisujejo kot desničarski medij za vzbujanje strahu (Slapšak 2022). Nadaljnja analiza posameznih objav, ki sprožijo največ nasilnih komentarjev, kaže, da jih večinoma sprožijo novinarski prispevki, ki uporabljajo senzacionalistično retoriko, hkrati pa poročajo o deviantnih dejanjih beguncev. Prikazovanje beguncev stereotipno in stigmatizirajoče kot nasilnih, nevarnih in nezmožnih integracije je pogosta taktika, ki jo uporabljajo desničarski mediji, uporabljajo pa jo tudi nekateri mainstreamovski, domnevno nepolitični akterji, da bi povečali branost oziroma pritegnili pozornost. Odvisnost medijev od Facebookovega občinstva namreč prinese ujetost v ekonomijo pozornosti, ki v luči sprememb digitalne javne sfere novičarske portale vodi v vse večjo izzivalnost vsebin.

V članku smo se zato še posebej osredinili tudi na analizo komentarjev, za katere bi lahko v skladu z veljavno zakonodajo vložili kazenske ovadbe. Pokazalo se je, da senzacionalistično medijsko poročanje neposredno soustvarja sovražni govor. Izzivalne vsebine učinkovito zadržujejo ljudi na platformi, zato je njihovo spodbujanje in širjenje sestavni del poslovnih modelov digitalnih velikanov, ki so osredinjeni na dobiček in pozornost. Analiza nadalje potrjuje, da je bilo 58 odstotkov vseh komentarjev žaljivih ali celo nasilnih, kar jasno

negira »primernost« spletne javne razprave. Uporabniki Facebooka lahko pri izdelavi svojih profilov uporabljajo prava imena ali ne, zato ne moremo komentirati dejanske ravni anonimnosti in njenih učinkov na »neprimernost« komentiranja. V skladu z izvedenimi raziskavami pa lahko sklenemo, da se nekateri ljudje v Sloveniji ne sramujejo javno izražati skrajno rasističnih in sovražnih stališč do beguncev. Iz današnje perspektive analizirano obdobje potrjuje, da ni šlo za izjemo, temveč zgolj za izraz dolgoročnega trenda izključevanja določenih »kategorij« ljudi. Procesi kriminalizacije migracij, zapiranje meja, onemogočanje azila, očrnitev migrantov, zlasti iz (domnevno) muslimanskih držav, so od leta 2022 še poglobili pomen pripisane verske in kulturne pripadnosti ljudi, ki vpliva na njihovo vrednotenje ter posledično upravičenost do pomoči in humane obravnave. V luči pozitivne zavzetosti evropske družbe za pomoč točno določenim beguncem, ki so »nam« podobni, se še izraziteje kaže podoba na rob potisnjenih »drugih«, žaljenje in sovraštvo do katerih ostajata sprejemljiv način spletnega komuniciranja v komentarjih vsaj za del slovenske družbe.

Vloga medijev pri širjenju informacij in oblikovanju javnega mnenja je ključna, a neodgovorno poročanje in senzacionalizem spodbujata napetosti v družbi. Spletni sovražni govor močno vpliva na javno sfero, saj določene teme lahko preplavijo medijski prostor in odvrnejo pozornost od pomembnih družbenih vprašanj. Prav tako lahko sovražni govor omeji udeležbo in sodelovanje posameznikov ali skupin v javni razpravi zaradi strahu pred negativnimi posledicami ali napadi. Pri odzivanju na sovražni govor je pomembna vloga javnosti, saj aktivno nasprotovanje in javna kritika lahko postavita jasen signal o nesprejemljivosti tovrstnega diskurza. Oblikovanje varnih in vključujočih digitalnih prostorov ter spodbujanje konstruktivnega dialoga sta ključnega pomena za zmanjšanje razširjenosti sovražnega govora. Etika novinarstva tu pomeni prepoznavanje odgovornosti v poročanju o kontroverznih temah in izogibanje razpihovanju konfliktov ter senzacionalizmu.

OPOMBE

1. Avtorici se zahvaljujeta dr. Marku Ribaću za pomoč in nasvete pri premišljanju o medijskih vidikih obravnavane tematike ter anonimnima recenzentoma za konstruktivne pripombe.
2. Za več gl. Ljubešić et al. 2019; prim. Chitrakar 2020; Vehovar in Jontes 2021.
3. Vir: https://www.alexa.com/topsites/countries/SI (zajeto 25. aprila 2020). V obdobju pridobivanja podatkov je bilo med najpogosteje obiskane spletne strani uvrščeno tudi spletno mesto RTV Slovenija, vendar njen profil na Facebooku ni bil vključen v analizo zaradi premajhnega števila komentarjev. Medtem ko 24ur.com in Siol.net lahko štejemo za mainstream medija, je Nova24TV izrazito desno usmerjena (Vehovar et al. 2020, 629; Slapšak 2022). V letu 2023 so 24ur.com, RTVslo.si in Siol.net še vedno najpogosteje obiskani spletni mediji, Nova24TV pa se je premaknila na 6. mesto (https://www.semrush.com/trending-websites/si/all, zajeto 19. junija 2023).
4. Profila na Facebooku 24ur.com in Siol.net sta bila odprta leta 2009, profil Nova24TV pa 2015.

FINANCIRANJE

Članek je nastal v okviru raziskovalnega programa Mirovnega inštituta »Enakost in človekove pravice v dobi globalnega vladovanja«, P5-0413, in v okviru dveh temeljnih raziskovalnih projektov: »Viri, metode in orodja za razumevanje, prepoznavanje in razvrščanje različnih oblik družbeno nesprejemljivega diskurza v informacijski družbi«, J7-8280, in »Sovražni govor v sodobnih konceptualizacijah nacionalizma, rasizma, spola in migracij«, J5-3102, ki jih financira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije.

IZJAVA O KONFLIKTU INTERESOV

Avtorici ne poročata o konfliktu interesov.

LITERATURA

Aldamen, Yasmin. 2023. »Xenophobia and Hate Speech towards Refugees on Social Media: Reinforcing Causes, Negative Effects, Defense and Response Mechanisms against That Speech.« *Societies* 13 (4): 83–109.

Bader, Simona, in Corina Sîrb. 2021. »Post-Sensationalism: Catastrophism and Fight Paradigm in Romanian On-Line Media.« *Postmodern Openings* 12 (4): 01–17.

Bajt, Veronika. 2018. »Online Hate Speech and the 'Refugee Crisis' in Slovenia.« V *The Disaster of European Refugee Policy: Perspectives from the 'Balkan Route'*, ur. Igor Žagar et al., 133–155. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Bajt, Veronika. 2019. »The Schengen Border and the Criminalization of Migration in Slovenia.« *Südosteuropa* 67: 304–327.

Bajt, Veronika. 2022. *Etnična diskriminacija: strategije raziskovanja in merjenja*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

Bliuc, Ana-Maria, Nicholas Faulkner, Andrew Jakubowitz in Craig McGarty. 2018. »Online Networks of Racial Hate: A Systematic Review of 10 Years of Research on Cyber-Racism.« *Computers in Human Behavior* 87: 75–86.

Bourdieu, Pierre. 1998. *On Television*. New York: New Press.

Bučar Ručman, Aleš. 2022. »Slovenija in begunske migracije: Primerjava odnosa do beguncev iz Bosne in Hercegovine, Sirije in Ukrajine.« V *8. Nacionalna konferenca o varnosti v lokalnih skupnostih: Cilji trajnostnega razvoja in varnost v lokalnih skupnostih*, ur. Gorazd Meško in Iza Kokoravec, 165–178. Maribor: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba.

Bučar Ručman, Aleš, in Ajda Šulc. 2019. »Medijsko (so)ustvarjanje 'begunske in varnostne krize' in njen odsev na državni in lokalni ravni.« *Revija za kriminalistiko in kriminologijo* 70 (1): 5–20.

Chitrakar, Rok. 2020. »Threat Perception in Online Anti-migrant Speech: A Slovene Case Study.« *Slovenščina* 2.0 8 (1): 66–91.

Cohen, Stanley. 2002. *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*. London: Routledge.

Davenport, Thomas H., in John C. Beck. 2002. *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Boston: Harvard Business School.

Dor, Daniel. 2003. »On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers.« *Journal of Pragmatics* 35 (5): 695–721.

Edgerly, Stephanie, Emily K. Varga, Kajsa E. Dalrymple, Timothy Macafee in Timothy K. F. Fung. 2013. »Directing the Dialogue: The Relationship Between YouTube Videos and the Comments They Spur.« *Journal of Information Technology & Politics* 10 (3): 276–292.

Habermas, Jürgen. 2022. »Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere.« *Theory, Culture & Society* 39 (4): 145–171.

Hamlin, Rebecca. 2021. *Crossing: How we Label and React to People on the Move*. Stanford: Stanford University Press.

Hammod, Najla Majeed, in Arwa Abdul-Rassul. 2017. »Impoliteness Strategies in English and Arabic Facebook Comments.« *International Journal of Linguistics* 9 (5): 97–112.

Hille, Sanne, in Piet Bakker. 2014. »Engaging the Social News User.« *Journalism Practice* 8 (5): 563–572.

Javed, Jeffrey, in Blake Miller. 2019. »When Content Promotes Violence: The Effect of Sensational Content on Attitudes toward Violence and Anti-Muslim Policies.« Https://www.jeffreyjaved.com/uploads/8/6/1/2/86128854/javed_miller_when_content_promotes_violence_619.pdf.

Jiang, Jize, in Edna Erez. 2018. Immigrants as Symbolic Assailants: Crimmigration and Its Discontents. *International Criminal Justice Review* 28 (1): 5–24.

Kaluža, Jernej, in Sašo Slaček Brlek. 2021. »Zapleteno je: protipolno razmerje med globalnimi digitalnimi platformami in slovenskimi mediji.« *Javnost: The Public.* Suplement 28: S23–S42.

Kang, Hyunjin, in Matthew P. McAllister. 2011. »Selling You and Your Clicks: Examining the Audience Commodification of Google.« *tripleC* 9 (2): 141–153.

Kessous, Emmanuel. 2015. »The Attention Economy between Market Capturing and Commitment in the Polity.« *Oeconomia* 5-1: 77–101.

Kogovšek Šalamon, Neža. 2017a. »A Contribution to Understanding of the Criminal Prosecution Challenges in Relation to 'Public Incitement to Hatred, Violence or Intolerance'.« *ČKZ* XLV (268): 74–87.

Kogovšek Šalamon, Neža. 2017b. »Mass Migration, Crimmigration and Defiance. The Case of the Humanitarian Corridor.« *Southeastern Europe* 41 (3): 251–275.

Kundnani, Arun. 2015. *The Muslims are Coming: Islamophobia, Extremism, and the Domestic War on Terror.* London: Verso.

Leets, Laura. 2002. »Experiencing Hate Speech.« *Journal of Social Issues* 58 (2): 341–361.

Ljubešić, Nikola, Darja Fišer in Tomaž Erjavec. 2019. *The FRENK Datasets of Socially Unacceptable Discourse in Slovene and English*. Https://arxiv.org/pdf/1906.02045.pdf.

Melossi, Dario. 2015. *Crime, Punishment and Migration.* London: Sage.

Meza, Radu, Hanna Orsolya Vincze in Andrea Mogoș. 2019. »Targets of Online Hate Speech in Context. A Comparative Digital Social Science Analysis of Comments on Public Facebook Pages from Romania and Hungary.« *Intersections* 4 (4): 26–50.

Myllylahti, Merja. 2018. »An Attention Economy Trap? An Empirical Investigation into Four News Companies' Facebook Traffic and Social Media Revenue.« *Journal of Media Business Studies* 15 (4): 237–253.

Myllylahti, Merja. 2020. »Paying Attention to Attention: A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms.« *Digital Journalism* 8 (5): 567–575.

Oblak Črnič, Tanja. 2017. »Fenomen ZLOvenija: v precepu med digitalnim aktivizmom in omrežnim individualizmom.« *ČKZ* XLV (268): 181–198.

Paasch-Colberg, Sunje, Joachim Trebbe, Christian Strippel in Martin Emmer. 2022. »Insults, Criminalisation, and Calls for Violence: Forms of Hate Speech and Offensive Language in German User Comments on Immigration.« V *Cyberhate in the Context of Migrations,* ur. Angeliki Monnier, Axel Boursier in Annabelle Seoane, 137–163. Cham: Palgrave Macmillan.

Pajnik, Mojca. 2006. »Javnost kot politični fenomen: k transnacionalnim podobam.« *Teorija in praksa* 43 (1-2): 260–275.

Pajnik, Mojca. 2019. »Media Populism on the Example of Right-Wing Political Parties' Communication in Slovenia.« *Problems of Post-Communism* 66 (1): 21–32.

Perger, Nina, in Metka Mencin Čeplak. 2017. »Govor, ki rani, in razmerja moči.« *ČKZ* 45 (268): 217–229.

Perocco, Fabio. 2018. »Anti-Migrant Islamophobia in Europe. Social Roots, Mechanisms and Actors.« *Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana* 26 (53): 25–40.

Peters, Margaret E. 2017. *Trading Barriers: Immigration and the Remaking of Globalization.* Princeton University Press, Oxford.

Pušnik, Maruša. 2017. »Dinamika novičarskega diskurza populizma in ekstremizma: moralne zgodbe o beguncih.« *Dve domovini* 45: 137–152.

Santana, Arthur D. 2014. »Virtuous or Vitriolic.« *Journalism Practice* 8 (1): 18–33.

Savič, Domen. 2021. »Gledanost sovraštva v Sloveniji.« Https://www.dsavic.net/2021/03/09/gledanost-sovrastva-v-sloveniji/.

Slapšak, Svetlana. 2022. *Grožnja in strah: razraščanje sovražnega govora kot orodja oblasti v Sloveniji*. Ljubljana: Založba cf.

Splichal, Slavko. 2010. »Javnost med 'novimi' mediji in 'starimi' teorijami.« T*eorija in praksa* 47 (1): 8–21.

Splichal, Slavko. 2012. *Transnationalization of the Public Sphere and the Fate of the Public*. New York: Hampton Press.

Splichal, Slavko. 2017. »Medijatizacija zasebnosti in javnosti: zla publiciteta, anonimnost in cenzura interneta.« V *Zagovor javnosti: med svobodo izražanja in sovražnim govorom,* ur. Slavko Splichal, 9–29. Ljubljana: SAZU.

Splichal, Slavko. 2021. »Kriza javnosti in podružbljanje novinarstva.« *Javnost: The Public.* Suplement 28: S1–S22.

Stumpf, Julie P. 2006. »The Crimmigration Crisis: Immigrants, Crime, and Sovereign Power.« *American University Law Review* 56: 367–419.

Šori, Iztok, in Vasja Vehovar. 2022. »Reported User-Generated Online Hate Speech: The Ecosystem, Frames, and Ideologies.« *Social Sciences* 11 (8): 1–19. Https://doi.org/10.3390/socsci11080375.

Tenenboim, Ori, in Akiba A. Cohen. 2015. »What Prompts Users to Click and Comment: A Longitudinal Study of Online News.« *Journalism* 16 (2): 198–217.

Thiele, Daniel, in Tjaša Turnšek. 2022. »How Right-Wing Populist Comments Affect Online Deliberation on News Media Facebook Pages.« *Media and Communication* 10 (4): 141–154.

Van Dijk, Teun A. 1999. »Media, Racism and Monitoring.« V *International Media Monitoring,* ur. Kaarle Nordenstreng in Michael S. Griffin, 307–316. Cresskill: Hampton Press.

Vehovar, Vasja, Blaž Povž, Darja Fišer, Nikola Ljubešić, Ajda Šulc in Dejan Jontes. 2020. »Družbeno nesprejemljivi diskurz na Facebookovih straneh novičarskih portalov.« *Teorija in praksa* 57 (2): 622–645.

Vehovar, Vasja, in Dejan Jontes. 2021. »Hateful and Other Negative Communication in Online Commenting Environments: Content, Structure and Targets.« *Acta Informatica Pragensia* 10 (3): 257–274.

Vezjak, Boris. 2018. »Radical Hate Speech: The Fascination with Hitler and Fascism on the Slovenian Webosphere.« *Šolsko polje* 29 (5-6): 133–151.

Vobič, Igor, in Melita Poler Kovačič. 2014. »Keeping Hate Speech at the Gates: Moderating Practices at Three Slovenian News Websites.« *Annales* 24 (3): 463–476.

Vrhovno sodišče Republike Slovenije. 2019. »VSRS, sodba I Ips 65803/2012«. ECLI:SI:VSRS:2019:I.IPS.65803.2012. Http://www.sodisce.si/vsrs/odlocitve/2015081111431656/.

Williams, Matthew. 2019. *Hatred behind the Screens: A Report on the Rise of Online Hate Speech*. Mishcon de Reya in Cardiff University.

Wu, Tim. 2017. *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads.* Knopf Doubleday Publishing Group.

Zdravković, Lana. 2021. »The Concept of Emancipation as Political Action.« *Filozofski vestnik* 42 (1): 153–180.

Zorn, Jelka. 2021. »Nasilne meje, varnostnizacija in kriminalizacija solidarnosti.« *Socialno delo* 60 (2): 167–180.

Veronika Bajt je raziskovalka, znanstvena sodelavka na Mirovnem inštitutu. E-naslov: veronika.bajt@mirovni-institut.si

Ajda Šulc je asistentka za področji sociologije ter metodologije in statistike na Fakulteti za varnostne vede, Univerze v Mariboru. E-naslov: ajda.sulc@gmail.com.