

MEDIJSKI DIJALOZI
časopis za istraživanje medija i društva
MEDIA DIALOGUES
journal for research of the media and society

Godina VI
Broj 15
Podgorica
Februar 2013.
ISSN 1800-7074
COBISS.CG-ID 12734480



Istraživački medijski centar – Podgorica

Izdavač / Publisher

IVPE- Cetinje

NVU „IMC“ – Istraživački medijski centar – Podgorica

Redakcija / Editorial Board

Robert W. McChesney (USA), Nayia Roussou (Kipar), Andrew Balas (USA), Michael T. Ederstone (Australia), Frances Elisabeth Olsen (USA), Nada Zgrabljic Rotar (Hrvatska), Tapas Ray (India), Slavko Splichal (Slovenija), Yesim Kaptan (Turska), Valentina Mansurova (Rusija), Boguslaw Dobek-Ostrowska (Poljska), Oleksandr Dorokhov (Ukraina), Veselin Drašković (Crna Gora), Wincharles Coker (Gana), Divna Vuk-sanović (Srbija), Alexander Kashumov (Bugarska), Željko Rutović (Crna Gora), Gabriel J. Botma (Južna Afrika), Christos A. Frangonikolopoulos (Grčka), Dubravka Valić Nedeljkić (Srbija), Krapo Zguri (Albanija), Vedada Baraković (Bosna i Hercegovina), Đorđe Obradović (Hrvatska), Željko Simić (Srbija), Janko Niko-lovski (Makedonija).

Izdavački savjet / Advisory Board

Slobodan Lakić (Crna Gora), Nataša Kostić (Crna Gora), Nataša Ružić (Crna Gora), Mato Brautović (Hrvat-ska), Igor Lakić (Crna Gora), Dražen Cerović (Crna Gora), Sanja Bauk (Crna Gora), Radenko Šćekić (Crna Gora), Mimo Drašković (Crna Gora), Violeta Zubanov (Srbija), Bojana Bošković (Crna Gora), Vladimir Vulić (Crna Gora), Renata Branković (Crna Gora), Jelisaveta Blagojević (Crna Gora) i Anđelka Rogač (Crna Gora).

Glavni i odgovorni urednik / Editor in Chief : dr Mimo Drašković

Sekretar Redakcije/Sekretary of Editorial Board: mr Andrijana Rabrenović

Odnosi sa javnošću i međunarodna saradnja/PR and International Cooperation: mr Anđelka Rogač

Tehnički urednik / Technical Editor : Milojko Pušica

Prevod / Translation : Dina Kajević

Časopis izlazi tri puta godišnje / The Journal is published three times a year

Radovi se recenziraju/ Papers are reviewed

Štampa / Printed by : IVPE – Cetinje

Tiraž / Circulation : 500 primjeraka / 500 copies

Korisnički servis / Journal customer service :

mob. tel. + 382 68 583 622

e-mail: rookie@t-com.me, medijskidijalozi@gmail.com

www.medijskidijalozi.wordpress.com

ž.r. br. 51000000005512065 (CKB Podgorica)

Rješenjem Ministarstva kulture, sporta i medija br. 05-1203/2 od 05. maja 2008.

časopis "Medijski dijalozi" je upisan u evidenciju medija pod registarskim brojem 647

CIP - Katalogizacija u publikaciji

Централна народна библиотека Црне Горе, Цетиње 659.3/.4

ISSN 1800-7074 = Medijski dijalozi (Podgorica)

COBISS.CG-ID 12734480

S A D R Ź A J / C O N T E N T S

GEORGE PLEIOS, PhD, CHRISTOS A. FRANGONIKOLOPOULOS, PhD	
(Grčka) :	
Foreign Policy and the Greek Media: The 'Daily National Issue'	
<i>Spoljna politika i grčki mediji: Dnevno nacionalno pitanje</i>	9
MAGDA PISCHETOLA, PhD (Italija) :	
Il Digitale Nella Didattica: Un Graduale Cambiamento di Cultura	
<i>Digital Technology in Didactics: A Gradual Change of Culture</i>	31
JOHN S. VERRICO, MSc (USA) :	
Building Trusted Relationships: The Key to Successful Communications	
<i>Izgradnja veza zasnovanih na povjerenju: Ključ uspješnih komunikacija</i>	45
др ИРИНА УШАКОВА, др АЛЕКСАНДР ДОРОХОВ (Ukraina) :	
Компьютерное моделирование влияния социальных интернет сетей на формирование предпочтений потребителей	
<i>Computer Modeling of Influence of Internet Social Networks to the Formation of Consumer Preferences</i>	61
др ВИТАЛИЙ ОГУРЦОВ, МИХАИЛ ДОРОХОВ (Ukraina) :	
Информационная безопасность в социальных сетях интернета	
<i>Information Security in Internet Social Networks</i>	73
WINCHARLES COKER (USA), STEPHEN BOAKYE JANTUAH (Gana) :	
"My Brothers and Sisters": On the Rhetoric of the Late Ghanaian President Atta Mills in the Context of the 2009 Inaugural Address	
<i>„Moja braća i sestre“ : O retorici posljednjeg predsjednika Gane Atta Mills-a u kontekstu inauguralnog obraćanja iz 2009. godine</i>	83
MARIJA JANKOVIĆ (Crna Gora) :	
Barak Obama i predsjednička kampanja 2008. godine – psihološka perspektiva	
<i>Barack Obama and the Presidential Campaign of 2008 - a Psychological Perspective</i>	101
dr MIROSLAV DODEROVIĆ, DRAGANA MRKIĆ (Crna Gora) :	
Mapiranje problematike geopolitike i uloga medija	
<i>Mapping the Issues of Geopolitics and the Media Role</i>	125
dr MIMO DRAŠKOVIĆ (Crna Gora) :	
Medijska protivteža - giganti o kojima se malo zna	
<i>The Media Counterbalance - Little Known Giants</i>	137

dr MIODRAG VUKOVIĆ (Crna Gora) : Mediji i nova ustavna organizacija Crne Gore <i>The Media and New Constitutional Organization of Montenegro</i>	149
dr SRDJAN VUKADINOVIĆ (Crna Gora) : Sinteza različitosti u dijalogu medijske i identitetske podstrukture društva <i>Synthesis for Diversity in Dialogue of the Media and Identity Society Substructure</i>	173
mr VELJKO RUTOVIĆ (Crna Gora) : Mediji i krivični postupci <i>Media and Criminal Proceedings</i>	185
dr DUŠAN NOVAKOVIĆ (Srbija) : Obligaciono pravna zaštita prava ličnosti <i>Legal Obligatory Protection of the Individual</i>	197
dr DRAŽEN CERović (Crna Gora) : Kontrola rada organa javne vlasti kao temelj vladavine prava (Medijski uticaji) <i>Control of Public Authorities as a Basis of the Rule of Law (Media Influences)</i>	209
dr DAMIR KUKIĆ (Bosna i Hercegovina) : Medijsko projektiranje emocija <i>The Media Projecting of the Emotions</i>	219
ANITA ERAK (Crna Gora) : Djeca i televizija - razumijevanje rodni stereotipa kod djece uzrasta od 5 do 9 godina na primjeru animiranog filma "Snežana i sedam patuljaka" <i>Children and Television – Understanding the Gender Stereotypes Among Children Aged 5-9 Years Based on the Example of Animated Film "Snow White and Seven Dwarfs"</i>	229
INES PERIĆ (Bosna i Hercegovina) : Pedagogijsko-komparativna analiza časopisa za tinejdžere <i>Pedagogic-Comparative Analysis of the Teen Fun Magazines</i>	251
JELENA MILJANIĆ (Crna Gora) : Informisanje mladih putem medija <i>Informing the Youth Through the Media</i>	269
MIRJANA PERIŠIĆ (Crna Gora) : Privatnost na internetu <i>Privacy on the Internet</i>	275

MIRKO JAKOVLJEVIĆ (Crna Gora) :	
Osnovne karakteristike profesije i ličnosti televizijskog reportera	
<i>Main Profession and Personality Features of the Television Reporter</i>	279
mr DRAGIĆ RABRENOVIĆ (Crna Gora) :	
Radio kao sredstvo međunarodne političke propagande nakon Drugog svjetskog rata	
<i>Radio as Tool of International Political Propaganda After Second World War</i>	297
mr ANDRIJANA RABRENOVIĆ (Crna Gora) :	
Politički plakat u Prvom svjetskom ratu	
<i>Political Poster in World War I</i>	323
VUK VUČETIĆ (Bosna i Hercegovina) :	
Klijetelizam u saodnosu medija i politike u Republici Srpskoj	
<i>Clientelism in the Relationship Between the Media and Politics in Republic of Srpska</i>	345
dr RADENKO ŠČEKIĆ (Crna Gora) :	
Autokratizam i autoritarnost kao dominantno stanje društva (primjer Crne Gore tokom druge polovine 19. i početka 20. vijeka)	
<i>Authocratism and Authoritarianism as the Dominant State of the Society (Example of Montenegro During the Second Half of the 19th and Early 20th Century)</i>	363
ANA RUTOVIĆ (Crna Gora) :	
Institucionalni model predikcije izborne participacije u Crnoj Gori	
<i>Institutional Model of the Election Participation Prediction in Montenegro</i>	357
mr VESELIN-MITKO PAVLIĆEVIĆ (Crna Gora) :	
Forme tumačenja realnosti (dvije fotografije: Če Gevara i Ljubo Čupić)	
<i>Forms of the Reality Interpretation (Two Photos: Che Guevara ynd Ljubo Cupic)</i>	389
mr AET SALH (Crna Gora) :	
Žene na tržištu rada	
<i>Women for Economy</i>	397
MILENA CMILJANIĆ, MA (Rusija) :	
Kult svetosti kao društveni fenomen - svete žene u poznoj Vizantiji	
<i>Cult of Holiness as a Social Phenomenon - the Holy Women in Late Byzantium</i>	403
dr VUKAJLO GLUŠČEVIĆ , (Crna Gora) :	
Islamska vjera i moralne vrijednosti žene	
<i>Islamic Faith and Moral Values of Women</i>	415

dr ŽARKO LEKOVIĆ (Crna Gora) :	
Rusko – crnogorski odnosi od sredine 18. i u prvim decenijama 19. vijeka <i>Russia-Montenegro Relations Since the Mid 18th and in the First Decade of the 19th Century</i>	421
mr ALEKSANDAR RADULOVIĆ (Crna Gora) :	
Informaciona asimetrija kao faktor destabilizacije tržišta stambenih nekretnina u malim i otvorenim ekonomijama <i>Information Asymmetry as a Destabilizing Factor in the Residential Real Estate Market at Small and Open Economies</i>	449
dr JELENA ŽUGIĆ , mr ANĐELA JAKŠIĆ- STOJANOVIĆ (Crna Gora) :	
Brendiranje turizma putem integrisanih marketing komunikacija <i>Tourism Branding Through Integrated Marketing Communications</i>	469
mr MARIJA JANKOVIĆ (Crna Gora) :	
Profilisanje brenda pozicioniranjem <i>Brand Profiling by Positioning</i>	479
ANDJELA JAKSIC STOJANOVIC, MSc (Crna Gora) :	
(Re)Branding as a Fundamental Prerequisite for Future Development of Montenegrin Tourism <i>(Re)brendiranje kao osnovni preduslov za budući razvoj crnogorskog turizma</i>	495
dr MARIJA JOVIĆ (Hrvatska) :	
Turistički potencijal Bosne i Herceovine kroz diplomatsku povijest <i>Tourism Potential of Bosnia and Hercegovina Through Diplomatic History</i>	505
mr JELISAVETA BLAGOJEVIĆ (Crna Gora) :	
Vojska kao promotivni faktor demokratske promjene: Slučaj Tunisa <i>Military as Democrtic Factor of Transition: A Case Study of Tunisia</i>	517
mr VANJA KOMATINA (Crna Gora) :	
Transformacija NATO - a nakon pada Berlinskog zida <i>Nato's Transformation After the Fall of the Berlin Wall</i>	525
mr RENATA BRANKOVIĆ (Crna Gora) :	
Konsocijativna demokratija sa elementima etnokratskog sistema: Slučaj Bosne i Hercegovine <i>Consocative Democracy with Ethnocratic System Elements: The Case of Bosnia and Herzegovina</i>	557
NINA NOVALIĆ (Crna Gora) :	
Međunarodnopravni aspekti obnove crnogorske državnosti <i>International Legal Aspects of Restoration of the Montenegrin Statehood</i>	569

MILICA STARČEVIĆ (Crna Gora) : Jurisdikcija nad poluostrvom Prevlaka – pro et contra <i>Jurisdiction Over the Prevlaka Peninsula– Pros and Cons</i>	585
ALEKSANDAR BULATOVIĆ (Crna Gora) : Problemi u vezi sa priznanjem država u savremenom međunarodnom pravu na primjeru Kosova <i>Problems with Recognition of States in Contemporary International Law With Regard on Kosovo's Example</i>	597
TAMARA MARIĆEVIĆ (Crna Gora) : Međunarodnopravni status Vatikana i Svete Stolicе <i>International Legal Status of Vatican and the Holy See</i>	607
JELENA BEČIĆ : Genocid kao međunarodno krivično delo u savremenim međunarodnim odnosima <i>Genocide as an International Crime in Contemporary International Relations</i>	619
mr LIDIJA VLADIĆ – MANDARIĆ (Bosna i Hercegovina) : Etnomuzikologija u svom povijesnom razvoju <i>Ethnomusicology and Its Historical Development</i>	629
MIJOMIR PEROVIĆ (Crna Gora) : Falsifikovanje novčanica i uloga medija u njegovom spriječavanu <i>Counterfeiting of Banknotes and Role of Media in Its Prevention</i>	645
Prikazi (Reviews)	
Hronike <i>Fenomenološki vodič smisla postojanja</i> Autor: <u>Božo Bulatović</u> Prikazivač: mr ŽELJKO RUTOVIĆ	651
Tokovi istorije u Crnoj Gori Autor: dr Zoran Lakić Prikazivač: dr ŽARKO LEKOVIĆ	655
Časopis za naučna, književna i društvena pitanja „TOKOVI“ <i>Slovlje i tragovlje</i> Prikazivač: VELIMIR RALEVIĆ	659
Časopis za kulturu i društvena pitanja „Agora“ <i>Simbol crnogorske medijske stvarnosti</i> Prikazivač: dr MIMO DRAŠKOVIĆ	663

Datumi (*Dates*)

Dan novinara Crne Gore

NIKOLA VUJANOVIĆ

665

IN MEMORIAM

Denis Zaimović (1979 – 2012)

667

Uputstvo autorima (*Notes for the contributors*)

669

Obavještenje (*Notice*)

701

UDK: 316.774:327(495)

**FOREIGN POLICY AND THE GREEK MEDIA:
THE 'DAILY NATIONAL ISSUE'**

**SPOLJNA POLITIKA I GRČKI MEDIJI:
„DNEVNO NACIONALNO PITANJE“**

GEORGE PLEIOS, PhD

Professor and Chair of the Department of Communication and Mass Media
at the University of Athens

CHRISTOS A. FRANGONIKOLOPOULOS, PhD

Assistant Professor at the School of Journalism and Mass Communications,
Aristotle University of Thessaloniki

Abstract: *Greek foreign policy affairs are codified within and outside the media as “national issues”. Previous work on the subject, as well as our extensive bibliographical and empirical research (in television and the press) shows that although international affairs are covered to a limited extent on the Greek news, this is not the case for the so-called “national issues”. Since the mid-1970s, and in particular after the Turkish invasion of Cyprus in 1974, these not only prevail catalytically in the coverage of international/external affairs, but also supply the “daily national issue”. This phenomenon may be defined as the condition whereby the tension, frequency and hierarchical position of one “national issue” is reduced, either for political or communicative reasons, and replaced by a different one, which not only enjoys an advantageous and predominant position in the content and coverage of international news, but also operates as a conduit of nationalist ideology. At the end of the naughties, however, the ‘daily national issue’, and the degree of its manifestation in the news, appears to be larger in private television and smaller in newspapers and public television. Understanding, therefore, the phenomenon and the intensity of the “daily national issue” in the Greek media, requires an examination*

not only of the Greek nationalist discourse and its manifestations in the coverage of foreign policy, but also of the factors related with the characteristics and categories of the media.

Keywords: *Greek media and foreign policy, media and 'national issues', media and nationalism*

Apstrakt: *Vanjskopolitički poslovi Grčke kodifikuju se u okviru i van medija kao „nacionalna pitanja“. Raniji radovi na ovu temu, kao i naše ekstenzivno bibliografsko i empirijsko istraživanje (televizije i štampanih medija) pokazuje da, iako su vijesti o Grčkoj u izvjesnoj mjeri prisutne u ukupnosti vijesti o međunarodnim poslovima, ovo nije slučaj sa tzv. „nacionalnim pitanjima“. Od sredine 1970-ih, a naročito nakon turske invazije na Kipar 1974, ova pitanja ne preovladavaju samo katalitički u međunarodnim/vanjskim poslovima, već takođe zamjenjuju „dnevna nacionalna pitanja“. Ovaj fenomen može se definisati kao uslov pod kojim se tenzija, učestalost i hijerarhijsko poicioniranje nekog „nacionalnog pitanja“ smanjuju i zamjenjuju nekim drugim pitanjem, zbog političkih ili komunikacionih razloga, koje ne samo da zauzima naprednu i dominantnu poziciju u sadržaju i obuhvaćenosti međunarodnim vijestima, već djeluje i kao provodnik nacionalističke ideologije. Konačno, ipak se “dnevna nacionalna pitanja” i nivo njihove predstavljenosti u vijestima čini većim na privatnoj televiziji i manji u novinama i javnoj televiziji. Stoga, razumijevanje fenomena i intenzivnosti “dnevnih nacionalnih pitanja” u grčkim medijima, zahtijeva ispitivanje ne samo grčkog nacionalnističkog diskursa i njegove zastupljenosti u ukupnoj vanjskoj politici, već i faktora u vezi sa karakteristikama i kategorijama medija.*

Ključne riječi: *Grčki mediji i vanjska politika, mediji i “nacionalna pitanja”, mediji*

1. Introduction

Greek foreign policy is characterized by an intense anxiety of insecurity (Tsoukalis, 1997, pp.280-281). Political and public discourse is dominated by the emphasis not on „national interests” or “issues of national interest” but on “just” and “deservingly national issues” - in par-

ticular with reference to Cyprus, Turkey¹ and the Former Yugoslav Republic of Macedonia (FYROM)² (Heraclides, 2001, p.74). The nationalist perspective of the political system facilitates the reproduction and reinforcement of an ethnocentric discourse, sustaining a representation of Greece as a nation under “threat” from the European Union (EU), the North Atlantic Treaty Organization (NATO), the USA, and its neighboring countries (Turkey, FYROM). In addition, the media play a significant role not only by “manufacturing consent”, legitimizing the claims and nationalist positions of the Greek governments, but also by contributing to the construction of an aggressive and inflexible position (Frangonikolopoulos, 2007, 2010). As the Anan Plan for Cyprus in 2004 indicates³, the media reflect and feed public opinion, perpetuating and reinforcing the tension by putting considerable pressure on the government to react “tough”⁴ (Panagiotou, 2006).

Thus, with the aim of analyzing the content and significance attributed by the media to the so-called “national issues” towards the end of the first decade of the 21st century, we undertook, together with the Laboratory of Social Research on the Mass Media (University of Athens, Department of Communication and Media), a research project entitled “International Relations and Foreign Policy in Greek television and Press.” Our research spanned from September 1st 2007 to April 30th 2008, during which time we collected and analyzed 729 television news

¹ This is attributed to Greece’s „memory” of traumatic experiences resulting from a long, and in some cases painful, process of nation building (Asia Minor 1922), as well as from the constant, as far as the perception of external “threat” is concerned, display of Turkey’s revisionist stance in the Aegean (from the Turkish invasion of Cyprus in 1974, onwards).

² The development of bilateral relations between Greece and FYROM began with the signing of the Interim Agreement on 13th September 1995. The issue of the country’s name, however, remains unresolved. The Greek side calls for the adoption of a definitive composite name with geographical qualification of the term Macedonia, for all purposes and for all uses.

³ The plan dealt with the reunification and coexistence of the two Cypriot communities within the same state entity in the form of a functional and viable bi-zonal, bi-communal confederation. The plan was subjected to two separate referenda, and was rejected by 75.83% of the Greek Cypriots.

⁴ Certainly the Greek media are not solely responsible (Dogan Tilic, 2000; Ozunes and Terzis, 2000).

and 1.803 articles on external, foreign policy and international issues. Television news were selected from six national broadcasters, four from the private sector (*Mega, Alpha, Alter* and *ANT1*) and two from the public sector (*ET3, NET*). Newspaper articles were collected from national presses covering the entire political spectrum. These were: *To Vima, Rizospastis, Kathimerini, Eleutheros Tipos, Ethnos* and *Augi*. Our research method was content analysis combined with discourse analysis, conducted on the basis of two protocols, one for television and one for the press. The television protocol included 213 variables, whereas that of the press 207. The data were entered into SPSS and then analysed. Concisely, these variables dealt with the following:

- the general and specific thematic content of the news stories/articles
- the countries and organizations (regional and international) involved
- their source (internal, external) and national origin
- the “talking heads” that commented on and discussed issues of international relations and foreign policy, as well as their political and institutional identity
- the position of the journalists, the politicians and other actors on the presentation and discussion of the news (i.e. what they thought and how they portrayed the news)
- the verbal-figural pattern of the news stories/articles

Bearing that in mind, and for the analysis that will follow, we would like to note that during our research, besides the official visit of former Prime Minister Costas Karamanlis to Turkey (January 2008), the first such visit of a Greek Prime Minister since 1959, the foreign policy issue⁵ which dominated the public debate and the news was the „name“ of FYROM, and in particular: (a) the negotiations of the UN's mediator with the representatives of Greece and FYROM, (b) the proposals of the UN's mediator on the „name“ issue, and (c) the NATO Summit in Bucharest (April 2008), where, and in accordance

⁵ Other issues of significance were the two official visits of former Prime Minister, Costas Karamanlis, to Moscow (December 2007 and April 2008), the official visit of former Minister of Foreign Affairs, Dora Bakogianni, to the USA/Washington (December 2007), the annual report of the European Commission on the progress of Turkey and FYROM as EU candidate members (November 2007), the signing of the EU Lisbon Treaty (December 2007), and the delegation of the Presidency of the Organization for Security and Cooperation in Europe to Greece (November 2007).

with the Greek position, it was unanimously decided that FYROM not only complies with the principle of good neighborly relations, but also reaches an agreement on the "name" issue as a necessary prerequisite for accession to NATO. In Greece, this development was greeted as a success⁶ as it was argued that it allows for the adoption of a definitive composite name with geographical qualification of the term Macedonia, for all purposes and for all uses, so as to avoid confusion with the Greek Macedonia.

2. What is the "daily national issue"?

As it emerges from our research, international affairs are covered to a limited extent on the Greek news. However, this is not the case for the so-called "national issues". This certainly is not a Greek phenomenon, yet, in Greece, it acquires significant dimensions as "national issues" not only prevail catalytically in the coverage of international and external affairs, but also supply the "daily national issue".

The "daily national issue" reflects a particular characteristic of the media in Greece when covering issues of international and external affairs. Generally, the phenomenon can be understood as the elevation of one foreign policy matter -defined as a "national issue"- to the highest position of coverage, exposure and publicity in the news. In particular, the phenomenon is associated, firstly, with the preponderance of one "national issue" among external news or the totality of news; secondly, with the replacement of one foreign policy matter by another that is also defined as a "national issue".

During the 1970s, the "national issue" that dominated the Greek media was Cyprus, while in the 1980s it was Cyprus and Greek-Turkish relations that drew media attention. Media coverage, particularly press coverage, occurred mainly within the context of political nationalism as a result of the Turkish invasion of Cyprus in 1974. In addition, and given the absence of electronic media in the private sector, Greek public broadcasting reiterated official governmental policy and "rallied behind the flag" (Mitropoulos, 2003, pp. 283-285). During the early 1990s, following the declaration of independence of FYROM under the name "Republic of Macedonia", the "Macedonian issue"

⁶ Indicative are the results of public opinion polls published in the Greek papers. Ninety percent of the respondents supported the „threat“ of Costas Karamanlis to veto the entrance of FYROM if the NATO Alliance did not agree with Greece's position (<http://news.in.gr/greece/article/?aid=888631>, accessed October 13 2010).

acquired a central position among the “national issues” in the Greek media (Armenakis et al., 1996; Panagiotopoulou, 1996; Demertzis and Armenakis, 1998; Skoulariki, 2007). In the late nineties, and following the official inauguration of diplomatic relations between Greece and FYROM in 1995, the “Macedonian issue” lost the primacy it enjoyed in the national news (Demertzis, Papathanasopoulos and Armenakis, 1999). The dominant “national issue” was Greek-Turkish relations especially after the Imia Crisis of 1996⁷ which brought the two countries at the brink of war (Panagiotou, 2005). The introduction of private electronic media in the 1990s, operating within a fully commercialized communication system in the naughties (Mitropoulos, 2003, pp. 291-292), further accentuated the phenomenon of the “daily national issue”. An analysis of 1.879 news items in eight commercial and public television broadcasters towards the end of 2004 (Pleios et al., 2005), and given the negotiations of Turkey with the EU on the so-called Accession Framework document, showed that almost two thirds of the total foreign news were devoted to Greek-Turkish relations, one fifth to the “Macedonian issue” and less than one tenth to the “Cypriot issue”.

3. Culture, nationalism and the ‘daily national issue’

The ‘daily national issue’, we could argue, is a phenomenon associated with countries of the “periphery” which do not play a protagonist role in international relations, and are also characterized by a strong presence of tradition in politics and society. Theoretical analysis and empirical research has shown that there is a significant difference in the issues that the media of the “centre” cover, in comparison with the media that operate in the “semi-periphery” and “periphery”. In “big” countries international developments and

⁷ It started off on 25th December 1995, when a Turkish cargo boat ran around the Imia islet. The Turkish captain refused assistance from the Greek authorities claiming that he was within Turkish territorial waters. On December 29 a verbal note was sent to the Greek embassy in Ankara by the Turkish Minister of Foreign Affairs and for a while the two sides were engaged in a silent dispute regarding the status of the islet. However, the diplomatic activities of the two countries were aired by the Greek commercial TV station ANT1 on January 24th 1996. The newspaper *Hurriyet* arrived on the island with a team of journalists and photographers, asking the mayor to remove the Greek flag and hoist the Turkish one. *Hurriyet* published a front page editorial depicting the Turkish journalists removing the Greek flag on the very next day, to which the Greek media replied. By January 31, the Greek and Turkish Naval forces stood opposite to each other in the Aegean, a group of Turkish people landed on the islet opposite Imia and a Greek helicopter had crashed into the sea costing the life of one pilot.

especially those considered to be very significant for the international system, occupy the first or one of the leading positions in the media (Wu, 2004; Soroka, 2003; Sreberny-Mohammadi et al., 1984; Cohen, 1963). In "small" countries that play a secondary role in the international system, the content of the media is mainly on the multilateral and bilateral relations of their region and geographical neighborhood, the so-called "regionalization" of news (Hjarvard, 2001).

Greek foreign policy affairs and in particular those defined as "national issues", are related to and dependent on the geopolitical position of the country, a reality that is transcribed to the media. External and foreign policy news concentrate primarily on the neighborhood of the country, as well as on the relations with the EU (Pleios, 2009). This contributes to the introversion and "domestication" of the news (Clausen, 2004), particularly in Greek television. According to Papathanasopoulos (1997, pp.279-293) in 1985 the percentage of international news covered by Greece's state-owned television ET1 was 23,7% to increase only to 33.4% by 1996. In 1993, in one of Greece's influential private television stations Mega, the percentage of international news was 18,5% (and 15,5% in 1996). Indicative are also the results of our research. In the Greek media (television and newspapers) almost two thirds of the news are devoted to internal issues and one third to external news (international and Greek foreign policy), with the vast amount of the external news devoted to Greek foreign policy "non-national" and "national issues", (70,3% for television and 61,6% for the newspapers). Inevitably, therefore, the smaller the number for external and international news, the larger will be the amount for Greek foreign policy, especially "national issues", thus also supplying and enhancing the "daily national issue".

Furthermore, in societies like the Greek one, which are characterized by the strong presence of tradition, especially in the area of political culture, the dominant form of nationalism is that of cultural nationalism and the romantic perception of the nation (Demertzis, 1996, pp.236-244). This was particularly evident during the 1990s, as the events associated with FYROM, bilaterally and multilaterally (EU, NATO and UN), cultivated perceptions associated with the prism of "Greek Exceptionalism". At the core of this ideological position is the "culture of the underdog", basic traits of which are introversion, xenophobia, siege mentality, and a prevalence for conspiracy-related approaches and interpretations of international developments (Ioakeimidis, 2007). Such discourses mold the Greek population to believe that although

they are “superior”, history has been playing tricks with them and they have been permanently betrayed by “foreign allies”.

Cultural nationalism, thus, has a permanent presence in the understanding and coverage of foreign policy. It is linked with the idea of the nation *per se*, forming the framework within which foreign policy is placed and negotiated. This nationalist ideology does not share the vertical character of political ideology, like liberalism or socialism, but is line with a perception according to which national identity is not only above but also excludes all other ideologies. Nationalism, therefore, operates horizontally, penetrating all political ideologies (Smith, 1991, pp.143-178; Demertzis, 1996, pp. 56-83, 143-145). Thus, there are no “national issues” but issues in foreign policy that promote and project the nationalist prism. These issues not only alternate on the political and media agenda, but also contribute to the phenomenon of the “daily national issue”.

Foreign policy issues, therefore, do not have to be posed in order to instigate a nationalist approach. The nationalist ideology and discourse pre-exists, contributing not only to the definition of foreign policy issues as “national issues”, but also to their elevation and preponderance among the external, international or any other kind of news. Thus, the degree to which the tension, frequency and hierarchical position of one “national issue” is reduced, either for political or communicative reasons, and then replaced by another one, not only it enjoys an advantageous and dominant position in the media, but also operates as a conduit of nationalist ideology.

Culture and ideology set the notional context within which foreign policy is perceived by the media (Wanda et al., 2004; Boyd-Barrett and Rantanen, 2004; Strömbäck, 2008; Shanahn and Morgan, 1999, pp. 233-237). The media project foreign policy and the events related to it within an ideological perception and cultural framework (Hall, 1980; Gamson et al., 1992). Galasińska and Galasiński (2003) stress that in international relations the language or term used for reference to other states is not neutral but ideologically burdened. Fowler (1991) argues that media language shapes ideas and perceptions. Thus, the use of the term “national issues” as opposed to “foreign policy issues”, refers to a hostile or conflictual relationship with countries that “threaten” with different means and degrees the identity, territorial integrity and sovereign rights of the Greek nation-state. Suffering from introversion, the media not only reinforce the reactionary defensiveness and victimization mentality of the Greek public, but also its ambiguity towards European and international affa-

irs. The consequences are severe for both the construction of the context in which foreign policy issues are discussed, as well for the content of the public discourse in foreign policy issues. Indeed, the first is under pressure from what is on the media agenda, while the latter creates a fear to pursue and accept negotiated and conciliatory solutions to long-standing problems with Greece's neighbors.

Regarding Greek-Turkish relations, and with specific reference to the crisis of 1987⁸, Giallourides (2000, pp.281-312) and Panagiotou (2005, pp.112-189) have shown that the Greek papers created emotions of insecurity and threat with emphasis on Turkey's "neo-ottoman" and "provocative" foreign policy. The crisis was analysed only in line with the Greek position and Turkey was constructed as a diachronic "danger", with no respect for international law (Panagiotou, 2005, pp. 196). Such coverage fostered the feeling of "injustice" and "betrayal" of Greece, (Panagiotou, 2005, pp. 197-119) and presented Greek-Turkish relations as an issue that concerns the "survival" and "honor" of the nation. The media rather than reducing the dynamic of the conflict strengthened it (Giallourides, 2001, pp.271), creating as a result an offensive and non-negotiable nationalist position (Panagiotou, 2005, pp.191).

On the "Macedonian issue" during the 1990s, research has shown that the papers, in their overwhelming majority, adopted ethnocentric views. The issue was covered with an introvert and nationalist approach, with 55% of the articles pivoting mainly on matters of national identity, tradition and history (Armenakis et al., 1993; Panagiotopoulou, 1996). FYROM was perceived as a "threat" to the territorial integrity of Greece and the national identity of the "Greek Macedonians". The "Macedonian issue" was projected as the recycled conflict of Greece as a historical and timeless entity within a threatening regional environment, a reality that called for a "united national front" and an

⁸ It all began in March 1987, when the Greek government tabled a bill to take control of the Canadian North Aegean Petroleum Company that exploited the Prinos oilfield off the Greek island of Thasos. Turkey accused Greece of having violated the Bern Protocol of 1976 and as a result granted exploration and exploitation licenses to the state owned Turkish Petroleum Corporation in international waters near the Greek island of Samothrace. On 28 March the Turkish survey ship "Sismik" under military naval escort set sail for Aegean Sea and the Greek and Turkish ships were placed under alert. In the end the threat of hostilities were averted when Turkish Prime Minister Ozal declared that "Sismik" would operate only in Turkish territorial waters, while Greece likewise declared that no drilling would take place in disputed waters.

emphasis on national identity over all other political or social identities (Skoulariki, 2007).

During the Kosovo crisis of 1999 the main topical concerns that dominated the Greek media coverage did not differ from the foci in other international media (media stories/analyses around the issues of military operations and refugees). The framing of the news and the interpretations of the developments, however, were different. As a result of the Orthodox confession, shared with the Serbs, media reports were much more concentrated on the Serbs ordeals than on the suffering of the Croats and Bosnian-Muslims. Prior to the Kosovo crisis the media had also created "moral panics" in news items regarding the formation of the "Islamic arch" to the north and east of Greece. In addition, reports on the "Islamization" of the Republic of Bosnia-Herzegovina were also frequent. ANT1, a private television station, presented the refusal of the religious leader of the Bosnian Muslims to meet with the Serb Patriarch in Sarajevo as an act of intransigence. The Greek Public Broadcast Corporation (ET1) associated the Bosnian government with Saudi Arabia. It featured reports of Bosnian Muslims, including the republic's president, traveling for the annual hadj to Mecca, emphasizing that all their expenses were paid by Saudi Arabia. During the Kosovo crisis the media did not discuss the massacres committed by the Serbs. No mention was made of the fact that Belgrade controlled and manipulated the flow of information. All those actors who stood against Milosevic, the opposition, the intellectuals, the students and the workers unions, were not worthy of consideration by the Greek media. Instead, the Greek media chose to represent and act in the name of all those diverse elements of Greek society (right-wing parties, left-wing parties, religious and cultural groups), which took the form of a united front, an "Unholy Alliance" against the invasive and imperialistic forces behind the NATO bombings. Given the country's experiences (junta 1967-1974, Cyprus 1974) the readers and audiences in Greece may have felt "comfortable" with reports against the USA and NATO. The question, however, was not only NATO. In Europe and other parts of the world many were the journalists, newspapers and television stations that disagreed with the bombings. In so doing, however, they did not disregard the massacres committed by the Serbs. The Greek position facilitated the construction of a national identity dissociated from the European values of pluralism and freedom (Kondopoulou, 2002; Tsagarousianou, 1999; Michas, 2002; Tiropoli, 2003).

Characteristic is also the position of the media during the crisis of Imia. A dominant characteristic of this crisis in the press was the understanding of foreign policy as part of internal policy (Alexopoulos, 1999; Panagiotou, 2005, p.294). In particular, the Greek political system was criticized for not having developed a "national" strategy, as opposed to Turkey's long-term, consistent and "barbarian" foreign policy (Panagiotou, 2005, pp. 296). Indeed, Greek artists, intellectuals, academics, politicians and former officers of the Greek armed forces, were asked to express their opinion on televised and live shows. A famous actor went so far as to donate her jewelry to the Greek Navy! It is also reported that a journalist requested the leadership of the Greek Navy not to undertake any operations during night time, as that would not allow his station to have clear pictures of the hostilities in the Aegean! (Predenteris, 1999, pp. 97).

The decision of Greece in 1999 to support Turkey's candidacy for accession to EU, as shall be noted below, has 'dumped' some characteristics of this approach, especially in the press (Panagiotou, 2005, pp. 407-496). This "change", however, does not mean that the Greek media have been infiltrated with the logic of the peaceful settlement of Greek-Turkish disputes. They follow than lead the political leadership of the country, supporting the position of the government that the involvement of the EU in the relations of the two countries will end up justifying Greece. In fact, as the study of Panagiotou (2006) shows on the Anan Plan in 2004, the Greek press developed a bipartisan and united front that insisted on a dynamic and offensive policy towards Turkey. Such coverage not only influenced the reaction of public opinion, with 65% to 70% upholding a negative position, but also reproduced the "tough" and non-negotiable nationalistic approach that characterized the events of 1987 and 1996.

According to the results of our research, it was the "Macedonian issue" which occupied a position of supremacy in TV news in 2007-2008, with 80,10% of the total foreign news, followed by Greek-Turkish relations (14,80%) and the "Cypriot issue" (5,10%). Significant are also our findings in the ratio of Greek foreign policy news and other international issues. Specifically, in television over two thirds of the news (70,30%) concentrated on Greek foreign policy, followed by only 29,70% on international politics. This not only contributed to the high level of coverage the "daily national issue" enjoyed, but also instigated and exacerbated media attention to "national issues" at large. While towards the end of 2004, "national issues" occupied middle positions on the

agenda of television news bulletins (Pleios et al., 2005) in 2007-2008 they became increasingly important as a result of the negotiations on FYROM's name.

Regarding the newspapers, however, the results of our research indicate that the amount of articles devoted to "non-national issues" (63, 20%) was nearly double the amount of those for "national issues" (36,80%), as compared to 35,50% and 64,50% for television. It emerges, therefore, that the nationalist intensity was smaller in the coverage of the papers. In addition, it is also evident that Greek-Turkish relations and the "Cypriot issue" not only received more coverage in the newspapers, but that the "Macedonian issue" also received a relatively smaller coverage in relation to television news, facilitating therefore the reduction of the nationalist intensity in the coverage of Greek foreign policy and the "daily national issue". Specifically, our research on newspaper coverage shows that 63% of the total foreign news was devoted to the "Macedonian issue", 23.2% to Greek-Turkish relations and 13.8% to the "Cypriot issue". As in the news of Greek television, however, there appears to be a relation between the amount of news devoted to "national issues" and the amount of news for Greek foreign policy. Thus, in the total amount of articles for international news, the percentage of articles for Greek foreign policy (61,20%) was greater than that for international affairs (38,40%), but smaller than the corresponding one for television news.

It is clear, therefore, that the foreign policy coverage of the presses examined was and is not only influenced by current events. Theoretical analysis and empirical research has shown that it is also influenced by factors related to the operation of the media, such as economics and ownership status (Manning, 2007, pp.143-151; Hermann and Chomsky, 1988), and the interplay between the logic of politics and the logic of the medium (Eldridge, 1995; Bennett, 1999, pp. 221-260; Thussu, 2003; Schechter 2003; Meyer and Hinchman, 2008, pp:141-146; Tunchman, 1973; Tunstall, 1971, 1993). Understanding the phenomenon of the "daily national issue", thus, also requires not only an examination of the ethnocentric discourse and its manifestations in the coverage of foreign policy, but also of the characteristics and category of the medium.

4. Characteristics and category of the medium and the 'daily national issue'

The media coverage and content of foreign policy is not only the result of the prevailing nationalistic discourse, but also of the political inclination, the "internal" or "external pluralism" that characterizes the medium (Hallin &

Manchini 2004). In newspapers the logic of politics is expected to be present to a greater extent than the logic of nationalism. Usually, political nationalism is more in line (not absolutely but comparatively) with the characteristics of newspapers, as they maintain a specific political and ideological orientation. On the contrary, it appears that the cultural nationalistic and ethnocentric discourse is more acute in the electronic media, especially television, as it is directed to the wider public, avoiding a clear political and ideological stance.

Bearing that in mind, and for the purpose of our remaining analysis, we can distinguish four basic ways of media coverage when dealing with foreign policy affairs as "national issues":

(a) coverage in which the ideological and nationalist prepossession is direct and intense, as with the use of the term "national issues";

(b) coverage where the nationalist prepossession is indirect, expressed in the form of mild repudiation, the so-called "disclaimer" phenomenon (Van Dijk 1998), with the use of terms that hide the "national" but codify foreign policy issues into "Macedonian", "Aegean" and "Cypriot";

(c) coverage which tries to alleviate nationalist prepossessions with the use of neutral terms and enunciations (e.g. "international" "European" or "Balkan issue", "international law" or "regional" or "multilateral issue");

(d) coverage that is in line with the logic of diplomatic correctness, where foreign policy issues are treated as "bilateral" (e.g. "Greek-Turkish relations" or "Greece's relations with FYROM").

According to the results of our research in 2007-2008, the media and in particular newspaper news, appeared to be in line with the foreign policy position of the government and the political system. The media accepted the political logic and strategy of the government, especially on relations with Turkey and FYROM. On Turkey, that was not politically current during the period of our research, the nationalist prepossession appeared to be smaller. On FYROM, which happened to be politically current during the period of our research, the ethnocentric-nationalist prepossession was more intense, indicating that the nationalist discourse of the media was preserved by focusing on a current and „national issue" of foreign policy.

Specifically, the majority of television news appeared to conceal the dominant ethnocentric approach with the use of indirect and mild references. This, as noted above, is the phenomenon of mild "disclaimers" in the news. Although it contributes to the mitigation of the intensity and manifestation of the ethnocentric prism, at the same time it is also a way of articulating the na-

tionalistic perception with the use of other terms (Goodhardt et al. 1987, Galasińska and Galasiński 2003: 852). Thus, and although the use of eager ethnocentric terms in television news, such as “national issues”, was low, at the same time low was also the use of neutral and diplomatically correct terms, especially on the “Macedonian issue”. Whereas the term “national issue” was used only in 34 stories, the term “Macedonia issue” was used in 153 stories. Reference to FYROM as an international or European issue was only made in 42 stories.

In the papers, on the other hand, there appeared to be a significant reduction in the ethnocentric perception of foreign policy. The percentage of the articles that were characterized by a neutral and diplomatic correct position was 54% for the “Macedonian issue”, 61,70% for Greek-Turkish relations and 51,70% for the “Cypriot issue”. The neutral references, especially on Greek-Turkish relations, indicate the strong influence of political logic as opposed to cultural nationalism. The newspapers, as they are characterized more by political logic, seem to have adapted to a greater extent to the changing positions of the political system on foreign policy. This data confirms the results of previous research on the subject (Lazarou, 2009), according to which the Greek newspapers gradually have begun to adopt a more “mild” line, supporting and mediating the efforts of Greek-Turkish rapprochement. The newspapers, thus, appear to be playing an important role in facilitating a more neutral and multifaceted examination of Greek foreign policy⁹.

In addition, an important factor of the media when presenting foreign policy is the morphology of their content, their verbal structure (Bennett, 1999, pp.105-148). A special position in the verbal construction occupies the logic of infotainment and dramatization. Dramatization and the norms of entertainment, associated with the commercial logic of the media (Fairclough, 1994), penetrate the coverage of all foreign policy matters. This not only allows for

⁹ Greece's and Turkey's governments are convinced that Greek-Turkish rapprochement on issues of soft policy and Turkey's adaption to the community acquis as she moves towards Europe will contribute to improving bilateral relations. Greek-Turkish cooperation is developing and aims at consolidating a climate of confidence and collaboration in a considerable number of areas of mutual interest, such as cultural relations, tourism, environment, combating crime, economic and trade relations, energy, agriculture. A large number of high-level meetings have recently taken place between Greek and Turkish officials, in the hope that the broadening and deepening of bilateral cooperation, as well as the frank exchange of views will create the conditions for overcoming the frictions of many decades.

the frequent alternation of the advantageous position a “national issue” enjoys among foreign and international news, but may also contribute to a condition whereby all “national issues” are of equal significance. This tendency is likely to be greater in television, and especially in private television, where the strategy of dramatization is more intense (Papathanasopoulos, 2001).

According to our research in 2007-2008, public television seems to attribute less attention to “national issues”. Private/commercial television devotes greater attention to “national issues”. Greek public television are penetrated to a greater extent with political logic, whereas private/commercial television more by the logic of the medium. In particular, the private and public state-owned television stations appeared to devote the same importance and more or less the same amount of news to FYROM (120 stories in private TV and 114 in public TV), as compared to the relations with Turkey and the “Cypriot issue” (28 for Turkey and 2 for Cyprus in private TV, 15 for Turkey and 13 for Cyprus in public TV). It should, however, be noted that the number of news they represented (120 and 114) is drawn from four private and two public television stations. Thus, in public television the coverage of Greece’s relations with FYROM was much greater, almost double, in comparison to private television. This can be explained not only as the result of the greater influence political logic exercises in the news of public television, but also because of the support public television traditionally displays to the policy of the government. For the same reasons, the attention of the public television is significantly greater than that of private television on the “Cyprus issue”, although it was of low “commercial” value during the period of our research.

Regarding the newspapers, our research data also indicates that papers that carry a more infotainment logic (Eleutheros Tipos, Ethos) had a greater number of articles on the “Cypriot issue” (37 articles) and Greek-Turkish relations (70 articles) in contrast to “serious” newspapers (To Vima, Kathimerini, Rizospastis and Augi), with 22 articles on the “Cypriot issue” and 24 on Greek-Turkish relations. These differences should be explained as the result of the inclination of “serious” papers to rally behind the policy of the government and to embrace a “soft” diplomatic approach towards the resolution of Greece’s disputes with her neighbors (Lazarou 2009). On the other hand, the greater presence of Greek-Turkish relations in Eleutheros Tipos and Ethnos is not only the result of their greater infotainment inclination, but also of the fact that they appear to adopt the positions of Greek cultural nationalism, at the core of

which for a long time have been the turbulent relations of Greece with Turkey (Panagiotou 2005:497-517, Kourkoulas 1998, Pappas 1999).

5. In conclusion

The position of Greece in the “periphery” of the international system encourages the media to concentrate primarily on the bilateral relationships of the country with neighboring countries. This not only contributes to the introversion of the news, but as indicated in the data of our and previous research, also allows for the dominant presence of the so-called “national issues” in the content of the media, especially television. The introversion of Greek news, as well as the use of the term “national issues”, however, is also owned to the intense presence of the nationalist ideology in the understanding of Greece’s foreign policy. This contributes to the phenomenon of the “daily national issue”, the preponderance of one or more “national issues” in the public debate and the coverage of the media according to political and diplomatic developments.

At the same time, despite the prominence of the so-called “national issues”, there also appears to be a gradual reduction of the nationalist intensity, a steady shift from cultural to political nationalism. This shift is connected not only with political logic, but also with the rallying of the media, and in particular the press and public television, behind the positions of the political leadership on foreign policy in the naughtiest. Although this is a gradual and subtle transformation, following than leading government policy change, it could facilitate the conditions whereby the media may operate as a mediating factor in the realization of a public discourse which downplays the “daily national issue” and reduces the nationalist intensity from which it originates. This is important considering Greece’s, current unprecedented financial crisis, which has caused high unemployment rates and instability, reigniting social and political conflicts, violent protests and riots, adding a volatile dimension to the countries’ economic downturn. Increasing insecurity and deterioration of living conditions facilitate the hardening of identity and framing of the “enemy”. As identities harden, differences

become more pronounced, and all sides fall back on stereotypes and the stigmatization of the adversary through language or actions intended to dehumanize, thereby, justifying hostile actions against the "Other"; the asylum seeker, the refugee the immigrant, the supporters of other ideologies, the political extremists but also the "Other" European nations. In fact, the crisis has triggered intra-European tensions, Europhobia, the propagation of negative stereotypes and the rebirth of Europe's North-South divide. This reality not only affects Greece's relationship with third countries, mainly with regard to the immigration influx, particularly in North Africa, Sub-Saharan Africa, Middle East and Asia, but also in relation with traditional conflicts (e.g. Greece-Turkey, Greece-FYROM).

References

- Alexopoulos, D. (1999). The Media and the crisis of Imia. In Stelios Papatathanasopoulos and Maria Komninou (Eds.), *Issues of Journalistic Ethics* [in Greek]. Athens: Kastaniotis.
- Annabelle Sreberny-Mohammadi, Annabelle et al. (1984). *International report in 29 countries*. Paris: UNESCO.
- Armenakis, A. et al. (1996). Nationalism in the Greek press: The Macedonian Issue from December 1991 to April 1993 (in Greek). *Review of Social Research*, 89-90, 188-231.
- Bennett, Lance (1999). *News: The politics of delusion* [in Greek]. Athens: Dromeas.
- Boyd-Barrett, O. and Rantanen, T. (2004). News Agencies as news sources. In Annabelle Sreberny and Chris Paterson (Eds.), *International News Reporting in the 21st Century*. Eastleigh: John Libbey.
- Brants, Kees (1998). Who's afraid of infotainment? *European Journal of Communication*, 13(3), 315-335.
- Clausen, L. (2004). Localizing the global: „domestication“ processes in international news production. *Media, Culture & Society*, 26(1), 25-44.
- Cohen, Bernard (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Demertzis, N. (1996). *The discourse of nationalism* [in Greek]. Athens: Sakoulas.

Demertzis, N. and Armenakis, A. (1998). National identity and national issues in the media: The case of the interim agreement between Greece and FYROM in the Press. (in Greek). *The Journal of Social Sciences*, 23, 115-138.

Demertzis, N. Papathanasopoulos, S. & Armenakis, A. (1999). Media and Nationalism: The Macedonian Question. *The International Journal of Press /Politics*, 4(3), 26-50.

Dogan, Tilic (2000). *Journalism in Greece and Turkey*, [in Greek]. Athens: Papazisis.

Druckman, James (2005). Media Matter: How Newspapers and Television, News Cover Campaigns and Influence Voters. *Political Communication*, 22(4), 463-48.

Edelman, M. (1999). *The Construction of political spectacle* (in Greek). Athens: Papazisis.

Eldrige, J. (1995). *News Content, Language and Visuals*. New York and London: Routledge.

Fairclough, N. (1994). Conversationalization of Public Discourse and the Authority of Consumer. In R. Keat et al. (Eds.). *The Authority of Consumer*. London: Routledge.

Fiske, J. (1992). *Television Culture*. London: Routledge.

Fowler, Roger. (1991). *Language in the news: discourse and ideology in the press*. London: Routledge.

Frangonikolopoulos, Christos (2007). The Media and Foreign Policy: The Case of Greece. *Etudes Helleniques/Hellenic Studies*. 15(1): 161-187.

Frangonikolopoulos, Christos (2010). Foreign policy and the media in Greece: Marking a shift from confrontational to peace journalism. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 6(2), 42-47.

Galasińska, A. and Galasiński, D. (2003). Discursive Strategies for coping with sensitive topics of the Other. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 29(5), 849-863.

Gamson, W. and Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95 (1), 1-37.

Gamson, W. et al. (1992). Media Images and the Social Construction of Reality. *Annual Review of Sociology*, 18, 373-393.

Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*, 1(3&4), 175-194.

Giallourides, C. (2001). *The Greek-Turkish Conflict. The angle of the Press* [in Greek]. Athens: I. Sideris.

Goodhardt, G. J. et al. (1987). *The television audience: patterns of viewing*. Brookfield: Gower.

Hallin, Daniel and Mancini, Paolo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Heraclides, A. (2001). *Greece and the „danger from the East* [in Greek]. Athens: I. Sideris.

Herman, E.S. and Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.

Hjarvard, S. (Eds.) (2001). *News in a Globalized Society*. Goteborg: Nordicom.

Ioakeimidis, P. (2007). *The Position of Greece in the International, European and Regional System* [in Greek]. Athens: Papazisis.

Kondopoulou, M. (2002). *The Greek Media and the Kosovo Crisis. Conflict and Communication online*, 1 (1), 5-6.

Kourkoulas, A. (1998). *Imia: A Critical Approach of the Turkish factor* [in Greek]. Athens: I. Sideris.

Lazarou, E. (2009). *Mass Media and the Europeanization of Greek-Turkish Relations: discourse transformation in the Greek press 1997-2003*. GreeSE Paper No. 23. Hellenic Observatory: LSE.

Maning, P. (2007). *The Sociology of Information* [in Greek]. Athens. Kastaniotis.

Meyer, T. and Hinchman, L. (2008). *From party democracy to media democracy* [in Greek]. Athens: Polytropon.

Michas, T. (2002). *Unholy Alliance: Greece and Milosevic's Serbia in the Nineties*. Texas: A&M University Press.

Mitropoulos, D. (2003). *Foreign policy and the Greek media*. In P. Tsakonas (Eds.). *Modern Greek Foreign Policy: A total approach*. Athens: I. Sideris.

Ozgunes, Neslihan and Terzis, Georgios (2000). *Constraints and Remedies for Journalists Reporting National Conflict: the case of Greece and Turkey*. *Journalism Studies*, 1(3), 417-423.

Panagiotopoulou, R. (1996). *The construction of ethnocentric stereotypes in the press in the example of the Macedonian Issue* [in Greek]. *Review of Social Research*, 89-90, 232-274.

Panagiotou, N. (2005). The Press and Greek Foreign Policy: The presentation of Greek-Turkish relations in the daily Greek Press, 1987-2000 [in Greek]. Unpublished PhD Thesis, Aristotle University.

Panagiotou, N. (2006). The role of the Greek Press in Greek-Turkish rapprochement: The Coverage of the „Anan□ Plan for the Settlement of the Cyprus Conflict. Ramses Working Papers. No. 6. European Studies Centre: Oxford.

Papathanasopoulos, S. (2001). Media Commercialization and Journalism in Greece. *European Journal of Communication*, 16(4), 505-521.

Papathanasopoulos, S. (1997). The power of television [in Greek]. Athens: Kastaniotis.

Papas, T. (1999). Greece-Turkey: The age long dispute [in Greek]. Athens: Ellinika Grammata.

Pleios, G. (2007). The social origins of radio: the shrinkage of open society and the cultural nationalism” [in Greek]. *Communication Issues*, 2, 66-82.

Pleios, G. et al. (2005). Content and Quality of Televised Information. Laboratory of Social Research on the Media, University of Athens, Athens.

Pleios, G. (2009). News and Views about Europe in Greece. *Media & Journalism*, 14 (8), 153-172.

Predenteris, Ioannis (1999). When television goes to war: the mobilization of Imia. In Stelios Papathanasopoulos and Maria Komninou (Eds.). *Issues of Journalistic Ethics* [in Greek]. Athens: Kastaniotis.

Schechter, D. (2003). *Media wars*. New York: Rowman & Littlefield.

Shanahn, J. and Morgan, M. (1999). *Television and its viewers*. Cambridge: Cambridge University Press.

Skoulariki, A. (2007). Public discourse on the nation and the Macedonian Issue 1991-1995: Context, Presentations and the Media [in Greek]. In M.

Kontochristou (Eds.), *Identity and Media in Modern Greece*. Athens: Papazisis.

Smith, A. (1991). *National Identity*. Reno: University of Nevada Press.

Sorogas, E. (2004). Theories on television [in Greek]. Athens: Kastaniotis.

Soroka, Stuart (2003). Media, public opinion, and foreign policy. *International Journal of Press/Politics*, 8 (1), 27-48.

Stewart, Hall (1980). Encoding/decoding. In Stewart Hall et al. (Eds.). *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson.

Strömbäck, Jesper (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 3(3), 228-246.

Sudson, M. (2001). The sociology of news. In J. Curran and M. Gurevitch (Eds.), *Mass Media and Society* [in Greek]. Athens: Patakis.

Thussu, K. D. (2003). "Live TV and Bloodless Deaths: War, Infotainment and 24/7 News", K. D. Thussu and D. Freedman (Eds.), *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*. London-New Delhi: Sage.

Tiropoli, M. (2003). Public opinion, mass media and the crisis of Kosovo. [in Greek], *Agora without Borders*, 8(2), 220-240.

Tsagarousianou, R. (1999). Nationalism, Ethnic Antagonism and Mass Communications in Greece. In T. Allen and Jean Seaton (Eds.). *The Media of Conflict: War Reporting and Representations of Ethnic Violence*. London & New York: Zed Books.

Tsoukalis, L. (1997). Beyond the Greek Paradox [in Greek]. In Graham T. Allison and K. Nikolaidis (Eds.). *The Greek Paradox: Promise and Performance*. Athens: Papazisis.

Tuchman, Gaye (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *The American Journal of Sociology*, 79(1), 110-131.

Tunstall, Jeremy (1971). *Journalists at work*. Constable: London.

Tunstall, Jeremy (1993). *Television Producers*. Routledge: London.

Van Dijk, T. (1998). Opinion and Ideologies in the Pres. In Alan Bell and Peter Garrett (Eds.). *Approaches to Media Discourses*. Oxford: Blackwell.

Wanta, W. et al. (2004). Agenda Setting and International News: Media Influence of Public Perceptions of Foreign Nations. *Journal of Mass Communication Quarterly*, 81(3), 364-377.

Williams, R. (1989). The conflict for communications. In M. Komninou and C. Lirintzis (Eds.). *Society, Authority and the Media* [in Greek]. Athens: Papazisis.

Wood, B. Dan and Jeffrey, P. (1998). The Dynamics of Foreign Policy Agenda Setting. *The American Political Science Review*, 92(1), 173-184.

Wu, Dennis (2004). The World's window to the world: An overview of 44 nation's international news coverage. In Annabelle Sreberny and Chris Paterson (Eds.), *International News Reporting in the 21st Century*. Eastleigh: John Libbey.

**IL DIGITALE NELLA DIDATTICA:
UN GRADUALE CAMBIAMENTO DI CULTURA**

***DIGITAL TECHNOLOGY IN DIDACTICS:
A GRADUAL CHANGE OF CULTURE***

MAGDA PISCHETOLA, PhD in Education
Università Cattolica, Milano, Italy. Post-doctorate fellow at
Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brazil

Riassunto: *Un elemento cruciale per l'inclusione e la partecipazione sociale nel mondo contemporaneo sembra essere l'accesso significativo alle Information & Communication Technologies, per il quale è necessaria la capacità intellettuale di sfruttare a pieno le opportunità messe a disposizione dalla tecnologia. Concetti fondamentali come quello di rete, di gestione dell'informazione, di rielaborazione della conoscenza entrano a far parte della realtà scolastica e si confrontano con le metodologie tradizionali, chiamando in causa le responsabilità degli insegnanti per l'innovazione della didattica. L'articolo presenta un triplice studio di caso che mette a confronto progetti di implementazione di tecnologia one-to-one in Italia, Etiopia e Brasile. I risultati mettono in luce la difficoltà degli insegnanti nel gestire i nuovi setting didattici e sottolineano la necessità di formazione e supporto istituzionale, ai fini della creazione di un quadro culturale in cui si possa realmente generare innovazione didattica.*

Parole chiave: *Innovazione, didattica, tecnologia, one-to-one, scuola*

Abstract: *Information and Communication Technologies (ICT) has the potential to contribute significantly to sustainable development, to strengthen democracy, to nourish cultural diversity, and to enhance political participation and visibility. However, this requires to develop human resources capable of responding to the demands of the information age and to nurture ICT literacy and skills through education.*

Concepts like network, information management, knowledge elaboration have increasingly become part of the school reality, calling for innovation of educational practices, and therefore, for a change of teachers' culture. The paper presents three comparative case studies of a one-to-one technology program, held in Italy, Ethiopia and Brazil. The comprehensive findings illustrate how difficult it is for teachers to deal with a new setting of didactics, and what is the importance of providing them with the necessary training and institutional support, in order to enhance school innovation.

Keywords: *Innovation, Didactics, Technology, One-To-One, School*

1. Invece di introduzione: L'accesso significativo alle tecnologie nella scuola

L'insieme dei cambiamenti del momento storico attuale ci interroga sul significato culturale della tecnologia e sui suoi usi sociali, che si evolvono tanto rapidamente quanto la tecnologia stessa (DiMaggio et al., 2004). Sempre più spesso l'esclusione digitale è considerata esclusione sociale *tout court*, in quanto le Information & Communication Technologies rappresentano un possibile mezzo di integrazione dei cittadini nelle vicende politiche mondiali, attraverso il superamento dell'invisibilità sociale e la possibilità di esprimersi, comunicare, esercitare i propri diritti (Sartori, 2006; Warschauer, 2003). E sempre più attuale è l'affermazione di Nussbaum (1998), secondo cui l'educazione a ogni livello dovrebbe stimolare la capacità di diventare interpreti, la consapevolezza della differenza culturale e la ricerca del rispetto reciproco, presupposti necessari per l'instaurarsi di un dialogo produttivo e del riconoscimento delle aspirazioni e delle problematiche condivise.

Si pone, dunque, il problema di come generare una crescita di competenze utili a sfruttare i vantaggi delle ICT, affinché le nuove generazioni crescano con la capacità di partecipare attivamente al cambiamento della società. In altri termini, di come creare le condizioni per un accesso *significativo* alle tecnologie digitali, e non solamente materiale o fisico (Van Dijk, 2005; Wilson, 2004).

L'implementazione della tecnologia in classe ha cominciato ad essere negli ultimi anni una prima risposta a questa esigenza. L'accesso significativo alle tecnologie diventa sinonimo di applicazione di capacità intellettuale ai

contenuti del mondo digitale e comincia, quindi, a prendere la forma di concetti fondamentali come quello di rete, di gestione dell'informazione, di rielaborazione della conoscenza (Bucy & Newhagen, 2004). Le conseguenze di queste riflessioni sulle strutture stabilite della scuola sono di enorme portata. Per sviluppare nuove competenze critiche di lettura e scrittura, nell'ottica di includere gli studenti attraverso l'alfabetizzazione digitale (Leask, 2001; Fantin & Rivoltella, 2012), si devono predisporre situazioni di partecipazione attiva della classe, di lavoro di gruppo, di uso di tutti gli strumenti a disposizione per l'apprendimento, sono in modalità presenziale ma anche in *blended learning*: ovvero si devono modificare completamente le metodologie di insegnamento tradizionali, facendo spazio alla tecnologia senza troppo timore per il nuovo.

La convinzione che muove i progetti di uso didattico dei media è quella che vede nello strumento tecnologico il potenziale per cambiare non solo le forme di apprendere, ma anche le forme di insegnare, grazie a una flessibilità che la scuola non ha mai sperimentato in precedenza, sia in termini di setting, sia in termini di pratiche pedagogiche. Molti progetti di integrazione delle tecnologie nella didattica muovono dal riferimento teorico costruttivista (Varisco, 2002). Nel prossimo paragrafo sintetizziamo alcuni punti fondamentali di questo approccio teorico, per poi passare ad esaminare i risultati di ricerca di alcuni casi di studio.

2. La costruzione della conoscenza secondo il modello costruttivista

Per avere un quadro generale e semplificato della teoria costruttivista, si possono citare tre macroaree concettuali che la caratterizzano (Calvani, 2001).

La prima vede la conoscenza come il prodotto di un coinvolgimento attivo del soggetto, che è quindi responsabile della propria costruzione di significato. La caratteristica individuale della costruzione di significato, tuttavia, non pregiudica la comunicazione tra gli individui e lo scambio di interpretazioni e significati. I costruttivisti, infatti, sottolineano anche il carattere sociale della costruzione del significato: una continua negoziazione culturale fa in modo che si possa dare significato a oggetti, situazioni e comunicazioni (Jonassen, 1994). Infine, la conoscenza ha carattere situato: è ancorata al contesto al punto da non avere più senso come ricerca di una verità oggettiva, esterna all'uomo e alle sue interpretazioni (Fosnot, 2005). Scrive Bruner a questo proposito: «Una realtà originaria esterna a noi non la possiamo conoscere, anzi

non esiste; la realtà che noi creiamo è il prodotto della trasformazione di una precedente “realtà” che abbiamo assunto come dato. Noi costruiamo molte realtà, e lo facciamo sulla scorta di intenzioni diverse» (Bruner, 2005, pag. 191).

L’idea che la conoscenza sia creata da forme di collaborazione e di negoziazione sociale si rivelerà nel tempo un riferimento che avrà la forza di modificare il setting didattico: affermando che tutto quello che possiamo sapere è prodotto di una costruzione attiva del soggetto, i costruttivisti affermano che «l’apprendimento non è il risultato dello sviluppo, l’apprendimento è lo sviluppo» (Fosnot, 2005, pag. 33). In questo senso sono i discenti, più che gli insegnanti, a doversi assumere la responsabilità di difendere, provare, giustificare le proprie idee alla comunità, coincidente in primo luogo con la classe e il gruppo dei pari. Ciò non garantisce in sé e per sé un modello didattico strutturato, ma palesa il rifiuto dell’insegnante come fornitore di informazioni e il concetto di conoscenza come riproduzione di saperi. L’istruzione convenzionale, spiega Perkins (1992), tende a produrre accumulo di informazioni che non risultano utili nei processi quotidiani di *problem solving* e che si traducono in “conoscenze rituali”: espressioni linguistiche, operazioni matematiche, priorità degli eventi storici che non sono realmente compresi, ma che vanno a far parte di un sistema di conoscenze che il discente sa essere importante, pur non sapendo probabilmente *perché*. Tutti questi aspetti, secondo l’autore, contribuiscono a creare una conoscenza fragile e lacunosa. Il costruttivismo allontana questo modello, cercando la costruzione cooperativa della conoscenza, attraverso la negoziazione sociale e culturale, e mettendo a fuoco alcune tecniche educative che possono sollecitare lo sviluppo di abilità, appropriazione efficace di contenuti, pensiero critico. Queste competenze sono facilmente assimilabili a quelle che la Commissione Europea (2007) definisce competenze digitali. Tra queste citiamo il problem solving, la consapevolezza d’uso, l’abilità di interfacciarsi alla macchina e la capacità di reperire e selezionare informazioni. Si riferiscono, nella scala dei livelli di accesso prevista da Wilson (2004), a quello che viene definito “accesso cognitivo”, più complesso del semplice accesso di tipo materiale (fisico e finanziario).

Queste osservazioni spiegano come tra costruttivismo e impiego didattico delle tecnologie vediamo gradualmente stabilirsi nuove alleanze (Calvani, 2001). I modelli didattici di impronta costruttivistica non aboliscono la programmazione curricolare, ma spostano l’attenzione sulla varietà dei supporti e sui dispositivi che può essere utile affiancare all’alunno che apprende, nell’o-

ttica di sviluppare la cooperazione tra individui per la negoziazione dei significati.

3. Le tecnologie one-to-one: un'applicazione del costruttivismo?

Negli ultimi anni, i progetti di implementazione della tecnologia nella scuola seguono sempre più spesso l'idea di consegnare un dispositivo digitale nelle mani di ogni alunno e di ogni insegnante della scuola primaria. Questa formula è generalmente conosciuta come *one-to-one technology* ed è stata lanciata per la prima volta nel 2005 dal progetto internazionale One Laptop Per Child messo a punto dal MIT MediaLab di Boston. Il laptop del MIT è principalmente destinato ai paesi in via di sviluppo, ma si prevede una formula di finanziamento che include anche i paesi industrializzati.

Teorico di riferimento dell'operazione OLPC è il matematico Seymour Papert, che già negli anni Sessanta ipotizzava si potessero utilizzare i computer per cambiare l'apprendimento dei bambini e che con la miniaturizzazione della tecnologia vede quest'idea acquistare concretezza e credibilità. L'approccio di Papert (1984) è centrato sull'idea che la cosa più importante da insegnare ai bambini sia l'autonomia, perché sono i bambini stessi ad essere responsabili del proprio apprendimento. OLPC si inserisce in questa idea di apprendimento, in linea con le esigenze attuali della scuola, di riformulazione del rapporto insegnante-alunno e della ricostruzione dei processi di apprendimento in direzione di una co-costruzione di significati (Jewitt, 2006).

Un aspetto primario di innovazione è la mobilità del dispositivo, che è anche il suo potenziale di trasversalità interdisciplinare. In questo senso, cambiano le condizioni di accesso a uno strumento digitale, anche in quelle comunità scolastiche in cui la sala informatica esiste ed è regolarmente utilizzata. La mobilità apre le porte a una vasta gamma di possibilità didattiche, permettendo sperimentazioni dentro e fuori dello spazio scolastico. Un secondo elemento d'interesse di questo laptop è la possibilità che i bambini hanno di portarlo a casa, con potenziali ricadute positive sulle famiglie e, in generale, sulla comunità di appartenenza. In questo senso, si esplicita l'intenzione del progetto di ampliare l'inclusione digitale (<http://laptop.org/en>), qui intesa come accesso alle opportunità disponibilizzate dalla tecnologia, soprattutto l'informazione. Ultimo aspetto da menzionare è l'utilizzo del free software, nato dalla convinzione dei promotori del progetto che i programmi ad accesso libero siano la chiave per l'accesso a una qualità più alta, in quanto presuppongono anche la libertà individuale di creare, modificare e rielaborare i soft-

ware stessi. Con appropriazioni di questo tipo, si presuppone che anche i contenuti per l'apprendimento potranno crescere esponenzialmente.

Negli ultimi anni, sulla falsariga di OLPC, si sono moltiplicate le iniziative di implementazione di tecnologia one-to-one nella scuola. Una di queste è il programma Um Computador por Aluno, lanciato nel 2010 dal governo federale brasiliano in alcune scuole primarie del paese. Ad eccezione dell'hardware, sviluppato da un'altra azienda, e di un differente sistema operativo (comunque open source), i principi e gli obiettivi del progetto sono l'esatta ripetizione di OLPC. Parole chiave: innovazione, connettività, inclusione digitale.

Si pone ora il problema di valutare l'impatto di questi progetti, con studi longitudinali di carattere quantitativo e qualitativo, in grado di monitorare i cambiamenti in corso. Perché, come evidenzia Patra (2007, pag. 4), «questi progetti nascono sull'assunto di base che i computer possono fungere da complemento per l'insegnamento, o rendere l'apprendimento più valido in generale, ma esiste poca evidenza che suggerisca che queste affermazioni possano essere date per scontate». Le prime ricerche sul campo svolte nei paesi in cui si è implementato un programma one-to-one hanno mostrato come l'incremento di accesso alla tecnologia non sia condizione sufficiente per rendere l'apprendimento più efficace, soprattutto in presenza di alcune condizioni strutturali dovute al contesto culturale (Hooker, 2008).

Il triplice studio di caso che qui di seguito illustriamo rappresenta il tentativo di comprendere, da un lato, le potenzialità d'uso di uno strumento tecnologico come il mini computer per la didattica, dall'altro i fattori culturali del contesto scolastico e sociale che appaiono determinanti del successo o del fallimento del progetto. Si tratta di capire in che modo le ICT possano agire in modo positivo sulla realizzazione e la costruzione di competenze digitali, diventando perciò fattore chiave di sviluppo cognitivo, sociale, partecipativo e, in ultima analisi, umano.

4. Una ricerca comparativa tra Italia, Etiopia e Brasile

La ricerca si propone come studio di tre casi: il primo nella città e nella provincia di Brescia, città industriale del Nord Italia; il secondo nella città e nella provincia di Addis Abeba, capitale dell'Etiopia; il terzo nei due stati brasiliani di Bahia e Santa Catarina.

La realtà italiana e quella etiopica sono legate tra loro dal progetto One Laptop Per Child, la cui formula *Give 1 Get 1* (<http://laptop.org/en>) prevede

che i computer siano acquistati dalle istituzioni di un paese industrializzato e distribuiti per metà nella realtà locale e per metà in un paese in via di sviluppo. Il progetto brasiliano é successivo a OLPC ma ne rappresenta la sostanziale trasposizione e interpretazione a livello locale, con la traduzione letterale del nome in Um Computador por Aluno (UCA). La raccolta dei dati si é svolta nell'anno scolastico 2009/10 in Italia e in Etiopia; nell'anno scolastico 2012 in Brasile.

Il campo della ricerca é rappresentato da un totale di 30 classi di scuola primaria (10 per ogni campo) e la metodologia utilizzata é di carattere qualitativo: al di lá dell'osservazione partecipante in ognuna delle classe coinvolte, sono stati svolti 30 focus group (uno per classe) con alunni di età compresa tra i 7 e i 12 anni, 60 interviste in profondità con gli insegnanti (20 per ogni campo) e 15 interviste in profondità con i coordinatori del progetto (5 per ogni campo).

La valutazione del progetto nei contesti esaminati ha preso le mosse dall'osservazione di una situazione scolastica iniziale e dall'uso dello strumento che viene fatto in classe nelle diverse modalità a disposizione dell'insegnante. L'osservazione si prefiggeva di considerare la potenziale correlazione tra questi elementi di contesto e l'incidenza sulla motivazione e l'autostima di bambini e insegnanti. Inoltre, si sono incluse nell'analisi altre possibili ricadute della tecnologia, in termini di miglioramento dell'alfabetizzazione, aumento delle capacità logiche, sviluppo della creatività, espansione delle reti sociali, incremento di capacità critiche, responsabilizzazione individuale.

I risultati mostrano come la valorizzazione del bambino da parte degli insegnanti sia il primo motivo di crescita della sua autostima. In particolare, agiscono sulla motivazione dell'alunno due tipi di rinforzo positivo dell'insegnante:

a. Rinforzo positivo individuale. I laptop di OLPC e UCA presentano per molti aspetti limiti tecnici difficilmente risolvibili. La durata ridotta della batteria, alcuni problemi di salvataggio dati, o tilt improvvisi della macchina sono all'ordine del giorno. Tuttavia molti insegnanti hanno valorizzato la concentrazione e la tenacia dei bambini nel portare a termine il lavoro nonostante le difficoltà e il rinforzo ha prodotto risultati efficaci, anche nel caso di lavori per i quali la motivazione iniziale era più bassa, come la produzione di testi o il calcolo matematico.

b. Rinforzo positivo collettivo. La leva più grande della motivazione degli alunni risiede senza dubbio in una dimensione di riconoscimento collet-

tivo delle proprie abilità. Il caso più comune è la richiesta dell'insegnante a un alunno di spiegare ai compagni in che modo ha svolto un compito. Trattandosi spesso di risultati raggiunti attraverso il *tâtonnement* (Eynard, 1978) – la prova per tentativi –, l'interiorizzazione e la spiegazione di un procedimento rappresenta già una acquisizione di conoscenza. È emerso in molti casi, soprattutto nel campo italiano, che i bambini più attivi con il laptop fossero proprio quelli che solitamente presentano più difficoltà o che per carattere non sono abituati ad esporsi con gli altri. L'occasione di presentare al resto della classe una propria scoperta ha senz'altro rappresentato per questi bambini un importante riconoscimento pubblico, non solo da parte dell'insegnante, ma anche e soprattutto da parte dei compagni.

Questi risultati sottolineano anche l'importanza della rete sociale, non solo per la crescita della motivazione personale, ma anche per lo scambio di contenuti e la condivisione delle nuove scoperte. Questo aspetto è emerso soprattutto nel campo etiopico, dove la funzione di *sharing* abilitata dal laptop ha supplito alla mancanza di altre fonti di informazione, diventando luogo di scambio di immagini e documenti. Infine, altro elemento di interesse, riscontrato soprattutto dai focus group in Brasile, è la comunicazione abilitata dal computer. La possibilità di essere in contatto con amici dell'altra classe attraverso la rete sociale, di giocare online, di condividere i video musicali su youtube ha rappresentato per molti studenti il primo accesso alla rete Internet, e il primo contatto con l'infinita quantità di informazioni disponibili sul web.

L'altra faccia della medaglia è la dispersione che l'accesso a Internet può facilmente generare. Il computer in classe è una novità: si tiene sul banco, si accende e spegne a seconda delle attività proposte dall'insegnante, si usa a volte come vero e proprio sostituto del quaderno. È inevitabile che questi elementi inducano i bambini alla dispersione e che talvolta questa dispersione sfoci in vera e propria confusione. A questo proposito, abbiamo individuato tre grandi cause della dispersione in classe: chat/gioco, confronto, scoperta. Il gioco, è evidente, è l'elemento che causa più confusione all'interno di una classe, anche quando non è il risultato della gestione autonoma del tempo non strutturato da parte dei bambini, ma è inserito in un'attività didattica. Il confronto avviene costantemente tra i compagni, spesso dopo una scoperta nuova, ma anche nel caso della finalizzazione delle produzioni individuali sul computer. I bambini in classe si spostano, chiedono aiuto e si offrono di aiutare i compagni in difficoltà: queste attività non si possono svolgere nel silenzio e nella massima staticità dei discenti. Laddove c'è una comunità di ap-

prendimento, è implicito vi sia anche fermentazione di pensiero e interazione continua (Varisco, 2002). La dispersione e la confusione sono sicuramente effetti collaterali, ma diamo per scontato che facciano parte di questo tipo di processi. Anche il tipo di classe incide sull'integrazione del laptop, soprattutto per quanto riguarda l'età: è più facile l'adozione del computer nei primi anni di scuola primaria, perché successivamente – secondo i docenti di tutti i campi esaminati – i bambini sono meno pazienti e più indisciplinati. Tuttavia, sembra esserci una correlazione forte soprattutto tra dispersione e approccio didattico dell'insegnante. Nel prossimo paragrafo affronteremo questo aspetto cruciale messo in luce dalla ricerca.

5. I diversi approcci didattici all'uso della tecnologia in classe

Come abbiamo visto, i progetti OLPC e UCA partono da un approccio all'insegnamento di tipo costruttivista. Ciò significa che il punto di partenza dell'insegnante dovrebbe essere un atteggiamento maieutico nei confronti dei bambini e di accompagnamento della loro volontà di scoperta. La conoscenza si costruisce con il desiderio di sapere e attraverso la collaborazione con gli altri, sulla base delle informazioni di cui ogni singolo bambino dispone, a partire dal proprio background personale. La classe è pertanto intesa come una "comunità di apprendimento" (McGilly, 1994), in cui il primo fattore di sviluppo cognitivo dipende dall'interazione sociale. Secondo questo modello, l'abbiamo visto, il sapere non è dato, ma costruito tramite il *learnig by doing*, cioè attraverso conoscenze procedurali più che dichiarative e, di conseguenza, con minore considerazione per le modalità d'insegnamento frontale (Rice & Wilson, 1999). È importante sottolineare questo aspetto, ipotizzando che la ricaduta dell'atteggiamento dell'insegnante sulla classe sia nodale, rispetto alla percezione che i bambini hanno dello strumento, all'uso che ne viene fatto in classe, alla valorizzazione del progetto da parte delle famiglie. Riteniamo che tutte queste conseguenze compongano nel loro complesso quel risultato che abbiamo chiamato "motivazione".

Uno dei risultati più interessanti della ricerca nelle scuole di Italia, Etiopia e Brasile riguarda senza dubbio l'approccio dei docenti alla nuova situazione didattica. Nell'analisi incrociata dei dati, possiamo individuare alcune linee metodologiche che raggruppiamo in quattro categorie.

1. Metodo tradizionale. Alcuni insegnanti hanno accolto il laptop con cautela. La loro modalità di introduzione del computer nella didattica è stata quella dell'insegnamento tradizionale, dove ai bambini era chiesto di pro-

cedere nell'uso del computer seguendo i passaggi indicati dall'insegnante. Ciò comportava una frustrazione di quello spirito di scoperta che è proprio del bambino e, in generale, un aumento della dispersione/confusione in classe. Laddove questo approccio non è cambiato durante l'anno scolastico, si è osservata una graduale perdita di controllo da parte del docente, con ricadute molto negative sulla percezione del progetto stesso, sulla frustrazione per un'aspettativa delusa e sulla perdita di autorità.

2. Metodo interattivo. L'atteggiamento del docente è piuttosto aperto al dialogo con gli alunni, con risultati di partecipazione molto maggiore rispetto al metodo frontale. I bambini sono spesso chiamati alla lavagna e c'è sempre un coinvolgimento della classe anche rispetto all'esercizio che si sta svolgendo, con dinamiche di competizione positiva che fungono da stimolo all'attenzione e all'intervento. Il computer è parzialmente integrato nella didattica, sebbene più come strumento di supporto che come elemento di cambiamento strutturale dell'educazione.

3. Sperimentazione guidata. Aniché aspettare le indicazioni dell'insegnante, gli alunni sono incoraggiati a incanalare il desiderio di scoperta nella direzione di specifiche consegne. È in gioco non solo la loro abilità di cercare informazioni e scomporre i problemi, ma anche la capacità di utilizzare le proprie conoscenze pregresse per costruire nuove competenze. Va da sé che una metodologia di questo tipo favorisce la collaborazione tra gli alunni, coalizzati nella ricerca di una soluzione o nello svolgimento di un lavoro. L'insegnante, a sua volta, controlla l'andamento delle attività intervenendo in alcune occasioni per dare riscontro agli alunni.

4. Sperimentazione libera. L'insegnante lascia piena libertà ai discenti di sperimentare percorsi individuali di scoperta, partendo dal presupposto che il bambino possieda una curiosità e una motivazione alla ricerca superiori a quelle dell'adulto, oltre a una competenza tecnologica che gli deriva dalla grande esposizione mediale del mondo contemporaneo. Non solo: l'insegnante si pone egli stesso come discente, alla pari degli alunni, cercando di imparare dalla piena condivisione con loro e facendosi aiutare in molti casi nella scoperta delle funzioni del laptop e persino nella loro applicazione didattica. Le osservazioni hanno confermato che il fattore "dispersione" è più frequente nelle situazioni di sperimentazione libera dello strumento, in quanto tale sperimentazione si traduce spesso, nella percezione degli alunni, in semplice attività ludica.

Notiamo che l'uso autonomo del computer durante le lezioni, con apertura di programmi ludici o di attività che non attengono all'argomento trattato dall'insegnante, è più frequente dove viene adottato un approccio di sperimentazione libera, oppure un metodo di insegnamento frontale. La dispersione è invece più limitata in presenza di un metodo interattivo: le distrazioni sono frequenti, ma sembrano rispondere a curiosità improvvise del bambino, a livello di contenuto o di competenze. L'attenzione è quindi spezzettata, ma il metodo di comunicazione dell'insegnante è abbastanza efficace da tenere alto l'interesse per la materia. Infine, alla modalità di sperimentazione guidata corrispondono pochissimi casi di deconcentrazione. Le attività proposte sono sufficientemente interessanti e vengono quindi seguite senza ulteriori distrazioni. È questa chiaramente la metodologia didattica che meglio integra il laptop nelle attività scolastica e che possiamo considerare più innovativa. Tuttavia la difficoltà di gestire questo ruolo spiega la resistenza di alcuni docenti ad adottare questo tipo di metodologia. Per tre ragioni principali: la prima è la convinzione che lasciando troppo spazio alla scoperta personale non si riusciranno a coprire tutti i contenuti del corso; la seconda è che questo metodo richiede troppo tempo per la progettazione da parte dell'insegnante; la terza è che le classi sono troppo grandi per permetterne un uso strategico.

La questione è a nostro avviso più complessa, e riguarda la scuola nella sua strutturalità. I curricoli scolastici odierni isolano alcune unità di apprendimento senza dare spesso un quadro complessivo del tema trattato. L'idea di un apprendimento per sperimentazione da parte dell'aluno scardina questo principio, proponendo di approcciare grandi temi e di passare successivamente dal generale al particolare. I tempi delle lezioni sono troppo brevi per la tecnologia, che oltre al tempo "tecnico" di accesso materiale richiede anche un tempo per l'elaborazione e la produzione di contenuti. Teoricamente, la questione della mancanza di tempo dovrebbe man mano risolversi, anziché aggravarsi: una volta apprese le procedure, i discenti sono in grado di applicarle a qualsiasi tipo di conoscenza. Teoricamente, gli insegnanti possono progettare le lezioni durante le ore libere, tra la correzione di un compito e l'organizzazione della gita scolastica. Teoricamente, le collaborazioni si realizzano tra insegnanti con interessi affini. E anche nella pratica tutto questo succede: si trova il tempo per la tecnologia, si progetta con la tecnologia, si instaurano collaborazioni tra i colleghi, si realizzano prodotti di qualità. Sempre però che l'insegnante trovi la motivazione per crescere professionalmente, sfidando il nuovo.

6. Conclusioni

Non tutti gli approcci metodologici risultano efficaci ai fini dell'uso proficuo del laptop nella didattica. La ricerca presentata mostra che laddove sussistano rigidità procedurale, timore di sperimentare, ansia per l'impiego di tempi prolungati a fronte del programma da terminare, il progetto non ha esiti positivi: nel lungo termine si accantona il computer come elemento di disturbo alla lezione tradizionale. Laddove invece il docente è più aperto all'innovazione e allo scambio di *know how* con i bambini (generalmente più esperti) si attiva un clima di confronto positivo che facilita la scoperta di funzionalità del mezzo e la creatività del docente rispetto al suo utilizzo. Entrambi i processi hanno una forte influenza sulla motivazione del docente, che è determinante nei confronti dell'evoluzione del progetto.

La motivazione dell'insegnante, il suo approccio metodologico, la convinzione personale dell'importanza della tecnologia sono aspetti critici per l'integrazione di un nuovo strumento nella didattica, cui gli studenti sappiano accedere significativamente. E tuttavia non sono sempre elementi spontanei: dipendono dall'appartenenza socio-culturale del docente, dal contesto in cui lavora, dagli stimoli di confronto che riceve dai colleghi. Sulla motivazione del docente ad abbracciare il progetto, e a volgere la propria metodologia verso la sperimentazione, incide anche la formazione continuata, un supporto tecnico su cui fare affidamento, un'azione di coordinamento centrale, che organizzi incontri di verifica dell'andamento delle attività nelle classi coinvolte.

Certamente, è necessario che la scuola scardini l'approccio centrato sull'insegnante e si focalizzi sul discente, ponendolo al centro del processo di apprendimento. Questo approccio è però molto più faticoso per l'insegnante: comporta un cambiamento, talvolta radicale, della metodologia didattica. E richiede, pertanto, molto di più della semplice messa a disposizione dei computer. Si tratta di questioni strutturali dell'istituzione scolastica, che dovrebbero essere riviste a livello politico, nell'ottica di agevolare l'uso della tecnologia in classe, senza affanno per gli insegnanti.

Se la sfida politica è espandere l'accesso significativo, e insegnare alle nuove generazioni a sfruttare tutte le potenzialità che il mondo digitale offre per l'apprendimento, si dovrà in primo luogo pensare a come aiutare i veri fautori del cambiamento, gli insegnanti, a promuovere l'innovazione.

Bibliografia

Bruner, J., *La mente a più dimensioni*, Laterza, Roma-Bari 2005

Bucy, E. P., Newhagen, J. E., *Media access: Social and psychological dimensions of new technology use*, LEA, Mahwah (NJ) 2004

Calvani, A., *Educazione, comunicazione e nuovi media. Sfide pedagogiche e cyberspazio*, UTET, Torino 2001

DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., Shafer, S., "From unequal access to differentiated use: A literature review and agenda for research on digital inequality", in Neckerman K. (ed), *Social inequality*, Russell Sage Foundation, New York 2004

European Commission, "Competenze informatiche (eSkills) per il XXI secolo: promozione della competitività, della crescita e dell'occupazione", 7 settembre 2007

Eynard, R., *Célestin Freinet: la scuola del fare*, Emme, Torino 1978

Fantin, M., Rivoltella, P.C., *Cultura digital e escolar: pesquisa e formação*, Papirus, Campinas 2012

Fosnot C.T., *Constructivism: Theory, Perspectives and Practices*, Columbia University, New York and London 2005

Hooker, M., "OLPC Regional Case Studies: Asia, Africa, Europe and Latin America", IN *GeSCI - Global e-Schools and Communities Initiative* 2008

Jewitt, C., *Technology, Literacy and Learning*, Routledge, London and New York 2006

Jonassen, D. H., "Thinking technology, toward a constructivistic design model", in *Educational technology*, XXXIV 1994

Leask, M., *Issues in teaching using ICT*, Routledge Falmer, London and New York 2001

McGilly, K., *Classroom Lessons: Integrating Cognitive Theory and Classroom Practice*, MIT Press, Cambridge (MA)-London 1994

MIT Media Lab – Research Center for the Convergence of Multimedia and Technology at the Massachusetts Institute of Technology, in Internet all'URL: <http://www.media.mit.edu>

Nussbaum, M., *Cultivating humanity: a classical defence of reform in liberal education*, Harvard University Press, Cambridge (MA)-London 1998

OLPC, in Internet all'URL: <http://laptop.org>

Papert, S., *Mindstorms: bambini, computers e creatività*, Emme ed., Milano 1984

Patra, R. et al., "Usage models of classroom computing in developing regions", *Proceedings of International Conference on Information Technologies and Development*, ICSI, Bangalore 2007

Perkins, D., *Smart schools: From training memories to educating minds*, Macmillan, New York 1992

Pischetola, M., *Educazione e divario digitale. Idee per il capacity building*, Unicopli, Milano 2011

Rice, M., Wilson, E., "How Technology Aids Constructivism in the Social Studies Classroom", in *The Social Studies*, 90(1) 1999

Sartori, L., *Il divario digitale: Internet e le nuove disuguaglianze sociali*, Il Mulino, Bologna 2006

Van Dijk J., *The Deepening Divide. Inequality in the Information Society*, Sage Publications, London-New Delhi 2005

Varisco, B., *Costruttivismo socio-culturale: genesi filosofiche, sviluppi psico-pedagogici, applicazioni didattiche*, Carocci, Roma 2002

Warschauer, M. *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*, MIT press, Cambridge and London 2003

Wilson, E. J., *The Information Revolution and Developing Countries*, MIT Press, Cambridge (MA), London 2004

UDK: 316.77

**BUILDING TRUSTED RELATIONSHIPS:
THE KEY TO SUCCESSFUL COMMUNICATIONS**

**IZGRADNJA VEZA ZASNOVANIH NA POVJERENJU:
KLJUČ USPJEŠNIH KOMUNIKACIJA**

JOHN S. VERRICO, MSc

President for the National Association of Government Communicators
in the United States

Abstract: *Successful communications are only possible when participants trust each other. The message recipient needs to trust that the messenger is being honest, and the messenger must believe that the recipient is going to treat the information faithfully. This requires the building of trusted relationships with others. Mutual trust is the foundation of any functional partnership, whether it is between organizational leader and employee, teacher and student, husband and wife, friend and friend.*

Mutual trust is critical between spokesman and reporter. While there are never any guarantees, a spokesman's relationship with a reporter can go a long way to ensuring fair treatment in the story. Having an open and honest rapport with media can make communications easier on the day-to-day issues, lessen the need to pitch, and help provide balance when things go wrong.

Keywords: *Authenticity, Credibility, Honesty, Integrity, Media Relations, Social Intelligence, Trust*

Apstract: *Uspješne komunikacije moguće su samo kada učesnici vjeruju jedni drugima. Prijemnik poruke mora vjerovati da je prenosnik poruke iskren, a prenosnik poruke mora vjerovati da će prijemnik na ispravan način raspolagati informacijom. Ovo zahtijeva izgradnju veza zasnovanih na povjerenju sa drugima. Uzajamno povjerenje je osnova svakog fiktivnog partnerstva, bilo između vođe organizacije i zaposlenog, nastavnika i studenta, muža i žene, prijatelja i prijatelja.*

Uzajamno povjerenje je sporno između spikera i reportera. Iako ovdje nikada ne postoje garancije, veza spikera i reportera može trajati kako bi se osiguralo fer prenošenje priče. Otvoreno i iskreno izvještavanje u medijima može učiniti komunikaciju o dnevnim pitanjima lakšom, smanjiti potrebu za ispravkama, i pomoći da se uspostavi ravnoteža kada dođe do greške.

Ključne riječi: *Autentičnost, kredibilnost, iskrenost, integritet, odnosi u medijima, društvena inteligencija, povjerenje*

1. Introduction

In any interaction between two people, between an organization and its customers, between a government agency and its constituents, between a spokesperson and the press, a major component of the success of the communication is based on the amount of trust between the entities.

When inaccurate information is provided, it is not the information that is questioned. It is the source that becomes suspect. The source is thought to be stupid or a liar. Once the reputation of the source is tainted, all future information provided also becomes doubtful. Once gone, trust is a very difficult thing to regain.

The other side of this equation is from the perspective of the information recipient. If the person who receives the information misuses it or violates some agreement under which the information was provided, they are no longer trusted and it is likely that people will not be willing to share information with them in the future.

There is a special trust relationship necessary between a government agency and the public it serves. Other than through elections, constituents may have little or no influence on the decisions made or the work done by government entities on a daily basis, so they are forced to trust that these actions are taken in the best interest of the public. In many cases, communications from the government to the public are accomplished through the media, which adds another layer of trust needed between government spokespersons and reporters and between the public and the press.

This trust is tested in every interaction.

The spokesman needs to trust that the information will be used accurately and without bias. Will it be taken out of context? Will the quotes be right? Will it make the organization, its leaders, services or products look good? Will whatever was said “off-the-record” stay off the record?

The reporter needs to trust that the information is accurate and not spin-doctored. Is it complete? Does the spokesperson have the access to all the information or to the correct information? Is the spokesman being open and sharing everything he or she can? Is the spokesman being honest?

The public needs to be able to trust that both entities are being honest with each other and that the media is accurately reporting what they've learned and without bias.

2. Building Trust

The first step in building trust is to ensure that someone is worthy of trust. People tend to be honest with those who are honest with them. It is a two-way street. If someone wants to be able to trust others, then he or she must also be trustworthy.

In general, people seek and hope to find honesty and integrity in others. As a matter of fact, according to researchers James Kouzes and Barry Posner, the most important characteristic people look for in a leader is honesty for 88 percent of the more than 20,000 workers they surveyed. They summarized that: "It's clear that if we're willing to follow someone — whether it be into battle or into the boardroom, into the classroom or into the back room, into the front office or into the front lines—we first want to assure ourselves that the person is worthy of our trust."

In her 2002 book *Fierce Conversations*, Susan Scott notes that most people want to hear the truth, even if it is unpalatable. But when the trust is violated, it is devastating to the relationship. Couples take wedding vows with the expectation of trust, and although 90 percent of Americans feel that infidelity is morally wrong, more than half of men and women admit to infidelity in a relationship, according to a 2006 survey. Of those marriages that survive such a breach of trust, 78 percent are unhappy afterward.

Sports enthusiasts turn against their idols when they learn that an athlete's abilities were boosted by performance-enhancing drugs. Fans turn away from or mock a movie star when they find out that the star's beauty was secretly enhanced by a plastic surgeon. They feel cheated and lied to when they find that others are not authentic. Even the most charismatic leader will lose followers if his or her honesty or integrity is in question.

A case in point took place during the 2008 race for the U.S. Democratic Presidential candidacy. At the time, then-Senator Hillary Clinton was a strong contender for the Democratic nomination. She was popular, a strong role mo-

del for women, and had a platform that many felt covered important issues for the American society. For a while, she was ahead of most of her contemporaries. The voting public began to doubt her integrity, however, after a March 17, 2008, speech at George Washington University, where Clinton referred to an international trip she had taken as the First Lady several years prior. She said, "I remember landing under sniper fire... we just ran with our heads down to get into the vehicles to get to our base." The media coverage of that time, however, showed that Clinton and her daughter, Chelsea, were not threatened and had walked casually while greeting people. She ultimately lost the nomination.

Scott's book discusses the importance of being authentic in communications. Authenticity is, to the observer, an indicator of honesty and integrity. If someone does not appear to be authentic then he or she will appear to be dishonest and integrity will be questioned.

Military leadership courses strongly emphasize the importance of honesty and trust, the need for ethical behavior, and the preservation of integrity. Admiral Arleigh Burke, former Chief of Naval Operations under President Eisenhower, stressed integrity as the foundation of leadership. He stated that integrity of the group is no greater than the lowest common denominator. Burke said that individuals are responsible for their own integrity.

According to a U.S. Navy leadership training manual for Chief Petty Officers, trust, or lack of it, is at the root of success or failure in all relationships and in the bottom-line results of business, industry, education, and government. Karel Montor, author of *Naval Leadership: Voices of Experience*, said that officers "will be influenced by many people and events, but, in the end, their integrity quotient is of their own making. People are responsible for establishing their own standards; their choices determine the kind of person they will be."

One would not think that profound words about the importance of authenticity, honesty and integrity would come from the lips of a 1960's-era pop star, but Peter Tork, former member of *The Monkees*, summed it up quite well. He said, "You should be a hero to yourself. And if you're not... check it out." In just these few words reside the entire concept of being honest with oneself and having integrity.

Honesty and integrity are different words but have strongly interrelated meanings. Simply put, honesty means making one's words fit reality – speaking the truth about the past. Integrity means making reality fit your

words – doing what you say you are going to do. Both are needed in order to engender trust.

3. Trust of Government Spokespersons

The Public Relations Society of America published the National Credibility Index in 1998 which examined how much people trust information provided by various public figures. This was based on an in-depth five-year study. Out of a list of 45 professions, public relations specialists landed in the number 43 spot – only slightly more trustworthy than a famous entertainer or a talk show host! Although several years old, this information is still viable in understanding how government communicators are perceived. It is no small wonder why reporters do not take the word of a government spokesman without also checking with multiple sources.

Considerably more recently is a January 2012 survey conducted by the Society of Professional Journalists. They asked nearly 150 correspondents in the Washington, D.C. area about their relationships with federal government agencies. The results were dismal with a great majority of the respondents complaining of government spokespersons obstructing access to information.

Three-quarters of the working journalists reported that they have to get approval from public affairs officers before interviewing agency employees. Two-thirds said agencies outright prohibit reporters from interviewing employees some or most of the time. And about 84 percent said their interviews have been monitored in person or over the phone by public information officers. Seven of 10 reporters believed that controls over who they had access to interview was a form of censorship. A staggering 85 percent of the surveyed journalists agreed with the statement “the public is not getting the information it needs because of barriers agencies are imposing on journalists’ reporting practices.”

It is interesting, however, the difference in perspective of what reporters considered as obstructive as compared to what government communicators considered to be helpful practices.

According to a statement released by the National Association of Government Communicators in response to the SPJ report, “Government public affairs personnel should be considered a journalist’s best friend. Our role is that of a facilitator, not a blockade to a story. It is in the best interests of both of us to see that a reporter gets the information he or she needs in order to write an accurate account of whatever the issue may be. The luxury of having

a dedicated beat reporter has become rare, so government spokespersons are working with general assignment reporters more often than not. For a reporter just coming onto a topic for the first time, it is beneficial to have someone to turn to for clarity and context that may not be apparent in a subject-matter-expert's initial response to a question. It does no one any good if a story is inaccurate or incomplete or if the information is misunderstood."

4. Working with the Media

In the world of media relations, there are three basic approaches that organizational spokespersons adopt when working with the press.

One approach treats the media as an opponent, believing that reporters are to be defended against or avoided. Based on the fear of being misquoted or having information misused, people who operate this way may have legitimate concerns or precedents. Perhaps past stories did not come out the way they had hoped, or previous statements were taken out of context. Spokespersons who take this tactic respond to queries with carefully crafted prepared statements or "no comment." It is apparent that this approach stems from a distrust of reporters and establishes an adversarial relationship with them. But when people are treated as if they are the enemy, they become the enemy. Reporters get tired of trying to get information from these sources and ultimately look elsewhere for their material, usually the opponent of the issue. The resulting stories are frequently negative in tone, and include phrases such as "_____ could not be reached for comment" or "_____ refused to comment."

A second approach uses media like a tool. People who use this approach tend to want to control the press. They send out tons of press releases and feed continuous stories to the media, promising "big news" to the reporter's audience. In attempting to control the story, spokespersons may manipulate interviews, limit access to information and modify responses to a reporter's questions so that the theme comes back to their talking points. This is a common approach and some junior public affairs folks are actually trained to operate in this manner. Reporters eventually see through this approach and resent being manipulated. They feel that the information they receive from these sources is not trustworthy, so they may tend to disregard it.

The third approach treats media as a partner, one that is trusted in a relationship where each can accomplish their goals in an environment of mutual respect. In this instance, the reporter knows the information he or she receives from this source is legitimate and fully disclosed, and the spokesman trusts

that the information will be represented accurately in the resulting story and not be taken out of context or misused. When there is an opponent or differing viewpoint on the topic, the reporter usually gives the spokesman an opportunity to defend his or her position, and the spokesman is comfortable knowing that while the story may not be positive, it will at least be fair and balanced.

Not every article or news story is going to necessarily show the organization in a positive light. An unfortunate fact of business – a fact of life, actually – is that there will always be someone who will condemn a product, oppose philosophies, or try to make a person or organization look bad. Sometimes these things will have merit. Bad stuff happens. Things go wrong. People make mistakes. Organizational leaders sometimes do embarrassing things. These are the times when one is tempted to avoid the media or say “no comment.” Yet, this is the time when it is most important to have your side of the story told. These are also the times when the relationship with the media will truly come into play.

If a spokesman has not already established himself or herself as a trustworthy and honest source, chances are they may not be believed when responding to queries or issuing statements. If a trusted rapport is already in place, chances are more likely the reporters will provide an opportunity to counter the negativity.

5. Releasing Information

Positive or negative in content, no matter what the communications are about, the important thing is that they are completely open and honest. In difficult situations, it is common human nature to protect oneself from the discomfort of having to defend the organization, the actions of the agency’s leaders or even our own decisions.

Denial is a common defense for avoiding these difficult situations. The expression, “the elephant in the room,” is illustrative of the concept. One cannot help but notice the elephant, but no one dares mention it out of fear of everyone else’s reaction.

The most classic example of this is the fable of *The Emperor’s New Clothes*. A king is conned into purchasing an expensive new suit of clothes made from a “special fabric” that can only be seen by people of legitimate birth (or high intellect, depending on which version of the tale you read). Admitting that one cannot see the clothing is an admission of inferiority. So even though he cannot see the suit himself, but being reluctant to admit any weakness or

inadequacy, the Emperor proudly parades through his kingdom wearing it. A great majority of his subjects, also not wishing to appear inadequate, pretend not to notice and even compliment him on how fine a garment it is. Finally, one person had the moral capital to admit that the king was naked.

Eviatar Zerubava's book *The Elephant in the Room: Silence and Denial in Everyday Life*, emphasizes that the first person to acknowledge the problem, the first one to mention the elephant in the room, only begins the process of acknowledging the situation and recovering from it. The acknowledgement then must be validated by others in order for "blind eyes and deaf ears" to open. Someone else must speak up and say, "Yes, I see it too."

Thus, it is usually in everyone's best interest if the first one to speak up is the one responsible in the first place. It is always better to make the first statement, rather than have to respond to someone else's version of the truth. The first one who speaks up has the opportunity to frame the story.

Reporters work with the information they have available to them. Obviously, they need to dig information out from multiple sources to get an entire picture, but it is common to begin outlining or even writing a story with the first information received and then plug in additional data as it is uncovered. This sets the stage for an unintentionally biased piece. If the agency responsible for an action is the last one to respond, the story is potentially already written and the tone is already set. Chances are, the agency's quotes are merely going to plug into a nearly completed story.

When there is a relationship of trust already established between a spokesman and a reporter, there may be a chance to reframe the story and correct the record. But in order to maintain that relationship, the information needs to be provided early enough to make a difference. Providing the information too late can strain that relationship.

So, for the spokesman who wishes to ensure a trusted relationship with the press, for the government agency that wishes to be a trusted entity to its constituents, for the leader who wishes to maintain the respect of his or her followers, the real dilemma is to determine the image to project. How much honesty can they bear?

Obviously, care must be taken to protect issues of security, but what may have been traditionally considered a security risk in the past should be examined closely to determine if it really is a threat to security or just potentially embarrassing. For government entities, in particular, this is one of the hardest things to overcome – the ability to admit a mistake. It is better to ad-

mit it, get it out there and over with, than to have the fact that there was an attempt to cover it up become a whole new story of its own.

Government organizations should only be concerned about four things:

- Security – obviously this is a primary concern. Some information, if shared, may reveal a vulnerability, or could endanger the safety of infrastructure, services or people's lives.

- Accuracy – only information that is accurate and verifiable should be given out. Or, if an error is discovered, correct it as soon as possible. The important thing is that there is accountability for the accuracy of the information. Timing is also a consideration, so, in some instances such as an ongoing emergency, even partial information is helpful as long as it is noted as partial or "what we know so far...".

- Privacy – the public entrusts the government with personal information on their applications for services and a myriad of other means. Also, companies share proprietary, business sensitive information with the government when performing contract work, bidding for a job, or applying for services. The government must protect this private information and not violate that trust.

- Propriety – this is basic courtesy, respect, common sense and dignity. When releasing information, it is important for government spokespersons to remain factual, and not offer an opinion or speculate on things. Personal value judgments should not be part of an official government position statement. This also suggests the avoidance of crude or vulgar language, and the appropriateness of a statement,

- These four things – Security, Accuracy, Privacy and Propriety – SAPP – should be the primary guiding principles for releasing information. Reporters understand these guidelines and are willing to work within these boundaries. Having a relationship of mutual trust between media and agency helps in keeping what is ultimately reported also within those parameters.

When there is a crisis, government organizations have a responsibility to be responsive and forthcoming. People want and need information. To ensure important information is available as quickly as possible, organizations should adopt the same policy as maintained by public affairs professionals for the U.S. Department of Defense – "maximum disclosure, minimum delay" – within, of course, the boundaries noted by the principles of SAPP.

6. Inter-Organizational Trust – A Case Study

When delivering a complex or sensitive message, it is frequently necessary to involve an inter-organizational communication network in the strategic planning. There is an even higher imperative to do this when trying to reach diverse populations. By partnering with other entities, one can enhance the credibility of the message and expand its reach. Even opponents can become part of the coalition if they are treated empathically. Rapport with the media, based on trust and authenticity, should be established in advance to ensure they can help carry the message without bias. All of these elements must take place before the first announcement of the issue is made.

7. The Need for Strategic Communication

In 2001, new data about the amount of fish people were eating caused the U.S. Environmental Protection Agency to announce new thresholds for human consumption of potentially contaminated fish. The contaminants of concern were legacy chemicals that, although not used in decades, remain persistent in the environment today. There was no increase in contamination, but the new data revealed people were eating more fish than the EPA previously realized.

These new thresholds made it necessary for many states to reexamine their own data to determine what, if any, health advisories were needed for consuming locally caught fish. The Maryland Department of the Environment (MDE) determined that levels of mercury and chemical compounds called PCBs – polychlorinated biphenyls – in fish caught in most of the state's waters were now considered too high for select populations. MDE's Communications Director pulled together an inter-organizational communications network and was able to implement a successful strategic communications plan.

8. What was the big deal?

Many chemicals widely used in the last century that were later learned to have significant impacts on human and environmental health. Although use of these chemicals has been banned for decades, traces are still strongly evident in the environment. Tiny particles are absorbed in soils and plants in the nation's waterways. These are ingested by insects, crustaceans, mollusks, and small fish. Although the amount of contaminants is insignificant in individual animals, they do not dissipate. As larger fish consume quantities of these insects and small animals, the contaminants also continue to accumulate.

The higher up the food chain, the more the quantities build up, and the more potentially harmful they become.

Banned in the United States since 1979, PCBs were used as coolants and fire-retardant additives in electrical components, fabrics, insulation, paints, adhesives, and water-proofing compounds. PCBs have since been linked to cancer, immune system deficiencies, cognitive and memory disorders, and birth defects. Women who eat PCB-contaminated fish can transfer these chemicals to their unborn and infant children through the placenta and breast milk potentially causing abnormalities in motor skills, learning abilities, and immune systems.

Also of concern is mercury, a highly toxic chemical that can have long-term effects on the brain, liver, and heart, and can also cause birth defects, learning disorders, and mental disabilities. Organic forms of mercury – methylmercury – can accumulate up the aquatic food chain and lead to high concentrations in predatory fish. According to a report from the National Academy of Sciences issued in 2000, fish contaminated with mercury represent a public health risk.

9. Applying the competencies of Social Intelligence

After examining contaminant data in fish samples from across the state, MDE prepared a health advisory to warn people – specifically pregnant women and women of child-bearing age – to severely limit intake of locally caught bass, perch, eel, and catfish, among other popular food species. Limits were set as a certain quantity of fish per month, by species, and by location where the fish was caught.

This announcement was likely to have severe implications for many people, so before it was to be released, the agency needed to identify key stakeholders and special-interest groups, anticipate their concerns, and develop a plan to address them. Although some senior managers were initially resistant, the MDE communications director ultimately convinced them that bringing their most vocal critics into confidence would ultimately be of benefit.

President Abraham Lincoln was known for appointing rivals onto his own staff in order to ensure that multiple perspectives were considered in decision making. Similarly, MDE's goal was to learn from these critical groups exactly how they perceived the impact of this advisory. If it didn't work, the agency would at least gain insight of how these entities would react in order to be prepared to counter the statements if needed. By giving them the cour-

tesy of a preliminary heads up and showing them empathy, MDE was able to achieve real dialogue with these groups and got them to work together.

Although not a conscious decision at the time, the strategy follows exactly the principles of social intelligence as later defined by Karl Albrecht in his 2006 book, *Social Intelligence: The New Science of Success*. Albrecht identified five social-intelligence competencies – situational awareness, presence, authenticity, clarity, and empathy.

9.1 Situational Awareness

To ensure a clear understanding of the impacts of the advisory, the MDE communications director reached out to counterparts at other government agencies and partnered the scientists and legal teams together. Primarily, this included the Department of Natural Resources (regulators of commercial and recreational fishing), and the Department of Health and Human Services (regulators of food safety), as well as sister agencies in neighboring states, since their waterways were likely to contain much of the same contaminants as those in Maryland.

Natural Resources asked: What will this do to local fish markets? How will this impact the livelihoods of commercial fishermen? Will they be able to sell or export their catch? What about eco-tourists and anglers from out-of-state?

Health and Human Services asked: Should people who traditionally eat a lot of fish be concerned? What about subsistence-fishermen who catch fish as daily food for their families? How do we balance the risks of the contaminants against the health benefits of eating fish?

9.2 Presence

Environmental and health issues are very sensitive ones. It was important to convey the message without causing undue alarm, so lead scientists had to have presence in the public eye and be authoritative, sincere, and empathic. Realizing that the public does not always believe statements from the government, the focus was placed on scientists, not politicians. MDE made the scientists accessible for media and public meetings. Also, a concerted effort was made to include unaffiliated medical doctors so they could provide a realistic, non-government perspective. These doctors brought additional credential, perceived authority, credibility, and rational perspective to the inter-organizational coalition.

9.3 Authenticity

The issue of credibility was critical. The messages and the people who delivered them had to be perceived as being authentic. Open, honest communications were obviously necessary. When it was time to bring the media into the inter-organizational network, the first reporters to be contacted were ones that the agency had already established relationships with that were based upon mutual trust. These trusted reporters were briefed individually and in small groups, provided with background information, and granted full access to data and experts. The purpose was to encourage them to report on the issue itself, instead of trying to find someone to blame for the situation.

9.4 Clarity

It was important for people to understand that this situation was not acute. Messages were developed to explain that occasionally eating a portion of fish over the recommended limit was not going to immediately cause cancer or injure children. Scientists were used to explain this in order to ensure credibility. Since it is known that scientists are not always able to communicate technical issues to a non-technical audience, media training was provided in advance to these subject matter experts to identify key talking points and emphasize the importance of speaking in clear, simple language.

9.5 Empathy

A large part of the strategic communication plan was to include the commercial members of the Maryland Waterman's Association to discuss the issue before any formal announcements were made to the public. This situation was looked at from the perspective of a fisherman trying to make a living. With the government announcing that fish may not be safe to eat, people would not buy fish. This could be catastrophic as some fishermen could lose their entire source of income. They would not want to learn about this situation on the news, they would want someone to tell them in person. MDE reached out to the watermen to help explain the situation as best as possible, let them ask questions, and give them a shoulder to cry on, so to speak.

10. People Trust Different Messengers

People tend to interact with others similar to themselves. "As our communities become more diverse, however, understanding the perspectives of diversity will become more important," said P. D. Ingram in a paper presented to the Children Youth and Families State-Wide In-Service at Pennsy-

Ivania State University in March 2008. The dynamics of communications are affected by this diversity, which requires a change in methodologies. Traditionally, organizations would attempt to dominate or monopolize communication, wanting to control the message.

Today's diverse audiences have diverse ways of how they prefer to receive information and who they receive it from. Sub-groups relate in different ways to official announcements. One group believes an agency, while another is suspicious of it. Some individuals or agencies have higher credibility with certain demographics or sectors of the public.

Government agencies have had to change the way they traditionally communicate. It has become often more beneficial to partner with other entities that may be more trusted by some sectors of the public, and allow them to help carry the messages. This *letting go* requires a great deal of inter-organizational trust.

11. The End Result

The strategic communications were successful. MDE was able to form a strong inter-organizational network that included the media, partners in the public and private sectors, and traditional critics. They orchestrated the timing of the release so that no entity leaked the information before the general announcement was made, thus avoiding speculation and sensationalism.

Trusted reporters from major and local media set the tone with their sober and accurate reporting, quickly overshadowing any inaccuracies or incendiary articles from other outlets. Local agencies posted signs where contamination was highest. MDE provided health advisory information to the Department of Natural Resources to include with fishing license applications and to doctors to give to their patients.

Using social intelligence in the strategic communication process, MDE prevented the situation from being misinterpreted or being sensationalized. This strengthened relationships between all participants. The key to success, however, stems from the inter-organizational network itself. By using a broad range of trusted spokespersons, the believability of the message increased as did the likelihood of positive action being taken.

12. Conclusion

In any communication, both messenger and audience need to trust each other. This is especially important in the relationship between journalists

and spokespersons. The best way to create this trust is for all entities to act honestly and with integrity, to each be trustworthy. The cost of not doing so is to be assumed to be dishonest, leading to the loss of respect and credibility. This impacts the reputation of not just the spokesperson, but also the organization he or she represents.

The concept is not designed to get preferential treatment for an organization in the press. Journalists must report the truth and should never conspire to hide it and a spokesperson should never request nor expect such treatment. What having a trusted relationship will do is ensure that both participants have an understanding of each other and a mutual respect for each other's positions. It can help to promote fairness and balance, and that is the best thing that either could ask for.

Bibliography

Albrecht, K. (2006). *Social intelligence: The new science of success*. San Francisco: Jossey-Bass.

Breivik, K., Sweetman, A., Pacyna, M. & Jones, K. C. (2002, May). Towards a global historical emission inventory for selected PCB congeners — a mass balance approach. *The Science of the Total Environment*. 290, 181-198.

Campbell, S. (2005). *Saying what's real: 7 keys to authentic communication and relationship success*. CA: HJ Kramer/New World Library.

Clark, Charles S. (2012, March 12). Agencies restrict media access, survey of journalists finds. *Government Executive*. Retrieved from <http://www.govexec.com/management/2012/03/agencies-restrict-media-access-survey-journalists-finds/41440/>

Clinton, H. R. (2008, March 17). Remarks as given. *IRAQ: Hillary's Remarks at The George Washington University*. Retrieved from <http://www.hillaryclinton.com/news/speech/view/?id=6553>

Clinton 'misspoke' over Bosnia sniper claims. (2008, March 25). Associated Press. Retrieved from <http://www.msnbc.msn.com/id/23789011/>.

d'Ansembourg, T. (2007). *Being genuine: Stop being nice, start being real*. Encinitas, CA: Puddle Dancer Press.

Divorce Peers (2008). *Infidelity, adultery, cheating...: Divorce statistics*. Retrieved from <http://www.divorcepeers.com/stats31.htm>.

Goodwin, D. K. (2005). *Team of rivals: The political genius of Abraham Lincoln*. New York: Simon & Schuster.

Gordon, D. G. (2009). *Of mercury and mad hatters*. Retrieved from http://ca.encarta.msn.com/column_sciencemercury/of_mercury_and_mad_hatters.html

Hughes, R. L., Ginnett, R., & Curphy, G. (2006). *Leadership: Enhancing the Lessons of Experience*. (5th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Ingram, P. D. (2008, March). *Interpersonal leadership skills: Valuing diversity*. Paper presented at Children Youth and Families State-Wide In-Service, Pennsylvania State University, University Park, PA.

Kouzes, J. M. & Posner, B. Z., (1995). *The leadership challenge: How to keep getting extraordinary things done in organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.

Maryland Department of the Environment (2001). *Fish facts*. Retrieved from [http://www.mde.state.md.us/assets/document/FISH%20FACTS_EN\(1\).pdf#Fish_Advisory_Brochure](http://www.mde.state.md.us/assets/document/FISH%20FACTS_EN(1).pdf#Fish_Advisory_Brochure)

Montor, K. (1998). *Naval leadership: Voices of experience*. (2nd ed.). Annapolis, MD: Naval Institute Press.

Moreno, J. L. (2006, July). Ethics for the junior officer: Is it ever okay to lie? *Marine Corps Gazette*, 7, 46.

National Academy of Sciences (2000). *Toxicological Effects of Methylmercury*. Washington, DC: National Academy Press.

Scott, S. (2002). *Fierce conversations: Achieving success at work and in life, one conversation at a time*. New York: Penguin.

Tork, P. (1997). *Biography for Peter Tork*. Retrieved from <http://www.imdb.com/name/nm0868074/bio>.

U.S. Navy (1997, October). *Student Guide: Chief Petty Officer Leadership Course, CIN: P-500-0021*. (Change 1). Norfolk, VA: Chief of Naval Education & Training.

Zerubavel, E. (2006). *The elephant in the room: Silence and denial in everyday life*. New York: Oxford University Press.

UDK: 316.472.4

КОМПЬЮТЕРНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

COMPUTER MODELING OF INFLUENCE OF INTERNET SOCIAL NETWORKS TO THE FORMATION OF CONSUMER PREFERENCES

доктор ИРИНА УШАКОВА

Харьковский национальный экономический университет,
Харьков, Украина

доктор АЛЕКСАНДР ДОРОХОВ

Харьковский национальный экономический университет,
Харьков, Украина

Аннотация: Рассмотрены возможности имитационного моделирования взаимодействия участников социальных интернет сетей. Представлены основные принципы, подходы и методология такого моделирования с использованием программного продукта AnyLogic.

Ключевые слова: Социальная интернет сеть, агентное моделирование, программа AnyLogic

Abstract: The possibilities of simulation of social interaction between members of online internet networking has been given and described. The basic principles, approaches and methodology of the simulation using the software AnyLogic has been constructed and analyzed.

Key words: Social Internet Network, Agent-Based Simulation, Program Anylogic

1. Вступление

Общепризнано, что основная цель современных маркетинговых исследований направлена на формирование благоприятных взаимоотно-

шений с клиентами. В наше время маркетинг предполагает широкое использование выгодных рыночных возможностей, а также современных глобальных интернет технологий. Только таким образом можно обеспечить заказами производство и обеспечить выпуск производителями только тех товаров, которые могут быть реализованы. Отсюда вытекает важность маркетинга как процесса, который связывает производителя с потребителем через торговлю и обеспечивает обратные связи между ними. При этом маркетинг охватывает все аспекты деятельности организации, а все его функции направлены на одну глобальную цель – повышение лояльности клиентов.

Как известно, предпочтения клиента характеризуются его приверженностью к определенной марке продукта и измеряются обычно числом повторных покупок этого или подобного продукта. При этом одной из основ формирования предпочтений клиентов есть положительный опыт, который получил потребитель в процессе покупки или потребления данного товара или услуги.

2. Возможности и средства имитационного моделирования социальных интернет сетей

В настоящее время, в условиях глобализации и компьютеризации, современные информационные и интернет технологии дают качественно новые возможности для управления взаимоотношениями с клиентами (Shih: 2009, Ушакова, Дорохов: 2012).

Повсеместное широкое распространение получили социальные сети, строящиеся на основе интернета. В общем социальная сеть (англ. social network) – это социальная структура, состоящая из группы узлов, которыми являются социальные объекты (люди или организации), и связей между ними. Социальные сети, особенно строящиеся и существующие благодаря и на основе интернете, дают новые большие возможности для развития современного бизнеса и формирования предпочтений клиентов в отношении определенных продуктов, товаров и услуг.

Современное понятие социальной сети означает определенный круг знакомых человека, где, в частности, существует и функционирует сам человек (агент) как центр социальной сети, его знакомые как ветви этой социальной сети, и отношения между этими людьми (агентами) как связи. Рассматривая социальную сеть более детально, можно обнаружить и классифицировать сети и связи в них по типам: односторонние, двус-

торонние, сети друзей, коллег, одноклассников, однокурсников и так далее. Исследование всех этих связей позволяет определить влияние социальных сетей на формирование предпочтения клиентов.

Одним из эффективных средств исследования формирования предпочтения клиентов в социальных интернет сетях является имитационное моделирование. На сегодняшний день в связи с существенным развитием информационных технологий аналитические возможности современных средств компьютерного моделирования стали чрезвычайно мощными и включают новейшие информационные средства, развитые графические оболочки для конструирования моделей и интерпретации выходных результатов моделирования, мультимедийные и видео средства, поддерживающие анимацию в реальном масштабе времени, объектно-ориентированное программирование, интернет сервисы и решения, и другие.

Проведенный анализ методов имитационного моделирования социальных интернет сетей показал, что для имитационного моделирования социально-экономических процессов наиболее распространенными являются три метода.

Во-первых, это метод системной динамики, где для исследуемой системы строятся графические диаграммы причинных связей и глобальных воздействий одних параметров на другие во времени, а затем созданная на основе этих диаграмм модель имитируется на компьютере.

Также это дискретно-событийный метод, предлагающий абстрагироваться от непрерывной природы событий и рассматривать только основные события моделируемой системы.

И наконец, это агентный метод, позволяющий наиболее точно и детально описывать социально-экономические взаимодействия и порождаемые ими процессы практически без упрощений, в их реалистическом виде. Поэтому наиболее приемлемым методом для моделирования влияния социальных сетей на формирование предпочтения клиентов является агентное моделирование (Борцов: 2005, Лычкина: 2005).

По данным литературных источников сегодня на рынке информационных технологий предлагается значительное количество программных продуктов аналитического типа, ориентированных на имитационное моделирование. Диапазон и разнообразие такого программного обеспечения продолжает расти, отражая тенденцию устойчивого спроса на него.

Доминирующими продуктами в области современных систем компьютерного моделирования являются: AnyLogic, Arena, AutoMod, eM-Plant, Extend Industry, ProModel, QUEST, Witness. Все эти системы, в той или иной степени характеризуются универсальностью и гибкостью базовой (и альтернативной к базовой) концепции структуризации и формализации моделируемых динамических процессов. Среди систем моделирования дискретного типа распространены процессно-ориентированные концепции структуризации, основанные на сетевых парадигмах, автоматном подходе и так далее, среди систем моделирования непрерывного типа преобладают модели и методы системной динамики;

Также таким системам присуще наличие средств проблемной ориентации, когда система моделирования содержит наборы понятий, абстрактных элементов, языковые конструкции из предметной области соответствующего исследования.

Программная реализация этих систем предполагает применение объектно-ориентированных специализированных языков программирования, поддерживающих пользовательское моделирование и процедуры управления процессом моделирования.

Необходимым является наличие удобного и легко интерпретируемого графического интерфейса, в котором блок-схемы дискретных моделей и системные потоковые диаграммы реализуются на графическом уровне, а параметры моделей определяются с помощью меню;

Предоставляются широкие возможности использование развитой двух и трехмерной анимации в реальном времени, а также инструменты для реализации нескольких уровней представления модели средствами создания стратифицированных описаний.

Кроме этого, применяется структурно-функциональный подход, многоуровневые иерархические, вложенные структуры и другие способы представления моделей на разных уровнях описания.

Аналитические возможности систем поддерживает наличие линеек и инструментов для проведения и анализа результатов сценарных, вариантных расчетов в имитационных моделях.

Методологическое обеспечение поддерживается математическими и информационными процедурами анализа входных данных и чувствительности, наличием широкого класса вычислительных процедур, связанных с планированием, организацией и проведением направленного вычислительного эксперимента на имитационной модели.

Обеспечена реализация подхода Simulation Data Base, основанного на доступе к базам данных моделирования. Так как экспериментальные исследования на имитационной модели являются основным информативным источником, поэтому доступ к базам данных выполняется с помощью собственных специализированных аналитических блоков системы моделирования или за счет интеграции с другими программными средами.

Наконец, достаточно важным и удобным для конечного пользователя является возможность автономного функционирования исполнительного модуля вне среды разработки модели и наличия многопользовательского режима работы, интерактивного распределенного моделирования имитационного моделирования с использованием интернет доступа, сетевых ресурсов и облачных технологий.

3. Особенности имитационного моделирования социальных интернет сетей в AnyLogic

Анализ характеристик пакетов имитационного моделирования касательно их применения для изучения социальных интернет сетей показывает, что значительные преимущества имеет программа AnyLogic. Типовые модули AnyLogic соответствуют предметной области, можно строить сложные графические модели, есть средства программирования, пошаговой отладки и симуляции эксперимента. Готовая модель может быть запущена даже если у пользователя не установлен сам пакет AnyLogic, также есть возможность просмотра анимации в режиме реального времени и ее экспорта в другие приложения.

Всех вышеупомянутых преимуществ достаточно для того, чтобы выбрать пакетом моделирования именно AnyLogic, который является наиболее подходящим инструментом для моделирования влияния социальных сетей на формирование предпочтения клиентов.

Одним из способов построения сложных имитационных моделей является поэтапное построение, когда за начальную основу берется базовая модель, а дальше в результате поэтапного усложнения на каждом шаге моделирования строится новая, усложненная модель, и таким образом возникает множество иерархических моделей с растущей сложностью.

При этом базовая модель - это имитационная модель, основные свойства которой можно сформулировать точно в виде теорем, полу-

ченных строгими аналитическими методами. Поэтому предлагается в моделировании влияния социальных сетей на формирование предпочтения клиентов выделить следующие основные этапы.

Первым этапом является моделирование влияния рекламы, при выполнении которого на вход подается параметр «степень влияния рекламы», а на выходе формируется модель влияния рекламы на формирование предпочтения клиентов и количество привлеченных потенциальных клиентов. Данная модель является элементарной, потому что количество привлеченных клиентов зависит только от степени воздействия рекламы.

При выполнении второго этапа - моделирования влияния общения агентов - на вход подаются параметры «среднегодовое количество новых контактов агента», «сила убеждения агента», и элементарная модель, полученная на предыдущем этапе. На выходе получаем модель, учитывающую влияние общения агентов и количество привлеченных потенциальных клиентов.

Следующий этап - моделирование повторных покупок - получает на входе модель учета влияния общения агентов и параметр «средний срок службы продукта». На выходе данный этап превращает исходную модель в модель повторных покупок и выдает количество привлеченных потенциальных клиентов. Наконец, на этапе проверки адекватности модели на вход подается модель повторных покупок, а на выходе получается и анализируется выдается статистика о количестве привлеченных клиентов.

Следует отметить, что элементарная модель влияния социальных интернет сетей на формирование предпочтения клиентов - это модель, в основу которой положен факт, что на клиента влияет всего один параметр «степень влияния рекламы».

Методологической основой такого подхода является известная диффузная модель Басса, в которой вероятность того, что в момент T будет осуществлена покупка нового продукта, является линейной функцией от количества предыдущих клиентов:

$$P(T) = p + \frac{q}{m} Y(T)$$

где p – вероятность покупки в момент $T=0$ (const);

$Y(T)$ – количество предыдущих клиентов;

q и m – некоторые константы.

С помощью пакета AnyLogic была разработана агентная модель на 1000 агентов. В общем случае такая интернет сеть является достаточно малой сетью. Однако, на этапе разработки методологии моделирования был выбран именно такой подход, потому что чем сеть меньше, тем больше доверие к агентам и тем более наглядным является влияние любых показателей в модели.

При этом поведение агента обычно описывается в модели с помощью диаграммы состояний (стейтчарта). Стейтчарт состоит из двух состояний: потенциальный клиент (человек, еще не купивший продукт) и уже существующий клиент. Естественно, между этими состояниями существует возможность перехода. Этот переход и будет моделировать покупку продукта. Для построения элементарной модели предположим, что человек, однажды купив продукт, навсегда остается его потребителем, и, соответственно, обратные переходы из состояния «клиент» (Client) в состояние «потенциальный клиент» (PotentialClient) вначале исключаются. Параметром, по которому определяется - станет ли потенциальный клиент реальным или нет - и является степень влияния рекламы социальных интернет сетей на (и через) агентов, которые там зарегистрированы. Предполагается, что время, через которое клиент купит продукт, экспоненциально зависит от степени воздействия рекламы продукта:

$$T_{\text{пок}} = \exp(a)$$

где $T_{\text{пок}}$ - время, через которое человек купит продукт,

a - степень влияния рекламы, характеризующая информационное воздействие социальной интернет сети, то есть насколько информационное сообщение в интернет сети является эффективным и влияет на потенциального клиента.

Как уже отмечалось выше, элементарная модель предполагает, что человек навсегда остается потребителем продукта или услуги, если хотя бы однажды приобрел его. При этом главной задачей модели формирования предпочтения клиентов под воздействием интернет сетей и интернет рекламы является изучение того, как быстро люди покупают новый продукт. Для этого необходимо подсчитать количество клиентов и потенциальных клиентов. В AnyLogic это можно сделать с помощью функций сбора статистики.

В общем виде такая методология построения модели может быть распространена на любое количество агентов и результат будет соответствовать реальному процессу уменьшения количества потенциальных клиентов в то время как количество реальных будет увеличиваться и, в конечном результате, все агенты модели станут реальными клиентами.

Однако это является недостатком данной модели, и поэтому она не может быть абсолютно применима в таком виде для моделирования процессов в реальной жизни, так как учитывает только один фактор «степень влияния рекламы», время действия которого на деле ограничено.

Также эта модель не учитывает того факта, что реальный клиент снова может стать потенциальным. Поэтому далее данная модель была модифицирована с добавлением параметров, которые учитывают степень доверия к агентам и среднегодовое количество их новых контактов.

4. Направления дальнейшего развития моделей социальных интернет сетей в AnyLogic

Как уже отмечалось выше, важнейшим преимуществом агентного моделирования является возможность математического описания взаимного влияния уже совершивших покупку и только собирающихся это сделать потребителей на рынке, наличие компьютерных инструментов для формализации и прогнозирования результатов этого взаимовлияния и взаимодействия.

Общение в обществе - это важнейшая сторона его жизни, а значит, люди не могут не общаться. В то же время рекламный эффект часто играет значительную роль лишь в момент выпуска продукта на рынок. В дальнейшем все большую роль будет играть общение потенциальных потребителей со своими знакомыми, которые этот продукт уже приобрели. Ведь достаточно часто покупатели приобретают новые продукты именно под влиянием убеждения, мнения своих знакомых, окружения – и данный процесс чем-то схож с распространением эпидемии.

Поэтому для уточнения в модель следует добавить такие параметры, как «среднегодовое количество новых контактов агента» с другими агентами в год, «сила убеждения агента», влияющая на количество потенциальных покупателей, которых агент может убедить в необходимости приобрести продукт. Также необходимо предусмотреть в модели переход, моделирующий покупку продукта знакомым агента. Скорость, с

которой агент может убедить своего знакомого в необходимости покупки, будет зависеть от силы убеждения этого человека и от того, сколько знакомых он встречает в год.

После проведения вычислительных экспериментов с моделью и изучения динамики изменения числа клиентов и потенциальных клиентов можно сделать вывод, что количество реальных и потенциальных клиентов плавно меняется, при этом соответствующие графики представляют собой S-образные кривые. Количество потенциальных клиентов изменяется от максимума до минимума, в то время как количество реальных - наоборот - от минимума до максимума. Однако при этом модель все еще не учитывает тот факт, что клиенты могут переходы также из состояния реальных клиентов до состояния потенциальных.

Далее были промоделированы возможность совершения повторных покупок и, соответственно, отражена возможность изменения состояния клиента от реального к потенциальному. Это может произойти, когда приобретенный продукт становится непригодным. Для этого был добавлен параметр «средний срок службы продукта» со значением один год.

При развитии модели можно создавать и использовать интерактивную анимацию с возможностью изменения параметров системы по ходу моделирования процесса.

Также возможно использовать несколько различных типов сетей агентов: случайную (агенты соединяются случайно, у каждого агента устанавливается заданное количество связей), решетчато упорядоченное кольцо (связи агентов образуют кольцо, в котором каждый агент соединяется с заданным количеством ближайших агентов), малый мир (представляет собой решетчато упорядоченное кольцо, где некоторые связи были разорваны и, напротив, установлены связи с некоторыми более удаленными агентами).

5. Заключение

Для проверки адекватности результатов моделирования был использован эмпирический способ, то есть реальные данные сравнивались с выходными характеристиками моделирования. Опираясь на этот метод было проведено эмпирическое тестирование - спланированы вычислительные эксперименты над моделью и выполнен сравнительный анализ полученных результатов.

В качестве тестовой была использована одна из интернет страниц социальной сети V Kontakte. Данная страница имеет около 1000 агентов (интернет пользователей), распространяемыми продуктами являются покрасочные лаки для наружных работ, причем следует отметить, что необходимость повторного использования таких продуктов возникает с периодичностью каждые 1-3 года при разнообразных строительных и ремонтных работах.

После проведения рекламной интернет кампании на данной странице сети за одну неделю было привлечено около 250 новых клиентов, что соответствует разработанной и описанной ранее модели повторных покупок, которая включает в себя элементарную модель и учета влияния общения людей. При этом погрешность составила 5 процентов, что является допустимой нормой.

После проведенного анализа результатов моделирования можно сделать выводы, что есть определенная зависимость между средним сроком службы и количеством потенциальных и реальных клиентов. Причем чем больше срок службы товара, тем больше реальных клиентов покупает этот продукт. Это можно объяснить тем, что клиенты хотят как можно дольше пользоваться определенными товарами (за исключением специфических товаров, где срок службы или срок годности товара не влияет на предпочтения клиентов). Поэтому в рекламе следует уделять особое внимание такому параметру, как средний срок службы товара.

Таким образом, представленный методический подход к моделированию различных социальных (в том числе, интернет) сетей на основе агентного подхода является достаточно перспективным направлением исследований, позволяющим получать достоверные и обоснованные результаты, дающим эффективный инструментарий для изучения динамических процессов распространения и обмена информацией субъектов рыночного окружения, участников различных социальных и общественных интернет сетей и сообществ.

Литература

Борщов, А. (2005), „Практическое агентное моделирование и его место в арсенале аналитика“, ИММОД, № 1, 11-24.

Лычкина, Н. (2005), „Современные технологии имитационного моделирования и их применение в информационных бизнес-системах“, ИММОД, № 1, 25-31.

Ушакова, И., Дорохов, А. (2012), „Информационное влияние социальных сетей на лояльность клиентов”, *Medijski dijalozi*, - № 13-14, 669-682.

Shih, Cl. (2009), *The Facebook Era: Tapping Online Social Networks to Build Better Products, Reach New Audience, and Sell More Stuff*, N.-Y.: Prentice Hall, 256 p.

**ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ИНТЕРНЕТА**

INFORMATION SECURITY IN INTERNET SOCIAL NETWORKS

доктор ВИТАЛИЙ ОГУРЦОВ

Харьковский национальный экономический университет,
Харьков, Украина

МИХАИЛ ДОРОХОВ

Харьковский национальный экономический университет,
Харьков, Украина

Аннотация: Рассмотрены основные аспекты безопасности личных данных пользователей в социальных интернет сетях. Описаны наиболее эффективные способы минимизировать риски утечки персональных данных при использовании интернета.
Ключевые слова: Интернет, социальные сети, информационная безопасность, социальная инженерия

Abstract: The main aspects of personal data security of internet social networks users are considered. The basic ways to minimize the risks of personal data leakage through internet are described.

Key words: Internet, Social Networks, Information Security, Social Engineering

1. Введение

Масштабность начавшегося относительно недавно бума регистраций и лавинообразного роста пользователей в социальных сетях интернета заставляет внимательно проанализировать это глобальное явление с самых различных точек зрения и во многих аспектах. Общеизвестным становится понимание того, что с одной стороны это революция в жизни человечества и общества, новый способ глобального взаимодействия ин-

дивидуумов друг с другом, новый опыт общения в мировом масштабе. Однако при этом видимая (и широко декларируемая) защищенность личных данных зарегистрированных в интернете пользователей часто вовсе таковой не является (Boyd: 2010).

Причем, если раньше люди записывали свои мысли в дневниках, а общались посредством бумажной почты, где носители можно было легко уничтожить, то сейчас же они подобным образом используют онлайн-сервисы, не подозревая, с какой огромной по размерам аудиторией на самом деле они делятся своей информацией (Ефимов: 2012).

Стоит отметить, что, как правило, при регистрации и последующем пользовании различными интернет сервисами люди указывают не только основные данные о себе, но также открывают и значительные биографические подробности.

В современных реалиях глобализированного мирового информационного пространства трудно найти пользователя, который не был бы зарегистрирован ни в одной из сетей для общения. Причем, если раньше для общения использовались мессенджеры (ICQ, Jabber, Skype, Google talk и другие), то сейчас площадками для такого общения выступают социальные сети, например, Facebook, ВКонтакте, и Twitter, а для обмена фотографиями повсеместно используются специальные фотосервисы, такие как Flickr, Picasa и другие. Разница в архитектурах этих сервисов огромна. Если в первом случае используется децентрализованная распределенная модель (где каждый пользователь общается с другим напрямую методом peer-to-peer, а компьютерные сервера служат лишь для хранения идентификационных данных), то во втором случае вся информация и хранится, и обрабатывается на серверах.

Широко известное среди пользователей интернета анонимное высказывание «Все, что попало в интернет, остается там навсегда» имеет под собой серьезные основания. Как пример, рассмотрим участившиеся последнее время претензии пользователей к выполнению социальными сетями их политик конфиденциальности.

Так, ресурс ArsTechnica провёл любопытный эксперимент, целью которого было выяснить как быстро ряд крупных социальных сетей удаляет загруженные пользователями фотографии по их желанию. В качестве объектов для эксперимента использовались Facebook, Twitter, Flickr и MySpace. Оказалось, что наиболее корректно по отношению к фотографиям своих пользователей поступают Flickr и Twitter - контент удалялся

буквально через несколько секунд и более не был доступен по прямой ссылке. Гораздо более медлительной оказалась MySpace - удаление файлов в этой сети занимало несколько месяцев. Однако самым неповоротливым сервисом была признана социальная интернет сеть Facebook - ей на удаление ненужного пользователям-авторам контента потребовалось около года, хотя некоторые пользователи сообщали, что и через три года их удалённые фотографии и другая информация всё еще были доступны для просмотра (правда, по прямой ссылке).

Следует подчеркнуть, что стремительное развитие мобильных технологий еще более увеличивает шансы на утечку личных данных, так как мобильное устройство является в большей степени персонифицированным чем, к примеру, настольный компьютер, который может использоваться как дома, так и на работе. Так, например, при установке мобильного клиента социальной сети Facebook, он по-умолчанию сохраняет у себя все номера телефонов из записной книжки мобильного телефона, и сам включает их отображение в списке контактов. Причем показывает номера даже тех, кто никогда не являлся «другом» в социальной сети, но чей номер был сохранен у в телефоне. Следовательно, если в качестве номера телефона был сохранен номер кредитной карты, он становится публично доступным и на Facebook.

Необходимо обратить внимание на то, что возможность использования хакерами личных данных пользователей после целенаправленного взлома хранилищ личной информации значительно уступает иному сценарию использования личных данных, а именно внутренней утечке. Ведь многие социальные сети прописывают в своих политиках конфиденциальности максимальную «заботу» о личных данных их участников, однако вместе с тем гарантии администраторов социальных интернет сетей не могут противоречить законам государств, и если личные конфиденциальные данные пользователя необходимы (затребованы) правоохранительными, судебными, государственными органами, то они будут им предоставлены. Само наличие подобной возможности уже является достаточным сигналом к тому, что любые данные могут быть получены под прикрытием такого сценария.

С другой стороны, нетрудно представить себе, что в недалеком будущем возможность доступа к информации из социальных сетей позволят довольно быстро раскрывать преступления, возможно даже на этапе их планирования. Однако понятно, что присутствие правонаруши-

телей в социальных сетях не настолько велико, чтобы подвергать опасности интересы преобладающего большинства обычных интернет пользователей (граждан), которые могут быть существенно нарушены возможностью бесконтрольно следить за их личными данными.

2. Корпоративная безопасность и интернет сети

Рассматривая вопросы защиты информации при использовании интернета, следует иметь в виду, что под угрозой также находится и коорпоративная безопасность в связи с тем, что у злоумышленников появились новые способы проникновения в коорпоративные сети. Теперь уже не нужно углубляться в технические детали защиты информации от несанкционированного доступа извне к физическим носителям в этих сетях, вместо этого можно просто управлять доверием человека, имеющего доступ к этим сетям. Такое явление получило название «социальная инженерия».

В качестве пояснения вышесказанного, рассмотрим такую ситуацию. Существует хакер, цель которого - проникновение в корпоративную сеть. Свою деятельность он начинает с посещения официального сайта компании, где он получает информацию о контактных лицах, которыми выступают менеджеры по продажам или секретари. Далее, используя поисковые системы, он собирает о них информацию: интересы, хобби, в каких социальных сетях они зарегистрированы. Используя простой поиск Google сделать это несложно. Имея всего лишь фотографию сотрудника, и даже не зная его имени, злоумышленник может воспользоваться поиском по изображениям от Google, который также выведет в поисковой выдаче фотографии из профиля жертвы.

Для начала хакер продумывает легенду, которой он будет пользоваться. Следующим шагом будет регистрация подставной учетной записи в той же социальной сети, которой пользуется жертва (контактное лицо компании) и наполнение ее информацией о вымышленном персонаже, который имеет те же интересы. Затем, для большего правдоподобия, он добавляет в друзья пользователей, интересующихся тем же, что и жертва, чтобы к моменту виртуального знакомства у жертвы (цели хакера) не возникло подозрений. Подобный подготовительный этап занимает от двух-трех дней до нескольких недель.

Теперь все готово, и социальный хакер отправляет жертве запрос на добавление в друзья, апеллируя к общим интересам, и начинает об-

щаться на соответствующие темы, чтобы получить определенный кредит доверия. Когда жертва начинает доверять виртуальному персонажу, за которым, как кукловод, стоит хакер, наступает время действовать.

В переписке хакер жалуется, что на работе его совсем достали ограничениями - часть развлекательных ресурсов заблокирована, закрыта ISQ и многое подобное. Его задача - выявить факт таких ограничений в компании, доступ к сети которой он планирует получить, и воспользоваться недовольством со стороны жертвы.

Получив в ответ жалобы своего «агента», у которого, как правило, хватает претензий к тому, что он считает произволом местных IT-специалистов, хакер берет небольшой таймаут. После этого он сообщает новому другу, что решение найдено - это простая программка, запустив которую, пользователь может обойти любые ограничения на доступ к ресурсам, установленные системными администраторами компании. При этом в подавляющем большинстве случаев жертва сама просит эту утилиту. Программа действительно снимет ограничения, однако она также обеспечивает злоумышленнику доступ в сеть компании. Это позволяет применить технические методы проникновения для эскалации привилегий и получения контроля над сетью.

3. Личная безопасность и интернет сети

Также необходимо задуматься о том, что мы живем в эпоху, когда миллионы людей заводят в интернете личные дела (помещают самую подробную информацию) сами о себе. Например, если человека просто сфотографировали на улице, то с помощью простого поиска по изображениям от Google, о нем можно узнать практически все, от имени, места работы, круга общения и семьи, до увлечений и психологического портрета. Причем, все эти данные часто оказываются им же самим и размещенными.

Поэтому любой злоумышленник (или иное заинтересованное лицо) на основе страницы в социальной сети может легко сделать анализ изучаемой личности, которым можно воспользоваться для манипуляции, планирования злоумышленных действий и так далее. При этом действия злоумышленников всегда примерно одинаковы: сначала, просматривая список друзей, выявляется круг общения; по группам выявляется сфера интересов, то же самое может осуществляться по другой информации - по музыке; на основе статусов, указанной личной инфор-

мации (цитаты, фильмы, кумиры и т.д.) и делается анализ личности. Облегчает эту задачу то, что социальные сети обычно не удаляют историю статусов, и вся она последовательно отражается на «стене» пользователя. Используется вся информация, включая видео и фото информацию, которую пользователь сам выставляет в публичный доступ, что помогает дополнить картину.

Очевидно, что в таких условиях любой преступник, сотрудник спецслужб, конкурент или специалист нанятый конкурентом, может выполнить такой анализ. При этом более всего социальные сети оказываются опасны детям. Ведь они доверчивы и активно ищут новых друзей в социальных сетях. Многие указывают реальные домашний адрес или домашний телефон, выставляют статусы типа «один дома на не-делю», бесконтрольно и бездумно пользуясь наступившей свободой пользования интернетом, начинают ко всем подряд «добавляться в друзья». Очевидно, что лучшей жертвы для ограбления (а по фото можно оценить уровень доходов семьи) просто невозможно найти. Для преступника достаточно просто создать фальшивую анкету, на основе краткого анализа личности, «втереться» в доверие и списавшись проникнуть в дом к «жертве».

Существует несколько распространенных техник и видов атак, которыми пользуются социальные инженеры. Все эти техники основаны на особенностях принятия людьми решений, известных как когнитивные предубеждения. Эти предрассудки используются в различных комбинациях, с целью создания наиболее подходящей стратегии обмана в каждом конкретном случае. Говоря проще, хакеры используют ряд психологических приемов, располагая к себе человека и заставляя человека совершить какое-либо действие, которое не выгодно ему и необходимо социальному инженеру

4. Правила обеспечения безопасности пользователей в социальных интернет сетях

Очевидно, что расцвет социальных интернет сетей открывает новые пути к взаимодействию с другими пользователями в сети, однако он же порождает новые проблемы в отношении защиты неприкосновенности частной жизни пользователей и охраны персональной информации. Если все же присутствие в социальной сети необходимо, то следует

придерживаться некоторых правил, которые не могут гарантировать, но могут минимизировать риски описанных выше проблем (Boyd: 2008).

- Необходимо включить, настроить и использовать все технически возможные в программном и аппаратном обеспечении настройки безопасности.

- Следует постоянно контролировать списки друзей в социальных интернет сетях и удалять всех незнакомых и случайных знакомых (следует помнить, что подозрительные аккаунты представляют постоянную потенциальную опасность).

- Рекомендуется постоянно чистить (удалять) историю записей, статусов, чатов, посещенных страниц и тому подобной уже не нужной пользователю, но содержательной информации.

- В случаях, если полное удаление страницы (информации) по каким либо причинам невозможно, то следует оставить там минимум информации, удалив все ненужные данные. В этой части, однако, степень выполнения данных рекомендаций зависит от рода деятельности пользователя, его положения, статуса, профессиональной и общественной деятельности. Если человек занимает важный государственный, общественный, социальный пост, то у него, разумеется, совсем другой уровень ответственность в интернет сетях, чем у обычного пользователя.

- Следует отдельно упомянуть 11 правил поведения в социальных сетях от Microsoft, рекомендующих придерживаться следующих принципов.

- Проявлять осторожность при переходе по ссылкам, которые вы получаете в сообщениях от других пользователей или друзей. Не следует бездумно открывать все ссылки подряд - сначала необходимо убедиться в том, что присланная вам ссылка ведет на безопасный или знакомый вам ресурс.

- Контролировать информацию о себе, которую вы размещаете. Обычно злоумышленники взламывают учетные записи на сайтах следующим образом: они нажимают на ссылку "Забыли пароль?" на странице входа в учетную запись. При этом для восстановления или установки нового пароля, система может предлагать ответить на секретный вопрос. Это может быть дата вашего рождения, родной город, девичья фамилия матери и тому подобное. Ответы на подобные вопросы можно легко найти в сведениях, которые вы опубликовали на своей странице в какой-либо популярной социальной сети. Поэтому при установке секретных

вопросов необходимо придумывать их самостоятельно (если сайт, на котором вы регистрируетесь, это позволяет) или стараться не использовать личные сведения, которые легко найти в сети.

– Не быть уверенным, что сообщение, которое вы получили, было отправлено тем, кого вы знаете, только потому, что так написано. Следует помнить, что хакеры могут взламывать учетные записи и рассылать электронные сообщения, которые будут выглядеть так, как будто они были отправлены вашими друзьями. Если у вас возникло такое подозрение, следует связаться с отправителем альтернативным способом, например, по телефону, чтобы убедиться в том, что именно этот человек отправил вам данное сообщение. Точно также необходимо относиться и к приглашениям зарегистрироваться в той или иной социальной сети.

– Чтобы не раскрыть адреса электронной почты своих друзей, не разрешайте социальным сетям сканировать адресную книгу вашего ящика электронной почты. При подключении к новой социальной сети вы можете получить предложение ввести адрес электронной почты и пароль, чтобы узнать, есть ли в этой сети пользователи, с которыми вы уже поддерживаете отношения при помощи электронной переписки. Используя эти данные, сайт может рассылать электронные сообщения (например, приглашения присоединиться к этой сети от вашего лица) всем пользователям из вашего списка контактов. Социальные сети должны указывать то, что эти адреса электронной почты будут использованы для этой данной, но зачастую не делают этого.

– Вводить адрес социальной сети непосредственно в адресной строке браузера или используя закладки. Нажав на ссылку, которую вы получили в электронном сообщении или нашли на каком-либо сайте, вы можете попасть на поддельный сайт, где оставленные вами личные сведения будут украдены мошенниками.

– Не добавлять в друзья в социальных интернет сетях всех подряд. Мошенники могут создавать фальшивые профили, чтобы получить от вас информацию, которая доступна только вашим друзьям.

– Не регистрироваться во всех социальных сетях без разбора. Предварительно следует изучить и оценить сайт, который вы планируете использовать, и убедиться, что вы правильно понимаете его политику конфиденциальности. Узнайте, существует ли на сайте контроль контента, который публикуется его пользователями. К сайтам, на которых вы оставляете свои персональные данные, необходимо относиться с той же

серьезностью, которой требуют сайты, где вы совершаете какие-либо покупки при помощи кредитной карты.

– Учитывать тот факт, что все данные, опубликованные вами в социальной интернет сети, могут быть кем-то перехвачены, прочитаны, сохранены и бесконтрольно использованы произвольным образом. И хотя на большинстве сервисов вы можете в любой момент удалить свою учетную запись, но, не смотря на это, не забывайте, что практически любой пользователь может распечатать или сохранить на своем компьютере фотографии, видео, контактные данные и другие оставленные вами сведения.

– Проявлять осторожность при установке приложений или дополнений для социальных сетей. Многие социальные сети позволяют загружать сторонние приложения, которые расширяют возможности личной страницы. Довольно часто такие приложения используются для кражи личных данных, поэтому к их использованию необходимо относиться также серьёзно, как и к установке на свой компьютер программ, которые вы можете найти в Интернете.

– Стараться не посещать социальные интернет сети с рабочего места (либо домашнего компьютера с ценной информацией). Любая социальная сеть может стать средой для распространения вирусов и других вредоносных или шпионских программ, что может привести не только к заражению вашего компьютера и всей корпоративной сети, но и к потере данных, составляющих коммерческую тайну вашей компании (или ваших личных данных на домашнем компьютере).

– Проинформировать детей об опасностях, которые могут подстергать их в социальных сетях и интернете в целом. Если ваши дети посещают социальные сети, обучить их правилам и приемам безопасного пользования этими ресурсами.

Всем очевидно, что есть ситуации, когда необходимо воспользоваться социальными интернет сервисами, например, фотохостингом для хранения резервных копий альбомов фотографий, чтобы обезопасить их в случае физических неполадок со своими носителями данных. В таком случае также следует придерживаться определенных рекомендаций, повышающих безопасность и конфиденциальность вашей персональной информации.

Прежде всего, следует искать фотохостинги, в который предлагается и используется минимум социальных функций, ведь у вас нет цели

именно показывать свои фотографии, а лишь хранить их. Также можно воспользоваться любым облачным сервисом, который допускает хранение файлов в произвольном формате. Такими сервисами могут быть Google Drive, DropBox и другие. Хранилище следует выбрать основываясь на его политике конфиденциальности и возможностям хранить файлы в «приватном» режиме. Очень хорошей стратегией является шифрование данных любым программным средством, например, программным средством TrueCrypt и ему подобными.

5. Заключение

Таким образом, подводя итоги всему вышеизложенному, следует подчеркнуть необходимость придерживаться определенной безопасной стратегии пользовательского поведения в любых социальных интернет сетях, выборочно, взвешенно и продуманно относиться к размещению значимой информации о себе. Это позволяет если не избежать утечки своих личных данных, то, по крайней мере, предотвратить (значительно затруднить) их неправомерное и преступное использование. Правильное поведение и информирование пользователей может нейтрализовать многие методы злонамеренного съема информации, основанные на простом доверии участников интернет сетей и предотвратить ущерб от потери информации как для предприятий и организаций, так и для отдельных, индивидуальных участников социальных интернет сетей.

Литература

Ефимов, Е. (2012), „Роль референтных групп в развитии социальных интернет сетей“, *Научный потенциал регионов на службу модернизации*, № 1(2), 202-235.

Boyd, D. (2010), *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out. Kids Living and Learning with New Media*, L.: The MIT Press, 116 p.

Boyd, D. (2008), „Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship“, *Department Journal of Computer-Mediated Communication*, № 13, 210–230.

UDK: 808.51:316.77

"MY BROTHERS AND SISTERS": ON THE RHETORIC OF THE LATE GHANAIAAN PRESIDENT ATTA MILLS IN THE CONTEXT OF THE 2009 INAUGURAL ADDRESS

„MOJA BRAĆA I SESTRE“ : O RETORICI POSLJEDNJEG PREDSEDNIKA GANE ATTA MILLS-A U KONTEKSTU INAUGURALNOG OBRAĆANJA IZ 2009. GODINE

WINCHARLES COKER, PhD Student

Department of Humanities, Michigan Technological University, USA

STEPHEN BOAKYE JANTUAH,

Department of Communication Studies, University of Cape Coast, Ghana

Abstract: *The inaugural address is an epideictic speech delivered by president-elects on their inauguration day. In this paper, we examine the rhetorical effectiveness of the 2009 inaugural address of late President John Evans Atta Mills of Ghana, drawing on the notion of genre. Our analysis shows that the President's speech comprised five moves, three of which could best be described as core. The study also reveals a preponderance of metaphors, lexical chains and anaphors in the speech which are indicative of President Mills' frantic efforts at neutralizing his authority in order to create a socialist identity as a man of the people. The study adds to the literature on the presidential inaugural address, and bears implications for future inquiry in rhetoric, identity and power.*

Keywords: *Inaugural Address, Presidential Discourse, Moves, Rhetorical Devices*

Apstrakt: *Inauguralno obraćanje je govor novoizabranog predsjednika na dan inauguracije. U ovom radu ispitujemo retoričku efikasnost inauguralnog obraćanja posljednjeg predsjednika Gane John Evans Atta Mills-A, sa osvrtom na žanr govora. Naša analiza pokazuje da je Predsjednikov govor obuhvatio pet segmenata, od kojih se tri mogu*

opisati ključnim. Studija takođe otkriva prenaglašenost metafora, leksičkih sistema i anafora u govoru, što pokazuje izbezumljene napore predsjednika Mila da neutrališe svoj autoritet kako bi kreirao socijalistički identitet čovjeka iz naroda. Studija doprinosi literaturi o predsjedničkim inauguralnim obraćanjima, i pruža osnov za dalje istraživanje retorike, identiteta i moći.

Ključne riječi: *Inauguralno obraćanje, predsjednički diskurs, pokreti, retorička tehnika*

1. Introduction

Presidential inaugural addresses are forms of epideictic speeches delivered by President-elects on their inauguration days. According to van Noppen (2002), the presidential inaugural address (henceforth PIA) is a form of ritual language and hence presidents cannot be sworn in only for them to just walk away to assume their responsibilities as heads of states. They are expected to do something as it would be infelicitous for them to leave after saying the oath. In Ghana, PIAs are given by the President on the day that the president is sworn-in by the Chief Justice.

PIAs basically serve three main communicative goals. The speeches, to a large extent, are given to express the appreciation of the president-elect for being voted into office (Campbell & Jamieson, Lerner, 2008), and also serve the means by which president-elects outline their plans and visions for the nation (Ryan, 1993; Trosborg, 2000). PIAs also serve as a means by which the citizenry are given glimpses into the future of their country to be headed by the new president. The audience is usually assured of a brighter future and that the trust reposed in the president during the elections will not be betrayed. Therefore, the inaugural address presents the new heads of states an opportunity to assure his audience that they are capable of ruling the country and that they have good plans for the people (Caesar, Throw & Tulis, 1987). In fact the quintessential function of the PIA is the working of unity among the people and the new government (Campbell & Jamieson, 2008; Lerner, 2008). To this end, president-elects pursue unification by emphasizing shared traditions and experiences. They also use inaugurals to unify the audience by setting forth principles for their presidency that call upon, stress, and recommit the nation to the timeless values of their countries, and connect the presidents to their constituents (Campbell & Jamieson, 2008). Thus, an active knowledge of rhetoric at this moment in the political lives of president-elects is not only

crucial but also expedient to begin their presidency on the right footage. As Campbell and Jamieson (2008) aver, "The presidency is a process in which rhetorical practices is of particular importance" (p. 2).

The nature of presidential discourse in Ghana, the first African country to attain independence from her British colonial masters in 1957, encapsulates almost all the "domain types" identified by van Dijk (1998). These include the usual speeches of politicians inside and outside parliament, cabinet meetings, slogans, and propaganda. Obeng (2006) adds that Ghana practices a dual political system mainly comprising Eurocentric politics, and the discourse of traditional political functionaries and ordinary individuals with the aim of influencing the traditional political process (Yankah, 1998, 2004; Mensah, 2009). In respect of freedom of speech and the thriving of democracy, Ghana is touted to be highly democratic, and much so tolerant to indecent expressions and abrasive discourses both in the print and electronic media (Agyemkum, 2004; Coker, 2012a, 2012b).

Thus Ghana's presidency, like in other democratic cultures, is a rhetorical presidency. In this sense, the president tries as much as possible to engage in some form persuasion in every opportunity afforded him to interact with the citizenry (Ceaser, Throw & Tulis, 1987). Per Ghana's current democracy, the President of Ghana delivers besides the inaugural address, the State of the Nation Address, Independent Day Address, New Year Messages, Meet-the-Press Address and farewell messages. Whereas the 1992 Constitution of Ghana obliges the President to deliver some of these speeches (e.g. State of the Nation Address), others are just discretionary. However, in all these forms of discourse, the President tries to portray the country in certain ways through persuasion, usually creating the impression that all is good for the country and if things are not well, there is a brighter future for the nation. Much emphasis, nonetheless it appears, is placed on canvassing for votes right after Ghanaian presidents have been sworn into office, as they, their ministers and other state functionaries expend quality time in the media other media to look good in the eyes of society. Here, they attempt to persuade the public to see their 'good works' while portraying their opponents as detractors, incompetent and unfit to rule Ghana.

2. Rationale of the Study

In this paper, we focus mainly on the presidential inaugural address given its prominence in Ghana's political discourse. In Ghana, the PIA is deli-

vered, after the president is sworn into office, on January 7 at the Independence Square in Accra, the seat of Government. This paper carefully analyzes the rhetoric employed by the third but late President of Ghana's Fourth Republic, Prof. John Evans Atta-Mills, in his inaugural address on January 7. President Mills passed on to eternity on Tuesday July 24, 2012 at the 37 Military Hospital in Accra aged 68 (<http://www.bbc.co.uk/news/world.africa>), after being ill for a while, making him the only one-time president to have died while in office. Specifically, we draw on Swales' (1990, 2004) and Trosborg (2000) concepts of genre in order to identify the specific rhetorical units, features and devices in late President Mills' inaugural address. The analysis was guided by these questions:

- What moves are identifiable in President Atta-Mills in his inaugural address?
- What rhetorical devices did he draw upon in his delivery?

3. The Genre Notion

Central to the genre notion is the concept of 'move'. A move represents a distinctive pattern of organization of discourse that occurs usually either within a paragraph or spans a number of paragraphs (Swales, 1990, 2004). Swales (2004) defines it as "a discursual or rhetorical unit that performs a coherent communicative function in a written or spoken discourse" (p. 228). Moves constitute sub-communicative acts the linguistic realizations of which may be different from each other, making it a bit flexible (Swales, 2004). Moreover, for a text to be accepted as forming a genre, the moves in it ought to be obligatory (Swales, 1990).

But the nature and structure of moves is often problematic to determine. Swales (2004) mentions that the "move" has sometimes been aligned with such grammatical units as the sentence, utterance or paragraph, and argues that it should be conceived of in a flexible linguistic manner. This is because, Swales (2004) advances, the move can be realized by a clause although other several sentences may do so. In addition, Swales admits that grammatical features can indicate the type or nature of a move. He lists some examples of this as the use of the present continuous tense or the use of invocations in opening generalizations; negative or quasi-negative elements in gap indications; and the use of deictics or indexicals and personal pronouns. Apart from the grammatical features, Swales adds that a move may be instantiated by lexical signals which may be obvious as in (in the case of a research text):

The main methods used were...

The results are shown...

However, the lexical signals of some moves may be subtle and as such the end of a move may be indicated by such phrases as "in conclusion" or "in summary". For Swales, a move is mainly a functional and not a formal unit.

Following Swales, Trosborg (2000) holds that inaugurals are constitutive of such moves as addressing the audience, thanking the predecessor and reference to the ceremony. She also identifies patriotism and liberty, pride in history as key to this genre. Trosborg (2000) further intimates that the presidential inaugural address is made up rhetorical features such as repetition, lexical chains, contrasts like metaphors and unusual collocations, anaphora and parallel structures. According to her, these features perform *sui generis* rhetorical functions that range from making emphasis to creating rhythm in the text. In much the same way, classical rhetorical features like antithesis, anaphora and parallelism add balance, rhythm and clarity to the speech and invest grace and power on the president's message (Trosborg, 2000).

4. The President and His Inaugural Address

Throughout Ghana's history, the late President John Evans Atta-Mills was undoubtedly thought of to be the president with the richest academic curriculum vitae. He virtually reached the apogee of his career in the academia by being appointed professor of law at the University of Ghana. He was introduced into Ghana's political landscape by former President Jerry John Rawlings in the mid-1990s when the exigencies of the time required ex-President Rawlings to appoint a Vice-President after a fall out between him and the then Vice-President Kow Nkensen Arkaah. After serving as Vice-President of Ghana between 1996 and 2000, President Atta-Mills had to assume the mantle of National Democratic Congress's (NDC) presidential candidature in 2000 and 2004, and, however, lost on consecutive occasions to former President John Agyekum Kufuor of the New Patriotic Party (NPP).

In 2008, after a keenly contested presidential race, Professor John Evans Atta-Mills emerged victorious (Kokutse, 2009). President Mills was admired and sometimes mocked by opponents for his mantra "Ami dze, me pe asomdwee", to wit, "As for me, I'm a man of peace". This conciliatory mantra and his personal disposition for pacification are evident in his political speeches making him to be regarded by some commentators as being too soft to be President of Ghana. In view of this, Ghanaians watched with bated breaths as

to how the newly-elected president was going to conduct his maiden stewardship as president during his inaugural address on January 7, 2009. It was, therefore, expedient for President Mills to harness all his linguistic resources to sustain the trust the populace reposed in him by voting him president.



Figure 1: *President Mills swearing the oath of office (Google, 2012)*

5. The 2009 Inaugural Address

As mentioned earlier, the delivery of the inaugural address by the Presidents of Ghana takes place the Independence Square in Accra, following their swearing-in. The main purpose of the occasion is for the elected President to swear the oath-of-office, usually administered by the Chief Justice. This is then followed by the President's address which is usually the highlight of the ceremony as the audience normally expects their newly sworn-in President.

The audience of the inaugural address is quite indeterminate as the address itself is mass-consumed (Nedashkivska, 2006). The audience ranged from those in the immediate premises, that is, the Independence Square, to those watching the television or listening to the radio, even via the Internet elsewhere in Africa or around the globe. Bearing this in mind, the President made frantic efforts to deal with issues concerning the audience, whom as is expected, had variegated interests.



Figure 2: *President Mills being attended to by the Chief Justice, Her Ladyship Georgina Woode, January, 7, 2012 (Google, 2012)*

6. Moves and Rhetorical Devices in the Inaugural Address

At this stage of the paper we analyze section the rhetorical moves and features present in President John Evans Atta Mills' inaugural address. Emphasis is laid on the extent to which he employed these moves and features to sound persuasive.

The analysis of the late President's inaugural address reveals five major rhetorical moves some of which have within them sub-moves or steps. The moves constitute the main rhetorical organization of the text. These include acknowledging the audience, giving thanks, and presenting agenda. The rest are soliciting for support and closing.

6.1 Acknowledging the Audience

The acknowledgement of the audience is the first move by which the President attempted to attract attention to his speech, using vocatives and recognition of his predecessors. According to Oyetade (1995), vocatives are dyadic and face-to-face situations to designate the person being talked to. They are often address terms which include titles (e.g. Mr., Mrs.) and honorifics (e.g. Honourable Members of Parliament, etc). Below are the vocatives used by President Mills:

Madam Speaker, Vice-President John Dramani Mahama, Her Ladyship Chief Justice, Hon. Members of Parliament, Our Chiefs and Queen Mothers, My fellow Ghanaians

Explicit in these vocatives is the expression of the customary respect accorded the state officials present at the function. The President acknowledged the Speaker, as it is done in the House of Parliament by employing title + position address term. The President also mentioned the full name of the Vice-President whose term of office commenced concurrently with the swearing-in of the President. Rhetorically, President Mills' sole mention of the Vice-President's full name served as an endorsement and affirmation of the Vice in full glare of the Ghanaian public. After the Vice-President, President Mills saluted the Chief Justice, MPs and the royalty, who are deemed eminent on the Ghanaian social stratum. The last addressees in the vocatives above are worthy of note. By referring to the citizenry as "my fellow Ghanaians", President Mills bridged the social gap between himself and his audience, thereby succeeding in establishing his ethos as a man of the people: Many Ghanaians, to this day, still consider him humble if not meek. Thus the use of the personal

pronouns like “my” helps to increase speaker visibility and also contributes in bridging the interpersonal gap between speaker and audience.

Following this sub-move, President Mills also recognized his predecessors. Though not mentioned in the vocatives, he acknowledged the presence two past Presidents:

I wish to begin by acknowledging the presence of my two predecessors: former President Jerry John Rawlings and former President John Agyekum Kufour.

In fact such explicit acknowledgement was crucial in his speech. This is because in Ghana’s post independence politics, President Mills had not been the only President who, till then, had the luxury of having his inaugural witnessed by two ex-Presidents. It was, therefore, felicitous on his part to recognize their presence at the ceremonial grounds. By deferring to the previous Heads of States as “my two predecessors”, President Mills enacted an identity of civility as the new President of Ghana who had taken the mantle aware of the efforts of his predecessors.

The third step was followed meticulously by welcoming special guests. Here, the President attempted to include in his acknowledgement all the guests who had travelled from all nooks and crannies to witness the inauguration. Thus he said:

I wish to extend a special welcome to all our distinguished guests who travelled from far and near to witness this momentous occasion.

Needless to say the welcoming gesture by the President created an atmosphere of conviviality for the reception of his speech. It also established a social relationship between the addresser and his addressees. All protocol observed, it was now time to show appreciation.

6.2 Giving Thanks

In Ghana, as in many cultures, showing gratitude is considered a moral ought to. So as an illustrious son, the President expressed his appreciation to all Ghanaians for reposing their trust in him by investing political authority in him. This he did by making reference to the oath he took which conferred on him the power to govern the country. He also thanked the nation for stemming the tide and showing political maturity over the tension that clouded the country during the elections. Let’s hear him speak:

We have emerged from one of the most keenly-contested elections in the history of our country. Our democracy has been tested to the utmost limit.

The significance of this statement lies in the fact that elections in some African countries like Kenya and Nigeria had degenerated into political violence, and so the President could not help but remain grateful to the people. Also, the 2008 Presidential Election ended up in a run-off the results of which were a close call for the victor. Furthermore, the Prof. Mills did not only thank the people but he also sang praises to God for the making.

This act of gratitude to the supernatural reiterates what Campbell and Jamieson (2008) and Lerner (2008), among others, see as one of the purposes of inaugurals. Next comes the business of the day.



Figure 3: Prof. Atta Mills showing gratitude to his God (Google, 2012)

6.3 Presenting the Agenda

This move, perhaps, is the most important of all the moves. The analysis shows that it constitutes the bulk of the speech. The speaker triggered this move with the following expression:

At this moment of joyful celebration, I hear a call to duty and I make a pledge to you...that I will strive to make a difference...

In spite of the brevity of the address, President Mills attempted to encapsulate the policies and plans of his government (i.e. the difference he would strive to make) for the country. In this move, he started by giving a hint about the kind of government he was going to put in place by stating:

...Ours will be a consensus-driven agenda, and in building that consensus, we will recognize the contribution of our compatriots in other political parties.

While the statement above is indicative of the conciliatory nature of the President's administration, it also aimed at reversing 'the winner-takes-all regime'.



Figure 4: *The President lifting the Staff of his authority (Google, 2012)*

This determination to succeed is realized in the President's choice of modals and action verbs. As Lilian (2008) rightly notes, modality concerns the writer's (or speaker's) attitude toward what he or she is talking about, or his or her confidence in the proposition being presented. In the context of President Mills' move of presenting his government's agenda, we found that the modal *will* was extensively used 26 times, and that most of these were in the deontic sense. The rhetorical motivation of these choices was to affirm his resolve to satisfy the needs of Ghanaians, and what he deemed important to accomplish in his tenure. Some instances of the use of this modal are captured below:

- I have always said I *will* be President for all Ghanaians...
- It *will* be my duty as President to heal wounds and unite our nation.
- We *will* not let fear of crime rob law-abiding citizens of their freedom. Improving the internal security situation *will*, therefore, be a top priority...
- Our politics *will* not focus on power and privilege.
- We *will* not pursue a policy that sees Ghanaian industries suffering from unfair competition. Our local business *will* be encouraged...

Besides the deontic modal *will*, President Mills employed the first person pronouns *I* and *We* mainly in subject positions. The effectiveness of the former was to establish his identity as the father of the nation, and the Number One Citizen who had the authority to steer the wheels of progress. The deictic *We* expresses inclusivism, and shifts its index from referring to the President's administration to focus on the audience and Ghanaians in general. This is followed by the penultimate move.

6.4 Soliciting Support

But it is often not possible to do this alone. For this reason, the Professor made a clarion call to all Ghanaians to join forces with his government to take up the gauntlet before the country and transform it. This appeal by the President initiates a psychological termination of his speech. The closure, therefore, calls for action on the part of the citizenry, an act characteristic of most presidential speeches. The persuasive element of the speech climaxes here. The President's use of 'my brothers and sisters' is reminiscent of comradeship that is typical of communist and socialist regimes that thrive on collective action and the use of solidary expressions. In any case, the statement reflects the ideology of his party, the National Democratic Congress, which campaigns as a social democrat party.

6.5 Reference to God/Benediction

This represents the final move of the president's address. This move is an invocation of the Almighty God to bless Ghana. Except for the omission of the words "our nation", the statement is a direct quotation of the National Anthem of Ghana which commences thus: "God bless our homeland Ghana, and make our nation great and strong". Apart from the benediction the expression bestows upon the nation, it performs another function of rekindling in the audience a sense of patriotism, which might have waned during the tensions of the elections. We now turn our attention to the prominent rhetorical features observable in the speech.

7. Main Rhetorical Devices in the Inaugural Address

Two basic rhetorical features were found in the inaugural address. These are metaphors and unusual collocations, and repetitions. These otherwise aesthetic literary devices were deployed by the President "to emphasize important parts of the President's speech and to make his messages appear clear and appealing" (Trosborg, 2000: 127).

7.1 Metaphors and Unusual Collocations

The essence of the metaphor is the ability to understand and experience a thing in terms of another (Lakoff & Johnson, 1980), and thus help to concretize the abstract (Mensah, 2009) This was exactly what President Mills did in his speech by transferring features that are not present in people, objects and ideas unto them. Here are examples:

- ...You will be important *reference points*...
- This is the *dawn of a new era* of change for the better Ghana.
- It will be my duty as President *to heal wounds*...
- ... *A system that is blind* to one's place in society...
- A business environment that balances the *resuscitation and growth of local industries*...

From (a) to (e) above, it is clear that President Mills' speech was replete with metaphors. In fact, of all the figures of speech in his address, metaphors dominate. In (a) the President compared his predecessors to measuring rods or standards which he will use to evaluate the success of his administration. To emphasize the change that took place following his swearing-in, the President likened this change to dawn which symbolizes a beginning (b). In his unification drive, which is characteristic of inaugurals (Campbell & Jamieson, 2008; Trosborg, 2000), the President identified with those whose parties were defeated and those who were unsatisfied by the election's results. He assured them of panacea which his government was going to introduce (c). Highlighting his government's proclivity to egalitarianism, the President pointed out that he would not countenance favoritism (d). This statement is ideologically conditioned as it echoes the President's party's social democratic principle. The expedience of the statement is prominent in the light of the fact that successive governments of Ghana try as much as possible, albeit unsuccessfully, to uproot cronyism, nepotism, tribalism and ethnocentrism from the government of the country. Finally, the President compared the change that would take place in Ghana's corporate world to a living organism in (e).

These metaphors and unusual collocations give the speech not only a persuasive effect but also a stylistic aura. They attract attention to themselves, thereby underscoring the significance of the message. As Obeng (2000) points out, metaphors enable politicians in Ghana to garner the support of their audience. At the same time, metaphors make the text interesting to listen to (Trosborg, 2000). More important, the metaphors were deployed to have long lasting effect in the minds of the audience (McQuarrie & Mick, 1996).



Figure 5: *President as a Man of the People in local market* (Google, 2012)

7.2 Repetition

The primary rhetorical motivation if repetition is emphasis. This is also true of President Mills. Interestingly, we found three unique linguistic means by which this feature was highlighted in his speech: (a) repetition of key words, (b) semantic chain, and (c) anaphora. The most recurrent words in the speech are *Ghana* and *Ghanaian* (both repeated 20 times, 10 each). The repetition of these words gives a hint that the President was preoccupied by the country he was to rule. It is also indicates that the inaugural ceremony is a time for the celebration of nationhood and constant reference to the country's name was an attempt by the President to educe, in his audience, the feeling of oneness and patriotism. For instance, in the vocative, the President had a choice of saying "My fellow citizens" instead of "My fellow Ghanaians" (6). The choice of *Ghanaians* here is apparently meant to arouse the national consciousness of the addressees, and establish the common identity of the participants. By establishing a common identity between himself and his listeners, the President levelled up the relationship between himself and his audience, thus increasing the probability of them accepting what he said. Moreover, the President, in two instances, mentioned the name *Ghana* personifying the country:

*There is only one **Ghana**, and that **Ghana** must work in the interest of every Ghanaian...*

***Ghana** will be the ultimate winner.*

Personifying the nation shows that the nation forms an organic whole and that its citizens have a common goal. This personification and the repetition of *Ghana* bolster the speaker's endeavor to instil in his audience a feeling of unity of purpose.

Lexical or semantic chains are recurring patterns of related lexical items at text level (Trosborg, 2000). The words in the various chains usually have a synonymous or hyponymous relationship (Fairclough, 1989) as they come together to form a mesh or frame of ideas. In the context of the President's speech, they served as cohesive devices to construct a frame of Ghanaian values and ideals, as can be found in the following items:

honesty, fairness, compassion and sincerity; accountability; prosperity ;
truths ; peace and unity

The words below similarly form a lexical chain of the President's party ideology:

social justice, equity and equality

In reflecting on the notion of *change* which was the catchword of his party's 2008 campaign, the President echoed such words and expressions as: changed (17); difference (24); the dawn of a new era of change (25); not change for change sake (25); change in new direction (26)

7.3 Anaphora

Anaphora is the use of the same word or phrase at the beginning of several successive clauses, sentences, lines, or verses, usually for emphasis or rhetorical effect. We observed that the structures *We will* and *I will* were used several times in the speech, especially in the rhetorical move on agenda presentation (See section 4.1.3) as that is the part of the speech where President Mills outdoored his government's agenda for the country. Because the President mainly utilized anaphors to introduce his policies, such constructions mainly took the form *personal pronoun + modal+ action verb* as exemplified below:

- *We will recognise...*
- *We will strive...*
- *We will strengthen...*
- *We will collaborate...*
- *I will be (President for all)*

It is interesting to note that *We will* recurs 11 times in the speech while *I will* is used three times. The preponderance of *We will* over *I will* intimates the President's multilateral approach to governance. In most of the cases, the use of *we* referred to the President himself and the team that he would govern the country with. It is also worth noting that in two of the three instances of the President's use of *I will*, he did not have the choice to use *We will* as he

referred to the Presidency as indicated in (e) above. Note should also be made of the stative nature of verb *be*. The president's sparing use of *I will* gives us a clue that he did not want to sound domineering and this, apart from situating the identity of the President as a modest person, reflects the image he portrayed of himself during the electioneering campaign: a humble, peace-loving person.

In short, the anaphors in the speech sought to rhetorically present the President as affable, and make the argument that nation-building is a collective responsibility.

8. Conclusion

Our analysis is a humble contribution to the burgeoning interest in presidential discourse in Ghana (Obeng, 2006; Mensah, 2009; Jantuah, forthcoming). With respect to the late President Professor John Atta Mills' 2009 inaugural address, we found that his speech encapsulated five basic moves, although three appear macro. These are *Acknowledging the Audience*, *Giving Thanks* and *Presenting the Agenda*. Taken together, most of these moves display a set of steps in an attempt to actualize their communicative efficacy. The study also found two main rhetorical features *viz.*, metaphors and repetitions, typical in President Mills' speech. These resources give us an impression of the ideology of the President and the identity he created for himself.

The implications of this work lies in its potential to spur up further research in presidential discourse in Ghana and elsewhere. Furthermore, although we focused on the inaugural address, such genres as the State of the Nation Address and the Farewell Message merit the attention of the academic community. Besides, researchers could explore such socio-matrices as ideology, identity and power in such great detail investigation has some significance in the study of rhetoric, intercultural and political communication.

References

- Agyekum, K. (2004). Invective Language in Contemporary Ghanaian Politics. *Journal of Language and Politics*. 3 (2), 345-375.
- BBC News Africa. (2012). Ghana's President John Atta Mills Dies. <http://www.bbc.co.uk/news/world.africa.1897107>.
- Caesar, J. W., Thurow, G. E., & Tulis, J. (1987). The rise of the rhetorical presidency, in T. O. Jr. Windt & B. Ingold (eds.), *Essays in Presidential Rhetoric* (2nd ed.), 3-22.

Campbell, K. K., & Jamieson, K. H. (2008). *Deeds done in words: Presidential rhetoric and the genres of governance*. Chicago: Chicago University Press.

Coker, W. (2012a). Mobile communication and the culture of self-expression: The case of SMSing to radio in Ghana. *Journal of Media and Communication Studies*, 4(5): 95- 106.

Coker, W. (2012b) Complaint strategies of SMS texts in the context of radio panel discussions in Ghana (pp. 215-226). *Festschrift in Honour of Professor K. E. Yankson*. Cape Coast: University of Cape Coast Pres.

Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.

Jantuah, B.S. (forthcoming). *A genre analysis of presidents of the fourth republic of Ghana*. An unpublished MPhil Thesis, University of Cape Coast, Ghana.

Kokutse, F. (2009). Opposition leader wins presidency in Ghana. *Associated Press* (03/01/2009).

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago

Larner, R. L. (2009). The Role of Feminine Rhetoric in Male Presidential Discourse: Achieving Speech Purpose. In CUREJ, 102. Retrieved online at <http://repository.upenn.edu/curej/102> on 12/03/2011.

Lilian, D. L. (2008). Modality, persuasion and manipulation in Canadian conservative discourse. *Critical Approaches to Discourse Analysis across Disciplines*, 20: 1-16.

McQuarrie, E. F. & Mick, D. G. (1996). Figures of rhetoric in advertising language. *Journal of Consumer Research*, 22(4), 424-438. Retrieved online at: <http://www.jstor.org/stable/2489791> Accessed on 11/10/2010

Mensah, E.O. (2009). *The use of Metaphor as a rhetorical device in some selected political speeches of Martin Luther King, Jnr. and Kwame Nkrumah: A comparative study*. Unpublished MPhil thesis, University of Cape Coast.

Nedaskivska, A. (2006). Presidential Speech and processes of language democratization in Contemporary Ukraine. *ASEES*, 39-65.

Obeng, S.G. (2000). From praise to criticism: A pragmalinguistic discussion of metaphors in African (Ghanaian) political rhetoric. 2, Auger, J. & Word-Allbritton, A. (eds), *IULC*: Bloomington, IN.

Oyetade, S. O. (1995). A sociolinguistic analysis of address terms in Yoruba. *Language in Society*, 24: 515-535.

Ryan, H. (ed) (1993). *The inaugural addresses of twentieth-century American presidents*. New York: Praeger.

Swales, J.M. (2004). *Research genres: Exploration and applications*. Cambridge, Cambridge University Press.

_____ (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Trosborg, A. (2000). The inaugural address: President Clinton's 1993 address. In A. Trosborg (ed.), *Analysing Professional Genres*. Amsterdam: John Benjamins.

Van Dijk, T.A. (1998). What is political discourse analysis?. In Blommaert, J. & Bulcaen, C. (eds.). *Political Linguistics*. 11-52.

Van Noppen, J. P. (2002). The presidential inaugural address: A genre analysis. In *Les Cahiers du CeDoP*.

Yankah, K. (2004). Language, the mass media and democracy in Ghana. *Annual Lecture in the Humanities*, 2004. Accra: Ghana Academy of Arts and Sciences (GAAS) Liberation Link.

_____ (1998). *Free speech in traditional society: The cultural foundations of communication in contemporary Ghana*. Accra: Ghana Universities Press.

UDK: 324:342.511(73)“2008“

**BARAK OBAMA I PREDSJEDNIČKA KAMPANJA 2008.GODINE –
PSIHOLOŠKA PERSPEKTIVA**

**BARACK OBAMA AND THE PRESIDENTIAL CAMPAIGN OF 2008-
A PSYCHOLOGICAL PERSPECTIVE**

MARIJA JANKOVIĆ, dipl. politikolog
Centar za monitoring i istraživanja - Podgorica

Apstrakt: Ovaj rad obuhvata različite činjenice iz Obaminog života, objašnjava povezanost među različitim uticajima koji su kreirali jednu novu političku priču u najmoćnijoj zemlji na svijetu. Pokušala sam da objasnim Obamin nevjerovatan politički uspjeh iz psihološke perspektive. Njegova prošlost predstavlja otežavajuću okolnost u američkoj političkoj kulturi, zbog njegove rase, religije, mladosti kao i zbog brojnih kontroverzi iz njegovog privatnog života. Takođe, pažnju sam posvetila manipulativnim snagama koje utiču na mišljenje svjetine. Ove snage su i pomogle Obami da sebe predstavi kao pouzdanog predsjedničkog kandidata kakav je potreban američkoj naciji.

Ključne riječi: Biografija, psihološka perspektiva, politika, izbori, politički kandidat, kampanja, manipulacija

Abstract: This paper includes various facts about Obama's life, explains the relationships between the different influences that have created a new political story in the most powerful country in the world. I tried to explain Obama's remarkable success in politics through a psychological perspective. His past is an aggravating circumstance in American political culture, especially because of his race, his religion, his youth and because of many controversies from his private life. Also, I have devoted attention to the effects of manipulative forces that make influence the opinion of the crowd. These forces have helped to Obama to present himself as a reliable presidential candidate that American nation needs.

Key words: Biography, Psychological Perspective, Politics, Elections, Political Candidate, Campaign, Manipulation

1. Uvod

Barak Husein Obama je 44. predsjednik Sjedinjenih Američkih Država. Obama je prvi Afroamerikanac koji je stupio na predsjedničku državnu funkciju. Manje iskusan u političkim trkama od svojih protivnika, uspio je da ubijedi značajnu većinu američke nacije da je on pravi čovjek za predsjednika najmoćnije zemlje na svijetu.

U ovom radu baviću se pitanjem povezanosti njegove ličnosti i uspjeha u kampanji vođenoj za predsjedničke izbore 2008. godine.

Ličnost Baraka Obame iziskuje posebnu pažnju. U radu sam obuhvatila činjenice dostupne iz njegove autobiografije i biografija pisanih o njemu, kako bih potkrijepila sadržajem period njegovog djetinjstva i perioda odrastanja sa brojnim prelomnim momentima za njegov život, zatim njegov uspon u obrazovanju i radu, početak političke karijere i njenu uzlaznu putanju.

Obamin pristup spolnjem svijetu i njegove reakcije na dešavanja koja nije mogao kontrolisati, a direktno su ostavljala traga na njegov život, pružaju temeljni uvid u njegov *psihološki profil koji će se pokazati presudnim u njegovoj borbi za simpatije i povjerenje građana*.

Njegova saznanja o društvenom životu gradila su se u okviru jasno određene etničke zajednice koja je obilježena bojom kože bila sprečavana da se uključi u procese asimilacije ili bar pravednije procese integracije u Sjedinjenim Američkim Državama. Obamina vizija američkog društva nije idejno novina, ali koristi najbolje iz tradicije ove ideje i uz iskustvo Afroamerikanca, od majke bjelkinje, na putu do jasnog političkog cilja uspijeva da pridobije pobjedničku većinu pristalica njegove ideje o potrebnom ujedinjenju američkog društva.

Ono što je bila datost Obami po njegovom rođenju i nesređen porodični život, sukobljavanje sa nepravедnim sistemima društvenog uključivanja, neizvjesnošću koju je svaka nova sredina predstavljala za njega – sveukupno je slutilo na njegov lični pad i inertni slijed primjera njegovog oca. Međutim, Obama je na svaku negativnu datost odgovarao suprotnim, pozitivnim stavom i pozitivnim željama. Snaga njegove ličnosti odvela ga je u smjeru borbe sa uspješnim krajem.

Politički napori su bili logičan slijed njegovih interesovanja i vid mogućnosti za realizaciju Obaminih ideja na visokom nivou. Predsjednička kampanja 2008.godine odraz je uspješne organizacije, inovativnog korišćenja raspoloživih materijalnih sredstava i ljudske energije. Mudro osmišljeni nastupi,

odlični govori, hrabre reakcije na kompromitujuće pritiske javnosti i posvećenost kampanji prevazišli su dotadašnje izborne kampanje u svojoj efektivnosti.

Obama je uspio sa svojim timom da pobijedi u situaciji kad su brojne političke predizborne priče već ispričane i kada su mnoge izborne strategije prozrene. Dilemu u tumačenju ovog uspjeha predstavlja pitanje o postojanju manipulativnih finansijskih snaga koje su ga podržale na tom putu, djelujući iz sjenke, što povlači za sobom i pitanje njegove stručnosti pomoću koje će u političkim vodama ostvariti *Nadu* u *Promjene*¹.

O Obami se vrlo malo znalo prije nego što je postao predsjednički kandidat. Američka politička kultura poštuje pravilo da kandidati nemaju privatni život kada postanu aktivni na američkoj političkoj sceni. Činjenice iz Obamine prošlosti koje su našle put do javnosti, nikoga nijesu ostavile ravnodušnim.

Komplikovana prošlost otvorila je prostor za brojna nagađanja u javnosti o kakvom je psihološkom profilu zapravo riječ – ko je Barak Husein Obama? Da li je njegova ličnost dovoljno jaka da podnese teret obaveza koje funkcija predsjednika SAD-a nosi sa sobom? Da li je istinski reformator, mirotvorac, ujedinitelj ili je politička marioneta ekonomskih moćnika?

Ne postoji pravi odgovor na ova pitanja. Obama je za sebe rekao: „Ja sam nesavršeni brod za vaše nade i snove.“² Ovo priznanje je znak prepoznavanja Obaminih slabosti. Svijest o ličnom nesavršenstvu nije samo dio prirodne ljudske samospoznaje, već je u Obaminom slučaju trag samopotčinjavanja zbog opterećujuće prošlosti. Zato su *Nada* i *San* (kurziv M.I.) ključne Obamine vodilje u emotivnoj potpori njegovih racionalnih koraka.

Kod njega je emotivna komponenta stava prilično izražena i ona se pokazala vrlo značajnom u njegovoj politici, a posebno u predizbornoj kampanji. Naime, Obami je emotivna nesigurnost posljedica prije svega odsustva očeve ljubavi i drugih emotivnih razočaranja, tako da u svakom dijelu svojih aktivnosti on utkiva emociju kao parcijalnu nadoknadu za propuštenu, preciznije nepruženu emotivnu potporu u djetinjstvu. Kao da osjeća da će pružanjem onoga što je njemu falilo naići na pozitivnu reakciju i povjerenje. I uspjelo mu je. Da li je to bila manipulativna tehnika koju je koristio u predizbornoj

¹ Svi prevodi sa engleskog su moji *Nada* (Hope) i *Promjena* (Change) su glavne poruke Obamine predsjedničke kampanje 2008. godine

² Purdum, Todd, *Vanity fair*, March 2008. in Webster Griffin Tarpley, *Barack H. Obama The Unauthorized biography*, Progressive, 2008., str.13.

kampanji? Vrlo je moguće da je njegova lična emotivna nesigurnost udružena sa stručnim znanjem poznavalaca ponašanja masa, koji su ključni resurs za bilo koju kampanju, pronašla svoj put upotrebljivosti.

2. Porijeklo, porodica i djetinjstvo Baraka Obame

Barak Husein Obama rođen je 4. avgusta 1961. godine na Havajima, dakle, ne na teritoriji SAD-a, što je jedan od uslova da bi neko mogao biti kandidat za predsjednika. U kritičkoj biografiji, koju je o Obami napisao Griffin Tarplej, navodi se da je na Havajima najlakše dobiti američko državljanstvo, tako da nije teško pretpostaviti kako je Barak Obama uspio da postane Amerikanac.

Njegovi korijeni, po očevoj liniji, sežu do plemena Luo iz Kenije. Način života pripadnika Luo plemena je šokantna priča za američku kulturu i kao takva je otvorila dileme u više pravaca.

Njegov djed, Husein Onjango Obama, bio je tradicionalni Luo plemeničnik, poligamista, strog i sklon nasilnom ponašanju. Njegov otac, Barak Husein Obama Senior, bio je inteligentan, vispren ali i nedisciplinovan.³

Obama danas ima više polubraće i polusestara, sa kojima nije izgradio blizak odnos. Živjeli su u različitim državama, drugačijim načinom života, vezani opterećujućom pričom o ocu koji nikada nije brinuo o njima. To je i dovelo do toga da sada Obamin polubrat živi siromašno u Keniji, dok slavni Obama vlada najmoćnijom zemljom u svijetu. „Ako Obamin brat ne dobija pomoć od Baraka i Mišel, šta onda može američki narod da očekuje osim prevare?“⁴

Barak Obama je odrastao sa majkom, njenim roditeljima i očuhom. Njegova majka radila je za *Ford Fondaciju*. Prilikom nemira u Indoneziji od 1968. do 1973. godine živjeli su u Džakarti, gdje je Obama i pohađao školu. „Kada je pohađao teći razred napisao je esej o tome da želi da bude predsjednik, ali još uvijek nije bio siguran koje zemlje.“⁵ Nakon drugog razvoda, Obamina majka odlazi na Havaje i studira antropologiju. Barak ostaje sa njenim roditeljima.

U svojoj autobiografiji Obama ne pokušava da prikrije lošu narav svojih predaka. On ističe da je lično takvu ne poznaje i da samo zna priče koje su

³ Isto, str.18.

⁴ Isto, str.23.

⁵ Isto, str.30.

mu pomogle da stvori sliku o svojoj porodici, a posebno svom ocu. Naglašava svoja osjećanja i razmišljanja koja su pokrenuta tim saznanjima. Takvim pristupom u autobiografiji pokušava da se predstavi racionalnim i da se distancira od tereta prošlosti koji bi mogao negativno uticati na njegovu karijeru. Sebe želi predstaviti kao pojedinca svjesnog svih komplikovanih okolnosti za koje nije odgovoran. Svojim primjerom pokazuje da je bolji i da radi drugačije, da umije da sarađuje sa ljudima. Zasnovao je porodicu i vrlo joj je posvećen. Obama ističe da nije opterećen religijskim pitanjima kako bi izbjegao opširna pitanja o muslimanskim religijskim korijenima. On šalje poruku da želi prevazići podjele, ali sa akcentom na pitanje rase. Njegove ideje o prevazilaženju podjela i smanjenju diskriminacije u društvu su humane i osvježavajuće u svijetu punom sukoba. Pojavio se u trenutku ljudske gladi za mirom i boljim životom. Način na koji se izborio sa *napadom prošlosti* (kurziv M.J.) pokazuje jaku volju i snagu, znanje i mudrost, ali pojedini istupi u govorima, TV nastupima i političkim potezima, pokazuju da je njegova emotivna nesigurnost jak trag nesređenog djetinjstva i problematičnog vaspitanja.

3. Školovanje Baraka Obame

Obama je završio Akademiju Punahou na Havajima 1979.godine. Nakon toga je upisao Occidental College u Los Angelesu. Dvije godine kasnije na Kolumbija Univerzitetu u Njujorku specijalizirao je međunarodne odnose na političkim naukama. Godine 1985. odlazi u Čikago i tamo sarađuje sa lokalnim crkvama. Radio je kao organizator u zajednici pomažući poboljšanje uslova života za tamošnje stanovništvo. U ovom periodu upoznat je sa značajem religije za afroameričku zajednicu. „Pridružio se Rajtovo crkvi, i Rajt je postao njegov svještenik i savjetnik.“⁶

Godine 1989. radio je kao saradnik u pravnoj firmi Sidley&Austin u Čikagu, gdje je i upoznao svoju sadašnju suprugu Mišel Robinson. Diplomirao je pravo na Harvardu 1991. godine. Period školovanja u Punahou, u svojoj knjizi Obama predstavlja kao težak period, kada je uložio ogromne intelektualne i emotivne napore da se uklopi u novu sredinu. Međutim Havaji su područje gdje se različite kulture lako „stapaju“ - pravi *melting pot* (kurziv M.J.).

Obama je patio zbog odsustva roditelja i taj osjećaj da je napušten, povlačio je za sobom niz drugih stanja učmalosti, očaja, depresije. Ono što bi za

⁶ Greenstein, Fred I., *The Leadership Style of Barack Obama: An Early Assessment*, The Berkeley Electronic Press, 2008., str.3.

njegovo političko obrazovanje bilo značajna činjenica iz tog perioda jeste poznanstvo sa članom Komunističke partije SAD-a Frank Maršal Dejvisom. Osim od svoje majke, prosovjetski orijentisane, moguće da je i od Dejvisa dobio znanja o komunističkoj ideologiji. Mada joj nije toliko bio privržen, Obama je na ovaj način proširio prostor za političku manipulaciju. Drugi, daleko moćniji su mu pomogli da uobličí svoja znanja kao manipulativno sredstvo. Imao je odlične prilike za školovanje. Nije riječ o talentu sa natprosječnom inteligencijom, već o moći drugih da ga naprave po mjeri njihovih ekonomskih i političkih interesa. Njegova majka je bila važan operativac u *Ford fondaciji* i to je prvi znak njegove veze sa tom organizacijom. „Obama nije proizvod meritokratije ili talenat koji obećava karijeru, on je plod posebnog tretmana, koji se zasnivao na zaštiti manjina favorizovanih od strane fondacija, kao ključne strategije da američko društvo održe heterogenim kako bi uvijekječili oligarhijski finansijski princip.”⁷

Ford fondacija i druge satelit fondacije su mu omogućile uspon u obrazovanju, a kasnije se njegovom intelektualnom oblikovanju posvetila i *Trilateralna komisija*, privatna organizacija koju je osnovao Dejvid Rokfeler na ideju Zbignjeva Bžežinskog. To su organizacije koje imaju jak uticaj na globalna socijalna, politička i kulturna dešavanja. Kroz svoju ekonomsku moć, koja diktira funkcionisanje svih ostalih društvenih odnosa, dominiraju i upravljaju netransparentno svim segmentima koji se tiču političke kreacije i djelovanja, nezavisno od teritorije. Stipendirajući određene pojedince uče ih kako i u kom pravcu i sa koje pozicije da djeluju. Obama je jedan od njihovih najuspjelijih proizvoda (kurziv M.J.).

Occidental College u Los Anđelesu je period kada je Obama stekao društvo koje ga danas politički kompromituje. Bili su to ljudi za koje se saznalo da imaju kontroverzne stavove o miru, saradnji, progresu, kulturi i naravno rasi. Postavlja se pitanje koliko su uticaja imali na Obamu, koliki su dio svojih ekstremnih stavova utkali u njegove stavove, i da li je zaista moguće da Obama u svojoj kampanji svoje eventualne ekstemističke poglede, npr. na rasu i diskriminaciju Afroamerikanaca, tako dobro može da prikriva? S obzirom na to da je pokazao snagu i želju da uspije, pa i pored toga što su ga drugi namjenski forsirali u tome (*Ford fondacija i Trilateralna komisija* ne biraju nasumične svoje podanike- Obama je morao ispunjavati neke uslove), moguće je da je

⁷ Tarpley, Griffin, *Barack H.Obama The Unauthorized biography*, Progressive,2008., str.37.

uspio da lično prevaziđe konformizam sa društvenim stereotipima. Ili je bar naučen tome.

Moćnici koji stoje iza Obame imaju potrebu za ljudima koji brzo uče i skloni su podređivanju uticaja jačih, poštuju autoritet i ono što je vrlo važno - nemaju ličnih principa kojih bi se držali po svaku cijenu. Obama je upravo takav. Njemu je nedostajao očev autoritet u djetinjstvu, majka je često bila odsutna, baba i djed su bili previše empatični, što je sveukupno dovelo do toga da Obama bude nesiguran. Naviku da radi stekao je pod uticajem primjera svoje majke, koja je ulagala veliki napor da doprinese poslovanju *Ford fondacije*. Ova fondacija je bila organizacija koja ih je *hranila* (kurziv M.J.) i na neki način bili su joj dužni. Ljudi koji gaje strahopoštovanje prema autoritetu, imaju često osjećaj da tom autoritetu stalno duguju.

Izložen *tretmanu ispiranja mozga*⁸, kao i svi puleni *Ford fondacije*, naučen je da sarađuje sa svima, da bude hrišćanin među hrišćanima, musliman među muslimanima, ateista među ateistima, da prilagodi svoja ideološka ubjeđenja onima koja su ubjeđenja njegovog sagovornika, da svoj status prilagodi statusu ljudi koji ga okružuju.

Podatak koji datira iz perioda školovanja na Occidental college-u, a mrsi konce u političkoj karijeri Obame, govori o tome da je koristio marihuanu. I sam je to priznao u svojoj knjizi „Snovi moga oca“, autobiografiji koju je napisao prije svoje četrdesete godine. U vrijeme objavljivanja knjige „Snovi moga oca“, knjiga je pružila odgovore na očekivane kontroverze koje će kasnije biti predmet interesovanja javnosti i malo je vjerovatno da je ovo slučajno. Autobiografija više ostavlja utisak proračunatosti (Obamine ili plaćenog „autobiografa“) i može se prepoznati kao sredstvo manipulacije koje će običnog čitaoca čak rasplakati u pojedinim momentima. Ipak, iskusnijima neće promaći da primijete da je vrlo neobično da mlad čovjek piše autobiografiju.

Nakon Occidental college-a odlazi na Kolumbija Univerzitet u Njujorku. Danas nema puno informacija o tom periodu Obaminog školovanja. Postoji identifikacioni dokument u kome piše da je strani student, što je opet izazvalo sumnje da Obama ispunjava uslov za kandidaturu za američkog predsjednika. Ove špekulacije nijesu nikad do kraja potvrđene, ali ni opovrgnute.

Na Kolumbija Univerzitetu je sarađivao sa Bžežinskim, svojim političkim mentorom. Bžežinski je u okviru Trilateralne komisije bio na zadatku re-

⁸ Isto, str.45. i 52.

grutovanja političkih individua. Zanimljivo je da je Obama svoj specijalistički rad pisao na temu „Sovjetsko nuklearno razoružanje.“⁹

Nakon završenog školovanja u Njujorku, radio je u *Međunarodnoj poslovnoj korporaciji* kao novinar i reporter. Svoju poslovnu ulogu je preuveličao dodajući joj razne detalje, koje njegovi tadašnji saradnici poriču kao istinite. Tarplej ovu Obaminu sklonost preuveličavanju i pridavanju sebi većeg značaja smatra tipičnom megalomanskom.¹⁰

Rad u poznatoj Sidney&Austin pravnoj organizaciji značajan je zbog susreta sa budućom suprugom Mišel Robinson. Kasnije je oženio Mišel, crkinju što je i politički pametan potez. Proračun je glasio: ako bi nekad bio predsjednik, oženjen bjelkinjom bio bi osuđen prije svih od crkinja i to bi bio potez koji bi pokazao izdaju u smislu potčinjavanja ionako superiornim bjelkinjama, dok bi u očima bijelih ljudi to bio potez mlakog dokazivanja lojalnosti. „Supruga bjelkinja bila bi političko samoubistvo.“¹¹

Na Harvardu je bio prvi crnac izabran za predsjednika studentskih novina *Harvard Law Review*. To je bio politički dobar predznak za dalja napredovanja u njegovoj karijeri usmjeravanoj od strane fondacija. Na Harvardu su se školovali skoro svi stipendisti *Ford fondacije*.

4. Početak političke karijere i politički uspon Baraka Obame

Godine 1996. Obama je izabran u Senat države Illinois, a 1998. i 2002. godine je reizabran u istom tijelu. Godine 2004. na listi Demokratske stranke izabran je u Senat Kongresa SAD kao predstavnik države Illinois. A 2007. godine u Springfieldu, u Illinoisu objavljuje da učestvuje na predsjedničkim izborima SAD-a koji će se održati 2008.godine.

Na partijskim predizborima, za izbor predsjedničkog kandidata Demokratske stranke, pobjeđuje u Ajovi. To je početak borbe sa glavnom konkurentkinjom Hilari Clinton. Do početka maja bilo je jasno da je Obama odnio pobjedu nad Clintonovom i da će biti kandidat Demokratske stranke na predsjedničkim izborima.

Kada se se Alis Palmer povukla iz Senata, Obama je vidio svoju priliku da započne političku karijeru. Objavio je svoju kandidaturu, osnovao je orga-

⁹ Isto, str. 53.

¹⁰ Isto, str. 61. Megaloman je osoba koja pati od poremećaja u doživljaju realnih sposobnosti svoje ličnosti, često uobražava da je genije, mesija, predvodnik.

¹¹ Tarpley, Griffin, *Barack H. Obama The Unauthorized biography*, Progressive, 2008., str. 61.

nizaciju za kampanju i počeo je da sakuplja potrebna sredstva. Prva prepreka bila je mogućnost povratka Palmerove u trku za senatorsko mjesto. Uprkos savjetovanjima da joj ustupi mjesto, Obama je bio odlučan da nastavi. I uspio je da se kandiduje, jer je imao regularnu listu potrebnih potpisa, za razliku od svojih oponenta.

U Senatu države Illinois je radio od 1997. do 2004. godine. Uvijek je bio prisutan skepticizam povodom njegove politike i načina na koji ju je predstavljao. Njegovi govori su izazivali različite komentare i njihova analiza je dio interesovanja mnogih stručnjaka. Kako od strane svojih glavnih „sponzora“ nije forsiran da usvaja uskostručna znanja, već da jača harizmu i lako osvaja simpatije kroz uopštena znanja, tako nije iznenađenje što je postojao skepticizam kod drugih ljudi sa kojima je radio.

Obama je magistrirao političke nauke u Springfieldu i time je prikupio dovoljno podataka za svoj CV da bi se uklopio u sliku pravog političkog predstavnika. Trudio se i da svoju privatnu sferu obogati detaljima koji će pojačati pozitivan utisak o njemu- učio je da igra poker i golf.

S druge strane bio je ograničen republikanskom kontrolom sve do 2003. godine, kada su demokrate preuzele vlast. U timu novog senatora Emil Džonsa, Obama je radio na obezbjeđivanju poreskih kredita za radnike sa niskim primanjima, povećanju subvencija za čuvanje djece, jačanju etičkih standarda javnih funkcionera. Jednoglasno je prihvaćen njegov prijedlog da se prekine praksa iznuđivanja priznanja i da se policijska saslušanja počnu snimati.¹²

U januaru 2003.godine Obama objavljuje svoju kandidaturu za Senat Sjedinjenih američkih država. Prva stepenica bili su izbori za kandidata Demokratske partije. TV kampanja je bila jaka i pomogla je Obami da na svoju stranu privuče unije poslodavaca, naklonost novina i samih demokrata. To je bio period njegove političke transformacije. Pozvan je da izloži ekspozice na Konvenciji demokrata. Njegovo izlaganje se baziralo na značaju njegovog multikulturnog porijekla. „Ne postoji liberalna Amerika ili konzervativna Amerika- postoje *Sjedinjene*¹³ američke države. Ne postoji Crna Amerika i Bije-

¹² Charles, Peters, „Judge Him by His Laws,” Washington Post, January 4, 2008. Janny Scott, „In illinois,Obama Proved Pragmatic and Shrewd,New York Times, July 30, 2007. u Greenstein, Fred I., *The Leadership Style of Barack Obama: An Early Assessment*, The Berkeley Electronic Press, 2008., str.4.

¹³ Kurziv u originalu teksta

la Amerika, Latino-Amerika i Azijska Amerika- postoje samo *Sjedinjene američke države*.“¹⁴ Ovaj govor označice početak narastanja podrške Obami. Postao je slavan na nacionalnom nivou i bilo je jasno da će njegova nominacija biti uspješna. „Obama je izabran sa 70% glasova- što je rekord za izbore u državi Illinois.“¹⁵

5. Predizborna predsjednička kampanja Baraka Obame 2008. godine

Zvanična objava Obamine kandidature za predsjednika bila je u februaru 2007.godine u Springfieldu. Konkurenti su mu bili Hilari Klinton, senatorka Njujorka i Džon Edwards, bivši senator Sjeverne Karoline. Obamina prednost ogledala se u njegovoj organizaciji, dobro osmišljenoj kampanji, vrijednim saradnicima i velikom entuzijazmu, a posebno u tome što je bio protivnik rata u Iraku, za razliku od Klintonove i Edwardsa.

U januaru 2008. i zvanično je počela predizborna trka u Ajovi. Za Obamu je bilo važno da prvi učinak u kampanji bude dominantan baš u Ajovi, gdje je i osvojio 38% glasova.

Zatim je uslijedilo osvajanje Nju Hempšira, gdje je Klintonova odnijela pobjedu, dok je Edwards odustao od izborne trke. U junu je Klintonova ustupila mjesto Obami, kome je novi konkurent bio senator Džon Mekejn iz redova republikanaca.

5.1 Organizacija kampanje

Tokom kampanje potrebno je izgraditi jaku vezu sa biračkim tijelom. Obama kao novajlija u izbornoj trci imao je teži zadatak. Njegova strategija morala je uključiti inovativne metode. Politički savjetnici, nezamjenljivi u predizbornim kampanjama u SAD-u, intenzivno su radili na Obaminom imidžu, osmišljavali su komunikativnu strategiju, zavisno od same publike kojoj se Obama kao kandidat obraćao.

Marketing je put prodaje kandidata. U tom procesu ističu se pozitivne strane kandidata, dok se negativne nikada ne pominju. Cilj je dobiti dovoljno glasova za pobjedu. Zato je važno da kandidat shvati potrebe građana i prioritete među njihovim interesima. Važno je i da umije da se nosi sa protivkandi-

¹⁴ <http://obamaspeeches.com/002-Keynote-Address-at-the-2004-Democratic-National-Convention-Obama-Speech.htm>

¹⁵ Greenstein, Fred I., *The Leadership Style of Barack Obama: An Early Assessment*, The Berkeley Electronic Press, 2008., str.5.

datum. U borbi sa Mekejnom može se reći da je Obama bio lukaviji. Njegova kampanja nije u značajnoj mjeri uključivala napade na Mekejna niti isticala njegove loše osobine. Mekejn je ipak izabrao drugačiju taktiku koja se pokazala neproduktivnom, i to ne samo zato što je situacija takva da neko prosto mora da pobijedi, već je nizom loših izjava i manje intenzivnom saradnjom sa medijima odvratio simpatije birača.

Američki glasači su nestabilni u svojim političkim preferencijama. To je omogućilo Obami da pridobije za sebe većinu Afroamerikanaca, koji su bili tradicionalno biračka podrška Hilari Clinton. Takođe, mladi ljudi nijesu bitno zainteresovani za politiku i učešće na izborima, ali Obama se približio mlađoj populaciji putem društvenih internet- mreža MySpace i Facebook. Njegov tim je dobro proučio karakteristike biračkog tijela i Obama im je prilagodio svoje ponašanje. Korišćenje Interneta za osvajanje povjerenja glasača je dobro izabran način da se plasira novi kandidat na izbornom tržište i izgradi veza sa simpatizerima. Na drugoj strani, Mekejn je imao značajno manje obožavalaca na facebook-u, moguće zato što je on ipak najstariji predsjednički kandidat, pa samim tim neprivlačan za mlade ljude, koji uglavnom ne vole „suvu politiku“ od koje iskusni Mekejn nije mogao pobjeći. Obama im pruža više zabave, a i njegova biografija se uklapa u frazu „*Sve je moguće!*“ koja za mlade ljude predstavlja ideološki temelj.

Obama je sakupio veliku sumu sredstava mobilisuci aktiviste, donatore i glasače putem interneta. Nije učestvovao u sistemu javnog finansiranja, dok je Mekejn radio suprotno. „U stvari, nema te sume novca, ma koliko bila velika, koja može da zameni mrežu odnosa i organizaciju koje kandidat treba da aktivira da bi bio izabran.“¹⁶ Na Obaminom promotivnom materijalu je naglašena *Promjena*, glavni slogani su *Promjena u koju možemo da vjerujemo* i *Da mi možemo*. Zanimljiv je logo korišćen u kampanji koji se sastoji od kruga u čijem je centru predstavljen izlazak sunca na pozadini u bojama američke zastave. To je simbol promjene i nade. Mada Tarplej pronalazi na logou simbol terorističke organizacije *Weatherman*, sa kojom Obama navodno ima veze: „Plavi oval kao vrata sa prugama, pojavljuje se na dnu kao hibrid *Weatherman-ove* duge i munje, koja je istetovirana na vratu Ajersa(...).“¹⁷

Kako slika vrijedi više od hiljadu riječi, tako se posebna pažnja mora posvetiti fotografiji koja će se naći na promotivnom materijalu. Obama na

¹⁶ Bruna Pusteto, Marija, *Politički marketing*, Beograd, Clio, 1996., str.24.

¹⁷ Tarpley, Griffin, *Barack H.Obama The Unauthorized biography*, Progressive, 2008., str.414.

fotografijama uglavnom djeluje kao ozbiljan, mudar čovjek, pogled je usmjeren pravo kao odraz odlučnosti ili na gore, kao znak optimizma, čelo je blago naborano kao da razmišlja. Ovako izložen procjeni birača može dobiti velike simpatije i povjerenje, jer djeluje pouzdano i smireno.

Obamina reklamna kampanja je biografska sa naglašenim patriotizmom. Kako to obično biva kod američkih predsjedničkih kandidata, oni se prikazuju kao porodični ljudi, koji imaju kućne ljubimce, nasmijani su i srdačni ljudi.

5.2 Senzacionalizam Obamine kampanje sa osvrtom na film „Wag the dog“

Tipično za američke predizborne kampanje je prisustvo senzacionalizma. Mediji su ti koji potkrepljuju ovaj običaj do neslučenih razmjera. Film „Wag the dog“ je odličan prikaz same pozadine predizbornih dešavanja i bezobzirne manipulacije masama.

U filmu „Wag the dog“ je prikazan proces koji uključuje niz krupnih elemenata u cilju pobjede na izborima. Prioritet u predizbornim kampanjama predstavlja očuvanje „čistom“ ličnost predsjednika, odnosno *konja kojeg ne valja mijenjati na pola sezone*. Konj je simbol predsjedničkog kandidata koji mora da istrpi mnoge pritiske uz uvijek graciozan stav. Kandidat je njegovan konj, *namijenjen* za takmičenja (i pobjede naravno), i njegova ličnost je dio puta do pobjedničkog mjesta. Zato je imperativ kreirati kandidatovu ličnost po mjeri jednog „racionalnog“ spektakla, koji će osvojiti dovoljno glasova.

Politika se pretvorila u medijski spektakl i postalo je važno privući glasače, predstaviti im idola, predvonika nacije kao hrabrog i sposobnog. Američki predsjednici vole da ističu svoj humanizam i da u svaku svoju odluku upletu razloge borbe za demokratiju i slobodu. Važno je sačuvati predsjednika od njegovih, za politiku previše ljudskih, a za moral nedopustivih slabosti. Politika ima neslućene mogućnosti u manipulisanju medijima. „Sve je u razmišljanju unapred. (...) Ovo je politika u pravom smislu te reči.“ – rečenice iz filma. Politika je borba interesa i ostvarenje interesa je vrlo težak put koji zahtijeva znanje, rad, sreću i novac. Moć presuđuje i trasira put manipulaciji svim sredstvima.

Konsultanti su tu da prave predsjednika po gotovo idealnim standardima. Masa željna medijske zabave i naviknuta na nju, može najlakše primiti upravo takve „ružičaste“ sadržaje. Predsjednik je proizvod:produksijski, proizvod glume, modne kreacije, muzičke produkcije.

Ono što se predstavlja u javnosti je prava maskarada u odnosu na ono što se krije u pozadini: bezbroj bezobzirnih poteza, sukob ličnih sujeta, sukob ambicija, kruženje neistina, surovi neetički profesionalizam oslobođen od ljudskog razumijevanja i saosjećanja. Hrabri pojedinci koji naslućuju istinu koju kritikuju, mogu to činiti dok ne dosade ili dok ne budu sasvim blizu istine. A sila neće dozvoliti da istina bude otkrivena („Nećeš ovo nikada nikome reći!“), bar dok se ne rodi nova sila. Iskustvom podučeni znamo da nova sila i nova maskarada idu zajedno. Mediji će ostati najjače sredstvo na tom putu. Važno je samo da „*nešto kapne*“ (kurziv M.J.).

Ni Obamina predizborna kampanja nije izuzetak u ovom pogledu. Iza njega stoji moćna mašinerija bivših terorista, mafijaša, društvenih naučnika. „Fondacije su efektivnije u socijalnom regulisanju, inženjeringu i političkoj manipulaciji jer mnogo ljudi zapravo nije svjesno ogromnog obima njihovog poslovanja (...).“¹⁸ Kontroverzna poznanstva i sponzorske veze odnose se na Vilijama Ajersa¹⁹ i Tonija Rezka²⁰.

Obama je imao dobru komunikaciju sa medijima. Koristio je sve mogućnosti da se približi biračima, svjestan da mu mediji mogu omogućiti da se obrati većem broju ljudi nego što će uspjeti da ih okupi na jednom mjestu. Za dobar imidž važna je i verbalna i neverbalna komunikacija. Obamine verbalne sposobnosti su njegov najvrijedniji adut, jer ga izdvaja od ostalih u isključivo pozitivnom svijetlu. Gestikulacija je dobro uvježbana, uzdržana i upotrebljava je kada ističe one ključne stavove kojima treba pojačati efekat rečenog. Obama na sceni apsolutno dominira.

U njegovoj kampanji su gotovo idealno upotrijebljena sredstva, dakle, na način da je profesionalizam došao do izražaja kroz komuniciranje koje je strateški bilo pametno osmišljeno uz dobru saradnju sa medijima. Mekejn nije uspio sa svojim timom da osmisli dobar sistem kako bi ovi bitni elementi u komunikaciji sa masom djelotvorno funkcionisali.

5.3 Incidenti u kampanji

Kandidat za predsjednika mora da zna kako da reaguje u nepredviđenim situacijama. Najopasnija takva situacija za Obaminu kampanju desila se u

¹⁸ Tarpley, Griffin, *Barack H. Obama The Unauthorized biography*, Progressive, 2008., str.69.

¹⁹ Ajers je pripadnik revolucionarne grupe koja je tokom '60.-ih i '70.-ih organizovala bombaške napade na javne institucije protestujući zbog uključenosti SAD-a u Vijetnamski rat

²⁰ Rezko je američki biznismen optuživan za prevaru i mito

martu 2008.godine kada su mediji objavili dijelove propovijedi Obaminog sveštenika Džeremi Rajta. Rajt je u svom govoru osuđivao, čak proklinjao Ameriku i njene institucije sa rasističkim stavom i negativnim emocijama. Kako neko ko je tako blizak Obami može govoriti na taj način o američkoj naciji? U takvim političkim borbama ovaj incident je bio šokantan. Težinu mu je uvećavao sav ostali teret Obamine prošlosti, Obamino neiskustvo u tako stresnim i intenzivnim kampanjama. Čini se da je Obama reagovao na incident kao na još jedan u nizu pritisaka koju su neizbježni u kampanji. Prepreku je prevazišao odličnim *govorom održanim u Filadelfiji*.²¹ Osim Rajta i kontroverznih saradnika, pojavio se i Pflieger kao još jedan rasistički provokator. Za njega je Amerika najveći grijeh protiv Boga, a rasizam je nešto od čega je američki narod zavisao.²²

5.4 Poređenje Obamine i Mekejnove predizborne kampanje

U Obaminom političkom programu istaknutom tokom kampanje akcenat je na povlačenju američkih trupa iz Iraka. Rat u Iraku je mrlja američke politike. Program uključuje i povećanje energetske nezavisnosti, smanjenje uticaja lobista i jačanje zdravstvenog osiguranja. „Dva pitanja imala su izuzetnu važnost- nepopularnost predsjednika Buša i ozbiljan ekonomski pad koji je opterećivao naciju.“²³

Mekejnovi napori da se distancira od Bušove politike bili su i zakašnjeli i neuspjeli. S druge strane, sve svoje prednosti Obama je vrlo vješto iskoristio. Izabran je sa 53% osvojenih glasova. On je predizbornu trku pametno priveo kraju. Ključni aduti u kampanji su bili: komunikacija sa publikom, organizacioni kapacitet, političko obilježje, politička vizija, kognitivni stil i emotivna inteligencija.²⁴

Mekejn je akcenat u svom programu stavio na finansijsku krizu, nacionalnu bezbjednost, reforme obrazovanja i poreske olakšice. Podržao ga je nepopularan predsjednik Džordž Buš, što mu nije puno pomoglo da pridobije simpatizere. Često je u kampanji napadao Obamu, zbog porijekla, poredio ga je sa muzičkim pop zvijezdama, kritikovao je njegove sposobnosti da vodi

²¹ Opširnije o ovom govoru pogledati pod Analiza Obaminih govora

²² Tarpley, Griffin, *Barack H.Obama The Unauthorized biography*, progressive, 2008., str. 110.

²³ Greenstein, Fred I., *The Leadership Style of Barack Obama: An Early Assessment*, The Berkeley Electronic Press, 2008.,str.7.

²⁴ Isto, str.8. i 9.

zemlju kao što su SAD. Kyrala je putem sistemske lingvističke analize uzoraka iz Obaminih i Mekejev govora došao do zaključka da su obojica koristili različite tehnike da bi postigli isti cilj. Obamina prednost je u brojnijem korišćenju verbalnih i mentalnih procesa i u tome što sebe predstavlja kao *prvog* (kurziv M.J.) među onima koji žele napredak i koji će preuzeti inicijativu, dok se Mekejn sebe kao ličnost izoluje iz konteksta onoga o čemu govori.²⁵

Jakobson ističe da u Mekejnovi glasači Obamu doživljavali kao ekstremno liberalnog, dok ga je manji broj birača Obame ocijenio na taj način. Veća saglasnost postoji kod ocjene Obame kao liberalnog, a Mekejna kao konzervativnog.²⁶

6. Analiza Obaminih govora održanih tokom predizborne kampanje 2008. godine

Obamina sklonost egzistencijalizmu čini ga dobrim govornikom pred masama. Opremljen je da piše govore pune očaja, otuđenja, metafizičke samoće, privid patetične želje da uvjeri publiku u zajednicu, nadu i promjenu. Obamin fatalizam i egzistencijalizam je uvijek prisutan na njegovim nastupima. Izaziva i odaje moćne emocije kao neupitne, mada su katkad iritirajuće i sociopatske.

Još za vrijeme srednjoškolskih aktivnosti je shvatio značaj kontakta sa masom. Koristio je emotivno obojene riječi u svojim govorima, čak pjesničke izraze i tako pridobijao ljude za svoju ideju borbe protiv aparthejda. Bio je svjestan da: „Pravim rečima sve se može promeniti (...).“²⁷

Nastupa kao muzička ili glumačka zvijezda, kontaktira sa publikom, trudi se i da ih nasmije. Njegovi govori nijesu sadržinski fokusirani na stručne teme. Njegova priča je uopštena, sa banalnim primjerima, kojima želi dokazati da je i on samo običan čovjek. Ne daje obećanja, ulogu reformatora i mirotvorca prebacuje upravo pojedincu iz mase i masi kao cjelini. Vrlo često u toku govora laska samoj publici- govori im o njihovoj snazi, žrtvi koju moraju podnositi svakog dana za svoju djecu i porodicu, njihovoj moći da upravljaju društvom, njihovoj želji da prevaziđu međusobne podjele.

²⁵ Kyrala, Cadmus, *Systematic linguistic analysis of samples from economic speeches by Barack Obama and John McCain*, Journal of Language and Policy, 2010., str. 81. i 82.

²⁶ Jacobson, Gary C., *Legislative Success and Political Failure: The Public's Reaction to Barack Obama's Early Presidency*, Presidential Studies Quarterly, 2011., str. 221. i 222.

²⁷ Obama, Barak, *Snovi moga oca*, Beograd, Evro Giunti, 2009., str.128.

Mada je tipično za govore pred masama, kod Obame je posebno vidljiva primjena pravila da se masi treba obraćati kao da govorite i nešto objašnjavate djeci. Kod njega nije samo riječ o upotrebi termina koji su svima poznati, već o cjelokupnoj sadržini koja je „pitka“ i ne zahtijeva prevelike kritičke napore i razmišljanja.

Obama je ipak, emotivno nesiguran. On je i sam uzbuđen zbog cijele situacije koja poprima tako značajan nivo važnosti i publiciteta. Teleprompter je za Obamu nezamjenjivi saradnik. On dinamično okreće glavu lijevo-desno i čita tekst govora, u uspravnom položaju, kako i dolikuje jednom pravom lideru. Obama se lako uživljava u ulogu čovjeka koji može promijeniti sve i spasiti svijet. Na tom mjestu je opet naglašena njegova megalomanska strana. On je učen da vjeruje u sebe, njegovi sponzori, savjetnici, njegova supruga- svi su mu davali podršku. Obama je bio uvijek zavisao o tuđim kritikama u smislu da ga je i obični razgovor mogao promijeniti, stvoriti mu nove ideje, drugačiju percepciju okruženja, ali poseban polet mu je dalo saznanje da drugi ljudi drže do njegovog mišljenja. To je za njega bila razmjena uloga koju je prihvatio kao svoj napredak i kao takvog ga je njegovao i jačao.

Obama je uspio uprkos svim tim očiglednim nesavršenostima. Dio razloga leži u tome da su ljudi previše umorni od ekonomskih tema, stručnjaka koji znaju *zašto* ali ne i *kako*, oni su među sobom toliko otuđeni u trci procesa globalizacije, preplavljeni stresom da im je upravo „lijepa priča“ bila potrebna kao znak da su ujedinjenje i zajednička akcija ipak mogući.

Obama se tokom kampanje koristio vještom i isprobanom metodom naglašavanja problema i ubjeđivanja ljudi da ih mogu sami riješiti. Važno je da ljudi osjete da imaju moć da to urade. Bitno je prevazići sumnje i izgraditi kredibilitet. Cilj je privući ljude na način da oni žele učestvovati, da se razbije apatija i sruše ustaljeni obrasci, da žele reagovati a ne jednostavno prihvatiti situaciju. Politička manipulacija zavisi od ličnih kvaliteta onoga ko rukovodi. Tim koji rukovodi Obaminom političkom karijerom vrlo dobro zna koji potez treba povući i kako reagovati na neočekivana dešavanja.

U govorima manipuliše raznim sredstvima, ali primaoci poruke ne osjećaju prinudu i zato je uspješan. Efektivno izražavanje je ključno. Obama se služi empatijom, jača pozitivna osjećanja i djeluje umirujuće.

On govor uvijek zbava sa stručnim konsultantom, što je stalna praksa u toku kampanje. Ne smije biti improvizacije, jer Obamina nesigurnost je rizik koji se u odlučujućim trenucima ne smije dopustiti. Obama je, zanimljivo, u januaru 2009. godine, pri predsjedničkoj inauguraciji pogriješio i zbunio se

tokom izgovaranja predsjedničke zakletve, što je znak njegove emotivne nesigurnosti i toga da ga uzbuđenje može savladati. „Uspešan govor je rezultat mukotrpnog učenja koje se sme obustaviti tek onda kada se stekne totalna kontrola nad sopstvenim emocijama, nad auditorijumom i nad temom koja se izlaže.“²⁸

Od svih govora koje je održao tokom predizborne kampanje najupečatljiviji su govori *Yes we can*, održan 8. januara 2008. godine i govor održan u Filadelfiji 18. marta 2008. godine *A More Perfect Union*.

6.1 Yes we can (govor održan 8. januara 2008. godine)

U ovom govoru primjenjuje poznatu i provjerenu taktiku pridavanja značaja publici kao aktivnom učesniku u odlučivanju. To je za njega znak da se nešto dešava u Americi i on pristaje da bude dio tih promjena. Sebe poistovjećuje sa običnim građanima. Naglašava zajedički napor u ostvarenju istih želja. Posebno je ponosan na omladinu koja ga podržava. Omladina je simbol budućnosti i jedinstva, i to je ono što Obama posebno naglašava – jedinstvo, jedinstveni vapaj za promjenom i ujedinjenjem.

U svom govoru on pojednostavljuje životne situacije građana, navodi puno primjera njihovih svakodnevnih problema. To je jaka nit kojom se povezuje sa masom i pokušava je uvjeriti da je i on jedan od njih, koji ih razumije.

Osim unutrašnjih pitanja, govorio je i o spoljašnjim poslovima. Crna tačka američkog političkog morala je rat u Iraku, koji Obama obećava da će završiti i vratiti američke ljude svojim kućama. Tokom cijelog govora on kao da pokušava da narodu podigne moral, ojača samopouzdanje, ostavi utisak nepokolebljivog u dobroj namjeri. Više puta ponavlja dinamično: “Da mi možemo!”²⁹

Uvjerava ih u sasvim obične stvari pričom koja je pomalo patetična, izlišna, ali način na koji Obama drži govore, način na koji izgovara tekst je nešto što njegov govor čini posebnim i daje pozitivne efekte. „Da mi možemo dostići pravdu i jednakost. Da mi možemo ostvariti mogućnosti i prosperitet. Da mi možemo ozdraviti našu naciju. Da mi možemo popraviti ovaj svijet. Da mi možemo.“³⁰

²⁸ Bruna Pusteto, Marija, *Politički marketing*, Beograd, Clio, 1996., str. 161.

²⁹ <http://www.reobama.com/SpeechesJan0808.htm>

³⁰ <http://www.reobama.com/SpeechesJan0808.htm>

6.2 *A More Perfect Union* (govor održan 18.marta 2008. godine)

Ključne riječi ovog govora su *zajedno, zajednička nada, isti smjer, bolja budućnost*. Obama ističe svoju ličnu vjeru u iskrenost i velikodušnost Amerikanaca. Govori o sebi kao djetetu iz rasno mješovitog braka, o babi i djedu koji su ga vaspitavali, o njihovim životima i žrtvama koje su podnosili. Govori o svojim rodbinskim vezama, rođaci su mu ljudi različitih rasa, vjere, zanimanja, materijalnog statusa. „Nikada neću zaboraviti to da ni u jednoj drugoj državi na planeti ovakva priča nije moguća.“³¹ On pokušava na vrlo proračunat način da se približi masi. Nastupa kao da im se povjerava, kao da svoju životnu priču, pa čak i situaciju u kojoj se trenutno nalazi, želi sa njima da podijeli. Kao da im pruža luksuz da znaju šta je to što zapravo stoji iza svega onoga što mogu da vide ili pročitaju.

U govoru se se osvrće i na svoje kritičare, posebno na one koji tvrde da je on dio afirmativne akcije i jeftine kupovine pomirenja među rasama. Pominje i svog sveštenika Rajta i kontroverzu koju je Rajt izazvao. Obama priznaje da ga je čuo kako sa gorčinom govori o onima koji su različiti od njega, ali isto tako kaže da su i sami pojedinci iz publike sigurno isto nekad čuli od svojih bližnjih. Ne želi da se ikog svog odrekne (mada to ne bi bilo ni politički pаметno) već kaže : „Ovi ljudi su dio mene. I oni su dio Amerike, ove zemlje koju volim.“³² On poručuje da su svi isti i u ljutnji i u krivici, ali i da su svi zajedno odgovorni za promjene. Vješto dozirano kritikuje masu i nudi im rješenje za njihove greške. Tipično i samo uopšteno pominje da su pravi problemi nacije ratovi, terorističke prijetnje, ekonomija u padu, kriza zdravstva..., problemi koji nijesu samo *crni ili bijeli, već zajednički*. On im uliva vjeru da su rasne razlike one razlike koje američki narod može prevazići i „da zapravo nemaju drugog izbora već da nastave putem koji vodi do bolje nacije.“³³

Nije podržao Rajta, ali se nije ni izvinio. Predstavio ga je kao reflekt američkog rasizma. „Obami nedostaje moralne hrabrosti da prizna grešku ili poraz.“³⁴ On je nesposoban za samokritiku. Tarplej smatra da je ovakva reakcija tipična za jednog učenika Trilateralne komisije – on krivi američki narod i zaključuje da je naciji potreban novi dijalog o rasi. Trik je bio za to da se stvori

³¹ <http://obamaspeeches.com/E05-Barack-Obama-A-More-Perfect-Union-the-Race-Speech-Philadelphia-PA-March-18-2008.htm>

³² isto

³³ isto

³⁴ Tarpley, Griffin, *Barack H.Obama The Unauthorized biography*, Progressive, 2008., str.112.

slika transrasnog i postrasnog blaženstva. „Opšti stav Obamine kampanje bio je,ukratko, da ako se usudiš da kritikuješ našeg čovjeka,odaješ sebe kao rasis-tu. To je remek djelo samoljubljive dvoličnosti.“³⁵

Jak adut u ovom govoru bio je čuveni *Američki san* Martina Lutera Kinga, na čiju se ideju Obama poziva u svojim govorima. On ističe da se *Američki san* neće ostvariti ako se ne pobijede rasne podjele. A njegovo ostvarenje je interes svih građana SAD-a. „San je zapravo bolje društvo koji se može ostvariti građanskim aktivnostima.“³⁶ Savršena nacija je ona koja živi u državi blagostanja, sigurnosti i slobodi i koja brine o budućim gneracijama. Potrebni su joj individualci-heroji (Barak Obama) i odgovorna zajednica. Obama uvijek igra na kartu Amerikanaca kao jednog naroda. On testira masu kao masu demokrata jer se američka nacija kroz istoriju najviše ponosi svojim demokrat-skim idealima. Obama uspijeva da okrene situaciju u svoju korist, pa opet druge izaziva na odgovornost, dira u njihovu savjest i intelektualnu snagu. Obama tako uvijek reaguje kad se nađe u nezgodnoj situaciji. „Obama jasno stavlja do znanja da je progresivni mit o Američkom snu u samom središtu njegove kampanje.“³⁷ Obama je svjestan da postoji i ljutnja kod ljudi bijele rase (ne bi bilo pametno zapostaviti ih, takođe kao žrtve rasnih podjela), ali dijeli strogo uvjerenje da će biti konstruktivni u prevazilaženju prepreka progresu nacije.

Značajan trenutak u samom govoru predstavlja i priča o Ešli Baija, bjelkinji, čija je majka umrla od kancera. Njenu životnu priču iznosi u javnost naglašavajući da se odlučila da radi sa Afroamerikancima u Obaminoj kampanji. Bolno iskustvo zasljepljuje i emotivno pogađa masu- to je ključni trenutak nakon kojeg politička priča, kakva god ona bila, ima smisla i opravdanje. Ešli je predstavljena kao *nada* (kurziv M.J.) da će i sve mlade i buduće generacije znati da mirno koegzistiraju svjesni da dijele sličnu sudbinu. Ako njegova baba Tut nije uspjela da pobijedi strah od afrocentrizma i nasilja koje veže za afrocentrizam, Ešli će uspjeti. On na jednostavnom, a krupnom primjeru pokazuje da je *promjena* (kurziv M.J.) moguća.

Politička mitologija, a *Američki san* (kurziv M.J.) je pravi politički mit, daje sliku ljudima o njima samima, ističe kolektivnu sudbinu, značaj nacije,

³⁵ isto str. 114.

³⁶ Rowland,Robert C., John M. Jones, *One Dream: Barack Obama, Race and the American Dream*, Rhetoric&Public Affairs, 2011., str. 131.

³⁷ Isto, str. 136.

posebno američke, koja se smatra najmoćnijom u svijetu. *Američki san* je zadatak nacije i Obama ga je afirmisao u pravom trenutku dajući mu posebnu emotivnu dimenziju i jačajući kolektivnu strepnju za miran život. Ovaj potez predstavlja tipičnu manipulativnu akciju. On prošlosti daje aktuelnu ulogu. „Kao što se vidi, politički putevi su kao i oni gospodnji: beskonačni. Istorija ideja je neprekidno miješanje karata, koja sebi dozvoljava da iskali čud u svim igrama, ali ne dozvoljava da se ijedna od njih predvidi.“³⁸

„A More Perfect Union“ je govor koji je izazvao različite komentare javnosti. Smatram da je krajnji cilj – *podrška* (kurziv M.J.) postignut i da je Rajt kao problem neutralisan uz isključivo manipulativnu aktivnost njegovog tima.

Pobjeda na izborima je rezultat njegove emotivno obojene kampanje. Kao mlad i nov u takvoj političkoj trci nije imao krupna politička iskustva koja bi mu dala prostora da održi neki *hladniji govor*, u kome bi sabrao rezultate svojih strogo političkih poslova. On se igra sa emocijama mase kao da nema šta da izgubi.

7. Zaključak

Uspješnost predsjedničke kampanje 2008. godine vežem za psihološki profil Baraka Obame. I pored toga što su se u javnosti javili jasni znaci da je Obamina politička karijera proizvod manipulacije i korupcije, smatram da je njegova ličnost podobna da djeluje u takvim okvirima, ali ne isključivo u takvim.

Obama pati od emotivne nesigurnosti, što je posljedica odsustva oca u njegovom životu i vrlo često majke. Iz njihovih iskustava mogao je naučiti lekciju o borbi za svoj interes. Otac je živio na način koji mu se dopada, a majka se grčevito borila da napreduje u obrazovanju i poslu. Obama je naslijedio od majke takvu ambiciju i na kraju ga je ona odvela do ostvarenja sna iz davno napisanog eseja- postao je predsjednik države. Nije propustio prilike koje mu je *Ford fondacija* putem stipendiranja pružila. Stekao je visoko obrazovanje koje je primijenio u važnim institucijama. Njegova karijera ide uporno uzlaznom putanjom, iako postoje brojni i nezgodni pritisci spolja koji ga pokušavaju osporiti. Upornost i strpljenje su ključne osobine potrebne za uspjeh, a Obama uz te dvije osobine ima i jaku volju da napreduje. Njegova priča je možda samo u SAD-u moguća, jer tamo je spektakl svakodnevnica a Obama se u spektaklu dobro snalazi.

³⁸ Bobio, Norberto u Pijevac, Komnen, *Političko javno mnjenje i demokratija*, Beograd, Službeni glasnik, 2006., str.23.

Amerikanci vole da eksperimentišu u svim oblastima te je to dio i njihove političke kulture. Ako su Ford fondacija i Trilateralna komisija dovele na vlast Baraka Obamu, uprkos svim drugim učesnicima američkog javnog života, onda će ga one i smijeniti sa vlasti. Sa druge strane, fleksibilno američko biračko tijelo je učestvovalo u Obaminoj *bajci* (kurziv M.J.) i pomoglo da se ona ostvari. Pitanje je da li je njihova odluka donešena pod uticajem ekonomskih diktatora ili je Obama bio *izbor manjeg zla* od Mekejna, koji je učestvovao u kreiranju nepopularne politike ratova i loše ekonomije u SAD-u ili ga zaista iskreno podržavaju? Sve tri mogućnosti su tačne.

„Bez sumnje, uspjeh Demokrata 2008. godine praćen je u velikoj mjeri, nezadovoljstvom birača Bušom, koji je uvukao državu u nepopularan rat, i ozbiljnom finansijskom krizom. Ali Obamina sofisticirana kampanja zasnovana na ogromnoj mreži volontera, izmamila je veliki entuzijazam među potencijalnim simpatizerima, i izazvala je najveću izlaznost na izborima od 1968.“³⁹

Od svega što čini jednu predizbornu kampanju, najjači utisak ostavljaju govori kandidata. Obama je apsolutni pobjednik u držanju govora. Poznate, istrošene i kompromitovane priče i ideologije koje političari često nameću javnosti su dosadne i neuvjerljive.

Njegova ličnost je bila presudna za pobjedu. Ako i vara naciju, to čini svjesno i sa emotivnim uživanjem, što on to uopšte može, jer važno je da uspije u tome što sebi postavi kao cilj. Samo jaka ličnost može izdržati takve pritiske i stresove koje izaziva američka javnost.

Obama je za ministra odbrane postavio Roberta Gejtsa, bivšeg predsjednika CIA službe, a Hilari Clinton, svom najtežem protivniku, povjerio je funkciju državne sekretarke SAD-a. Možda se ova odluka zasniva na nepostojanju čvrstih ideoloških principa u Obaminom poslovanju ili je posljedica njegove lične nesigurnosti zbog neiskustva u radu u najprestižnijim političkim krugovima, moguće i da je objektivno najbolja strategija za savladavanje američkih političkih izazova. „Uz pomoć većine Demokrata u Bijeloj kući i Senatu, Obama je omogućio veliki ekonomski paket stimulansa da bi umanjio recesiju, započeo je sveobuhvatne reforme nacionalnog zdravstvenog sistema, i potpisao je značajan redizajn finansijske regulative (...).“⁴⁰ Dakle, on je za konkretne

³⁹ Milkis, Sidney M., Jesse H. Rhodes, *Barack Obama, the Democratic Party, and the Future of the "New American party System"*, Berkley Electronic Press, 2009., str.19.

⁴⁰ Jacobson, Gary C., *Legislative Success and Political Failure: The Public's Reaction to Barack Obama's Early Presidency*, *Presidential Studies Quarterly*, 2011., str. 220.

političke akcije angažovao iskusne ljude, kako bi uradio ono za šta se smatra odgovornim i što su bila njegova obećanja tokom kampanje: „Obama je postao sigurnije utočište za političke stavove, pozitivne i negativne, nego što je to bio njegov prijetnik, Džordž Buš.“⁴¹

Predsjednička predizborna kampanja i predsjednički izbori 2008. godine predstavljaju nov istorijski momenat za američku naciju i politiku, ali i za svijet upravo zahvaljujući Obami i njegovom uspjehu. Njegova ličnost ne može biti odvojena od onoga što čini i govori, on vješto ostvaruje svoje političke ciljeve uprkos onima koji mu žele *skinuti maske* (kurziv M.J.) i umanjiti mu kredibilitet.

Literatura

Bruna Pusteto, Marija, *Politički marketing*, Beograd, Clio, 1996.

Despotović, Ljubiša, *Mitovi, stereotipi i politička manipulacija u Politički marketing, hrestomatija*, Beograd, Megatrend Univerzitet, 2011.

Dilliplane, Susanna, *Race, Rhetoric, and Running for President: Unpacking the Significance of Barack Obama's „A More Perfect Union“ Speech*, Rhetoric&Public Affairs, 2012.

Greenstein, Fred I., *The Leadership Style of Barack Obama: An Early Assessment*, The Berkeley Electronic Press, 2008.

Jacobson, Gary C., *Legislative Success and Political Failure: The Public's Reaction to Barack Obama's Early Presidency*, Presidential Studies Quarterly, 2011.

Kyrala, Cadmus, *Systematic linguistic analysis of samples from economic speeches bz Barack Obama and John McCain*, Journal of Language and Policy, 2010.

Milkis, Sidney M., Jesse H.Rodes, *Barack Obama, the Democratic Party, and the Future of the „New American party System“*, Berkley Electronic Press, 2009.

Obama, Barak, *Snovi moga oca*, Beograd, Evro Giunti, 2009.

Peters, Charles, „Judge Him by His Laws,“ Washington Post, January 4, 2008.; Janny Scott, „In illinois, Obama Proved Pragmatic and Shrewd, New York Times, July 30, 2007. u Greenstein, Fred I., *The Leadership Style of Barack Obama: An Early Assessment*, The Berkeley Electronic Press, 2008.

⁴¹ Isto, str. 221.

Pijevac, Komnen, *Političko javno mnjenje i demokratija*, Beograd, Službeni glasnik, 2006.

Rowland, Robert C., John M. Jones, *One Dream: Barack Obama, Race and the American Dream*, Rhetoric&Public Affairs, 2011.

Tarpley, Griffin, *Barack H.Obama The Unauthorized biography*, Progressive, 2008.

<http://obamaspeeches.com>

UDK: 316. 774:327:911. 3

MAPIRANJE PROBLEMATIKE GEOPOLITIKE I ULOGA MEDIJA

MAPPING THE ISSUES OF GEOPOLITICS AND THE ROLE OF THE MEDIA

dr MIROSLAV DODEROVIĆ,
Filozofski fakultet Nikšić, Univerzitet Crne Gore

DRAGANA MRKIĆ, profesorica
Filozofski fakultet Nikšić, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: Za najveći broj teoretičara i stratega, geopolitika je tradicija mišljenja o državnom upravljanju XX vijeka. Taj period počinje Fridrihom, Racelom, Rudolfom, Kejlenom, Halfordom Makinderom. U periodu između dva rata tu su Karl Haushofer sa njemačkom Geopolitik i Nikolas Spajkmen sa teorijama „rimlenda“ (koje danas predstavljaju naši savremenici Henri Kisindžer i Zbignjev Bežinski). Suština geopolitike je futuristička, jer ona postoji zbog izučavanja uticaja na primjenu i vođenje političke, odnosno predviđanje ili procjenu uticaja geografskih faktora u širem smislu uz političke procese. Posle 11. 9. američki mediji su bili prepuni zahtjeva za osudu nepatriotskih „teoretičara zavjere“, koji ne samo da su uvijek uz SAD već se obično lako diskredituju u medijima, pošto vlada uvjerenje da ne postoji zavjera u američkom životu. U međuvremenu, mediji su dobili svoj dobro poznati zadatak da huškaju javno mnjenje protiv Osame Bin Ladena, „mozga operacije“. O neravnomjernostima razvoja i mnopolima malog broja zemalja i transnacionalnih kompanija posebno upečatljivo svjedoče podaci o stanju u oblasti masovnih komunikacija kao najrazvijenijeg i danas svakako najmoćnijeg sredstva za prenošenje informacija i difuziju kulturnih dobara

Ključne riječi: Geopolitika, mediji, ekonomija, rat

Abstract: For most theorists and strategists, geopolitics is a tradition of thinking about the state management of the twentieth century. This period begins with Friedrich, Ratzel, Rudolf Kjelen, Halford Makin-

der. In the period between the two world wars were the German Karl Haushofer and Geopolitics Nicholas Spajkmen with theories "rimlenda" (which are continuing our contemporaries Henry Kissinger and Zbigniew Bežinski). The essence of geopolitics is a futuristic, because it is the study of the impact of the implementation and conduct of political or predict or assess the impact of geographic factors in the wider sense of the political process.

After 11. 9. U. S. media have been full of requests for sentence unpatriotic "conspiracy theorists" that have not only been with the U. S. but still usually easily discredited in the media, since the general perception is that there is not a conspiracy in American life.

Meanwhile, the media got their well-known task of inciting public opinion against Osama bin Laden. The unevenness of development and the monopoly of a small number of countries and transnational companies especially impressive by the data on the situation in the field of mass communication as the most developed and today is certainly the most powerful means of transmitting information and diffusion of cultural goods.

Keywords: *Geopolitics, Media, Economy, War*

Uvod

Izvore geopolitičkih i političko geografskih razmatranja nalazimo, ne samo u geografskim već i u mnogim djelima najstarijih poznavalaca nauke i mislilaca. Međutim, geopolitika i geopolitička geografija predstavljaju u razvoju geografskih disciplina njene skorašnje tvorevine koje se javljaju tek poslije priloga koje su u XVIII i XIX vijeku učinili Lomonosov, odnosno Riter i Racel. Krajem XIX i početkom XX vijeka javljaju se dva djela koja možemo nazvati prvim i samostalnim izrazima navedenih disciplina – bila su to Race-lova „Politička geografija“ iz 1897. i Kjelenova „Država kao oblik života“ iz 1916. godine sa svojim značajnim i dugim poglavljem posvećenom geopolitici. Iako geografske karakteristike, položaja, sadržaja prostora i prostornih odnosa čine zajedničke teme i geopolitike i političke geografije, ipak se te dvije discipline međusobno značajno razlikuju. Razlike su prvenstveno uočljive pri odnosu prema geografskim pojmovima kada se radi o posebnim nacionalnim interesima i prirodne osnove i ljudskog rada sa svrhom objašnjenja faktora relevantnih za političke fenomene, ili čak samih političkih pojava. Dotle u geo-

politici umjesto realno ocijenjenog većeg i manjeg uticaja koji prirodni faktori mogu vršiti i vrše u društvenom životu, nalazimo ekstreme koji su teško prihvatljivi. Suština geopolitike je futuristička, jer ona postoji zbog izučavanja uticaja na primjenu i vođenje političke, odnosno predviđanje ili procjenu uticaja geografskih faktora u širem smislu uz političke procese. Po tome se ona suštinski razlikuje od političke geografije.

Ne samo proces neujednačavanja, već i brzina kojom se on odvija, demonstriraju sljedeći pokazatelji: po godišnjem rastu nacionalnih bruto društvenih proizvoda u 2007. godini, Evropska unija nadmašila je SAD jedan i po put, Kina je SAD nadmašila šest puta i Indija – više od četiri puta. To je dovelo do povećanja njihovog udela u rastu svjetskog bruto domaćeg proizvoda u poređenju s udelom SAD. Ka svjetskom ekonomskom liderstvu posebno brzo se kreće Narodna Republika Kina. Od 1970. godine Kina je četiri puta uvećala svoj bruto domaći proizvod, premašujući njegovim obimom sve države osim Japana i SAD. U istom tom periodu spoljnotrgovinski promet Kine povećao se sto puta, što joj je omogućilo da po učešću u svjetskoj trgovini nadmaši Japan. Može se smatrati da je nakon „ekonomskog čuda“ u Japanu koji je zauzeo vodeće pozicije u svjetskoj ekonomiji, i ekonomskog uzmaha „četiri azijska zmaja“ – Singapura, Hongkonga, Južne Koreje i Tajvana, na prvo mjesto izbila Kina, koja je od tih zemalja znalački preuzela naslijedjeni model „prosvećenog autoritativizma“. Dalje, prevaga snaga u korist grupe Čejni-Ramsfeld posle 11. septembra 2001. godine odrazila se na pripremu, a zatim i na realizaciju doktrine unilateralizma. Ona je bazirana na nizu principa: uspostavljanje novog svjetskog poretka zasnovanog na unipolarnom uređenju svijeta; široka borba za razmeštanje snaga u raznim regionima; primena preventivnih mjera prema potrebi; mogućnost jednostranog delovanja SAD.

1. Iz istorije geopolitike i medija

Primijenjena politička geografija prisutna je u diplomatskim i vojnim krugovima Američke vlade od perioda predsjednika Vilsona, na čiji je zahtjev formirana grupa od 150 istraživača različitih specijalnosti s ciljem da pripreme informacije za tada predstojeću mirovnu konferenciju u Versaju¹. Geografskim

¹ U SAD istorija je prognana iz javnog diskursa, sama riječ je postala si-nonim za ništavilo i beznačajnost, naročito u tipično prezrivom izrazu „you’re history“ (prevaziđen si). Kada se i koristi, istorija se odnosi na ono što građani treba da misle o svojoj zemlji (a ne na ostatak svijeta koji je „star“ i uglavnom zaostao, dakle, nepodesan), da vjeruju na riječ, nekritički i bez preispri-

istraživanjima rukovodio je Isajije Boumen, a kartografskim poslovima Mark Džeferson. Svi pregovori u Versaju vodjeni su demonstriranjem karata, tj. karate su postale internacionalni jezik konferencije, samom kartografskom komisijom predsjedavao je i I. Boumen (1878-1950) uz učešće uglednih evropskih geografa Francuza Emanural de Martona, Britanca Alena Ogilvia, Srbina Jovana Cvijića, Italijana O. Marineli i Poljaka Eugenius Romera. Koristeći podatke i karte ovaj američki ekspert, desna ruka V. Vilsona na toj konferenciji napisao je autoritativno političko-geografsko djelo „Novi svijet“ 1921. Bio je savjetnik i F. Ruzvelta koji mu je povjeravao rukovodjenje nekim tajnim projektima, a kasnije kao američki predstavnik i utemeljivač Organizacije ujedinjenih nacija (OUN) gdje je slično kao i na Versajskoj konferenciji, geografski princip bio jedan od temeljnih u stvaranju povelje OUN. On je u svojim geostrateškim pogledima slijedio ideje Mehena i Mekindera, o stvaranju „Bloka pomorskih sila“ i „Granice civilizovanog svijeta nasuprot varvarima i praznini“ na Evroazijskom kontinentu uvodi Termin „demokratska geopolitika“ geopolitika u službi demokratskih režima (O. Lougilin 1994.)

Na Jalti, Ruzvelt je želio da razbije evropska kolonijalna carstva, naročito francusko. O Indokini je rekao: „Francuska ju je muzla sto godina“. Onda je predložio Ujedinjenim Nacijama starateljstvo. Godine 1946, kada je Ho Ši Min pitao SAD da uzme Indokinu pod svoje okrilje, Truman je rekao: „Nema šanse. Vi ste neka vrsta Fu Manču komunista - najgorih“. U avgustu 1945. godine Truman je rekao De Golu da bi Francuska mogla da se vrati u Indokinu: više nismo bili Ruzveltovski antiimperijalisti. Pošto je Ho imao svoju sjevernu republiku, Francuzi su smjestili Bao Daija na jug. Prvog februara 1950. godine, Stejt Department je saopštio „da je izbor sa kojim se suočavaju SAD jeste da podrže Francusku u Indokini ili da se suoče sa širenjem komunizma po preostalom dijelu kontinentalne zone jugoistočne Azije, a možda i šire, ka zapadu“. Prema tome, bez pastira, čak i bez napalm zvijezde, teorija domina je rođena u ladicama Stejt Departmenta. Do 1955. Sjedinjene Države su plaćale 40% francuskih troškova učešća u ratu. Dvadeset i pet godina SAD su se borile u Vijetnamu zato što vođe i njihovi finansijeri nikada nisu shvatili da je igra, u njihovom slučaju, uvijek šah, a nikada domine.

tivanja. Ovdje se primjećuje iznanađujući polaritet. Na jednoj strani Amerika bi trebalo da bude iznad ili izvan istorije, a na drugoj, svuda u zemlji postoji opsjednutost istorijom svega i svačega, od sitnih regionalnih oblasti do svjetskih imperija.

U svom geopolitičkom eseju „Velika šahovska tabla: Amerika i ostatak svijeta“, nekadašnji državni sekretar i jedan od teoretičara geopolitike, Zbignjev Bžežinski definiše američke geopolitičke ciljeve: „Ovaj geopolitički pristup ima smisla samo u koliko služi interesima Amerike, to jest kratkoročno održavanje njenog statusa planetarne supersile i, dugoročno, evoluciji ka svjetskoj institucionalizovanoj saradnji. Tri velika geopolitička imperativa su ovako rezimirana: izbjeći sudare među vazalima i držati ih u stanju zavisnosti koja opravdava njihovu bezbjednost; njegovati poslušnost zaštićenih subjekata; sprječavati varvare da formiraju ofanzivne saveze. U „Velikoj šahovskoj tabli“ Bžežinski pruža malu lekciju iz istorije: „Još od samog početka uspostavljanja političkih odnosa između kontinenata, prije nekih sto godina, Evroazija predstavlja centar svjetske moći“. Evroazija je cjelokupna teritorija istočno od Njemačke. To znači Rusija, Bliski istok, Kina i djelovi Indije. Bžežinski potvrđuje da su Rusija i Kina koje ovičavaju naftom bogatu centralnu Aziju, dvije glavne sile koje prijete američkoj hegemoniji u toj oblasti.

On drži kao neminovno da SAD moraju preuzeti kontrolu nad bivšim sovjetskim republikama centralne Azije, poznate onima koji ih vole kao „stan“; Turkmenistan, Uzbekistan, Tadžikistan i Kirgistan, svi „važni sa stanovništva bezbjednosti i istorijskih ambicija za najmanje tri njihova najneposrednija i najjača susjeda – Rusiju, Tursku i Iran, sa Kinom koja daje signale“. Bžežinski napominje da se svjetska potrošnja energije povećava i da će zato onaj ko kontroliše kaspijsku naftu/gas kontrolisati svjetsku ekonomiju. Bžežinski zatim detaljno objašnjava postavke američkog opravdanja imperijalnog djelovanja. „To znači da je osnovni američki interes da pomogne da se obezbijedi da nijedna druga sila ne kontroliše ovaj geopolitički prostor i da ka njemu svjetska zajednica ima nesmetan finansijski i ekonomski pristup“.

Bžežinski je prilično svjestan da su američke vođe neupućene u istoriju i geografiju, tako da se on zaista oslanja na to, prestajući nakratko da se poziva na politički „manifest sudbine“. On podsjeća na to koliko je zapravo Evroazija velika: sedamdeset pet procenata svjetske populacije pripada Evroaziji. Ukoliko je ova računica tačna, to znači da mi sada kontrolišemo samo nekih dvadeset pet procenata svjetskog stanovništva. Hoćemo više! „Evroazija predstavlja šezdeset procenata svjetskog BNP-a i tri četvrtine svijetu poznatih izvora energije“. Bžežinski jasno predviđa da bi uspostavljanje, utvrđivanje i širenje američke vojne hegemonije preko Evroazije kroz centralnu Aziju zahtijevalo nečuvenu i otvorenu militarizaciju spoljne politike, zajedno sa do sada neviđenom fabrikacijom domaće podrške i konsenzusa za ovu vojnu kampanju.

Avganistan je ulazna kapija do čitavog ovog bogastva. Nikada ne bi trebalo zaboraviti da američki narod nije želio da ratuje u svjetskim ratovima XX vijeka, ali je predsjednik Vilson uvukao u Prvi svjetski rat, dok je predsjednik Ruzvelt namamio Japance da oni prvi izvrše napad na Perl Harbor, što je prouzrokovalo ulazak u Drugi svjetski rat – kao rezultat masivnog spoljašnjeg napada. Bžežinski razumije sve ovo i 1997. on već razmišlja unaprijed: „Štaviše, kako Amerika sve izraženije postaje višenacionalno društvo, može doći u situaciju da joj bude sve teže da nađe konsenzus o spoljnopolitičkim pitanjima, sem u slučaju istinske masivne i široko uočene direktne spoljne pretnje“. Ovo izaziva izbijanje crnog dima nad Menhetnom i Pentagonom.

Nedugo zatim nakon invazije na Irak, jedan od oštrijih starijih planera i analitičara, Zbignjev Bžežinski ukazao je na to da američka kontrola bliskoistočnih proizvođača nafte „daje Americi indirektan ali kritični politički upliv na evropske i azijske ekonomije koje su takođe zavisne od energenata uvezanih iz regiona“. On je pretresao zaključke vodećeg stratega posle Drugog svjetskog rata, Džordža Kenana u ovom slučaju, koji je prepoznao da će kontrola resursa iz oblasti Zaliva dati Sjedinjenim Državama „moć veta“ koju drugi industrijski rivali nemaju. To je racionalna kalkulacija, uz imperativ da ljudski opstanak nije posebno značajan u poređenju sa kratkotrajnom moći i bogatstvom. A to nije ništa novo. Ove teme odjekuju kroz cijelu istoriju. Danas je razlika jedino u tome što su ulozi neuporedivo veći².

² Veoma značajan teoretičar Kritičke geopolitike danas je Džerard Toal, profesor iz Virdžinije, koji zamjera savremenom pojimanju ove discipline to što je pluralnost svijeta svedena na izvjesne transcendentne istine o strategiji. „Geopolitika je uzana instrumentalna forma rezonovanja koja je takodje i forma vjere, vjerovanje kako postoji tajni substratum i/ili neprestani set sukoba i interesa koji se smatraju trkom svjetske politike... Kritička geopolitika nastoji da oporavi geografiju i geo-politiku od „geopolitičke misli“ dok suprosvjetljava svako brzo slavljenje takozvanih „bezvremenskih pogleda unutra“ izvjesnih geopolitičkih majstora. On u „Istorijskom pregledu geopolitičkih gradicija“ (1996) pominje se termin „Američka vrtoglavica“ (Vertigo), a označava geopolitičke sporove oko spoljne politike SAD i njene uloge u globalnim odnosima. U američkoj literaturi ima mnogo vizija i scenarija sukoba, koji su isprovocirali mnogo diskusija: „Kraj istorije“ (Fokuyama, 1989), „Od geopolitike ka geoekonomici“ (Lutwak, 1990), alarmantne analize o zaostajanju SAD (Lutwak, 1993), i o „japanskoj opasnosti“ na polju geoeonomike (Toal, 1993), teze o sukobima zapadne i drugih civilizacija (Nantington 1993, 1996), u „Geopolitičkoj antologiji“ (1998) predstavlja 39 tekstova od različitih autora, od Hitlera do Martina Lutera Kinga. U njoj navodi da je geopolitika zajednička tekovina geografije i politike, gdje su ključnu ulogu imali „eksperti“ i intelektualci sa svojim institucionalnim i ideološkim ograničenjima.

Ako SAD mogu održati svoju kontrolu nad Irakom – koji posjeduje druge po veličini naftne rezerve poznate u svijetu i smješten je u srcu najvećeg svjetskog basena za snabdijevanje energijom – to će znatno proširiti stratešku moć i upliv na svoje velike takmace u tripolarnom svijetu koji poprima oblik poslednjih trideset godina (uz SAD koje dominiraju Sjevernom Amerikom kao jednim polom, a Evropom i sjeverozapadnom Azijom, koja je povezana sa ekonomijama južne i jugoistočne Azije, kao druga dva).³

Nosioci globalizacije u oblasti masovnih komunikacija iskoristili su velike prednosti savremenih dostignuća u elektronici da su premrežili naš globus multinacionalnim sistemima radija i posebno televizije, novinskih agencija i štampe. Komunikacione tehnologije su osnova liberalnog javnog prostora u smislu jačanja samoorganizujuće mogućnosti društva. Na primjeru telegrafske politike može se pratiti sprega između države i tehnologije komunikacija. Električni telegraf je od samog nastanka sredinom XIX vijeka zapažen kao instrument administrativnog nadzora i interne političke sigurnosti. Prijetnja imperijalnoj koheziji je sagledana kao eksterna i interna. Interno, telegraf je ipak beznačajan za građansko jedinstvo geografski disperznog, i socijalno kulturno razvijenog društva. U uslovima kohezije, telegraf je omogućio održavanje kontakta periferije sa centrom, šta više povezivanje svih slobodnih zemalja u različitim djelovima svijeta.

O neravnomjernostima razvoja i monopolima malog broja zemalja i transnacionalnih kompanija posebno upečatljivo svjedoče podaci o stanju u oblasti masovnih komunikacija kao najrazvijenijeg i danas svakako najmoćnijeg sredstva za prenošenje informacija i difuziju kulturnih dobara⁴. Većina zemalja se zadnjih pola vijeka razvijala i na ovom području, ali je taj razvoj takođe bio nesrazmjeran potrebama svih zemalja koje se nalaze na putu svoje emancipacije. Danas preko sto zemalja ima svoje nacionalne novinske agencije. To su: Frans pres (Francuska), Asošijeted pres i Junajted pres international (SAD), Rojters (Velika Britanija) i bivši TASS (INTERTAS) u Rusiji. Svaka od ovih agencija ima svoje filijale i dopisništva u više od sto zemalja.

³ Zoran Petrović Piroćanac, Mali pojmovnik geopolitike... Institut za političke studije, Beograd 2004., str. 148

⁴ Takvi su, na primjer, Huverov institut za rat, revoluciju i mir pri Stenfordskom univerzitetu kojim je duže vremena rukovodio nekadašnji savjetnik za nacionalnu bezbjednost predsjednika SAD i jedan od ključnih ljudi u formulisanoj strategije specijalnog rata- Bžežinski, zatim, Antikomunistička liga, Komitet za postojeću opasnost u SAD.

2. Mediji i njihova uloga

Za najveći broj teoretičara i stratega, geopolitika je tradicija mišljenja o državnom upravljanju XX vijeka. Televizija kreira geopolitičku sliku o nekom regionu, državi ili narodu, često pogrešnu (primjer lošeg "imidža" Balkana). Politički i ideološki i geopolitički pogledi formiraju se u znatnom dijelu društva isključivo preko telekomunikacija. Geopolitička slika se formira smišljenom i ciljnom sintezom geografskih, ekonomskih, etničkih, kulturnih, ideoloških, i političkih informacija. Geopolitičke "slike" postaju roba na svjetskom tržištu a time i javnost postaje roba u rukama moćnih kompanija. (britanska Bi-Bi-Si, američka Si-En-En i druge). Tehnološke komunikacije imaju ogroman uticaj na državu i mogu biti efikasno sredstvo kojim se manipuliše u službi nekog cilja.

Posle 11. 9. 2001. godine američki mediji su bili prepuni zahtjeva za osudu nepatriotskih „teoretičara zavjere“, koji ne samo da su uvijek uz SAD već se obično lako diskredituju u medijima, pošto vlada uvjerenje da ne postoji zavjera u američkom životu. U međuvremenu, mediji su dobili svoj dobro poznati zadatak da huškaju javno mnjenje protiv Osame Bin Ladena, „mozga operacije“. Ove medijske aktivnosti često podsjećaju na klasične mađionarske trikove odvrćanja pažnje: dok ti gledaš njegovu svilenu maramicu sjajnih boja u jednoj ruci, on ti drugom rukom stavlja zeca u džep⁵. Osama je jedno od više od pedesetoro djece Mohameda bin Ladena, koji je izgradio porodični biznis vredan 5 milijardi dolara. Godine 1996. Sudan je protjerao Osamu i tri hiljade njegovih saradnika. Dvije godine kasnije, Klintonova administracija, u divnoj američkoj tradiciji da nikada ne kaže „hvala“ za sudansku ponudu da isporuče Osamu, izvršila je raketni napad na sudansku farmaceutsku fabriku „Al Šifa“, sa opravdanjem da je Sudan pružao utočište Bin Ladenovim teroristima koji su pravili hemijsko i biološko oružje, a fabrika je u stvari samo pravila vakcine za UN.

Naravno postajao je Avganistan koji je sraavljen sa zemljom, ali šta je onda kolateralna šteta – u ovom slučaju cijela država – kada gađaš personifi-

⁵ Agencija za međunarodno komuniciranje (J. C. A) osnovana 1978 godine “za propagiranje američkog načina života”. U njoj je zaposleno oko 8000 propagandista- stručnjaka sa visokim kvalifikacijama. Pitanjima kulturnih veza sa svijetom, u Velikoj Britaniji bavi se Britanski savjet koji se nalazi pod rukovodstvom ministarstva inostranih poslova. Tu su još Centralni biro za informisanje i Britanska radio-difuzna korporacija. Njihovi zadaci su: kulturna razmjena sa drugim zemljama, “informisanje svijeta o britanskom načinu mišljenja i života”, popularizacija britanske kulture.

kaciju svih zala, prema *Tajmu* i *Njujork Tajmsu* i drugim medijima? „Voljeli vi njih ili ne, Talibani su trenutno najposobniji igrači u uspostavljanju mira u Avganistanu u cijeloj njegovoj historiji”.

Stiven Govan u „Rat u Avganistanu: Raketa od 28 milijardi dolara”⁶ citira Džozefa Šumptetera koji je 1919. opisao stari Rim na način koji zvuči veoma slično Sjedinjenim Državama 2001: „Nije postojao nijedan dio svijeta gdje neki interesi nisu, navodno, bili u opasnosti ili su zaista bili napadnuti. Ako interesi nisu bili rimski, onda su to bili interesi rimskih saveznika: u situacijama kada Rim nije imao saveznike, saveznici su bili izmišljeni. Borba je uvijek bila pod određenom aurorom legalnosti. Rim je uvijek bio napadnut od strane zlobnih susjeda”. „Od svih neprijatelja ljudske slobode rat je možda najjeziviji, zato što obuhvata i razvija klice svih drugih. Kao otac vojske, rat ohrabruje dugove i poreze, poznate instrumente. Pored toga, u ratu je diskreciono pravo izvršne vlasti prošireno... i sva sredstva manipulacije mišljenja su dodata onima za potčinjavanje snage naroda.” Iako svaka zemlja zna kako – ako ima sredstva i volju – da se zaštiti od one vrste razbojnika koji su donijeli 11.9.2001. godine rat nije opcija. Ratovi su za nacije a ne za bande bez porijekla.

Predsjednici SAD, bili su tokom jedne generacije, dvodimenzionalne figure na ekranu. U određenom smislu zarobljenici carstva koje su stvorili. U osnovi, oni su ljudi unajmljeni da reklamiraju državu koja sve više liči na konglomerat poput „Dženeral Električara”. U stvari, jedan od najpoznatijih predsjednika (Regan) proveo je skoro dvadeset godina reklamirajući „Dženeral Električara”, jedan od najvećih proizvođača oružja. Onda je Regan došao da „radi (u Bijelu kuću)” i bio je isti „Sovjeti dolaze” dijalog, na istom telepromteru i sa istim šminkerima.⁷

3. U međuvremenu tu je bolji svijet koji treba da se rodi

Dvije su vrste političke moći – unutrašnja (vlast nad medijima, stavovima policije, vojske, zakonodavstva, pravosudja) i spoljašnja (moć da se donose odluke koje se tiču interesa drugih država). Smatramo da moć ima geografske osnove u međunarodnom sistemu odnosa (prostor, resursi, stanovništvo, položaj), naravno uz stepen tehnologije koju posjeduje. Ravnoteža snaga među državama je osnovni faktor međunarodnog suparništva i saradnje.

⁶ Stephen Gowan: „War in Afganistan: A \$28 Billion Racket”.

⁷ Gor Vidal: Rat iz snova, Čarobna knjiga 2004. str. 45.

Svaka država ocjenjuje svoju moć prema drugima i teži da poboljša svoju poziciju u međunarodnoj zajednici. Država može da ima moć samo ako je suverena, zavisne i podijeljene države nemaju značajniju ulogu u svjetskoj ravnoteži snaga. SAD su preuzele na sebe ulogu pobornika centrističkog svjetskog liberalizma - sjetimo se nekadašnjeg američkog predsjednika Frenklina D. Ruzvelta i njegove četiri slobode (sloboda govora, vjeroispovijesti, sloboda od nemaštine, od straha) i ušle u strategijsko savezništvo sa SSSR, što je omogućilo poraz Njemačke i njenih saveznika⁸. Glavna je teza da su SAD jedina globalna velesila na svijetu, iako je njihova snaga ekstezivna, a ne intezivna. SAD su moćne, ali ne i svemoćne. Dosledno tome, SAD moraju stvoriti sistem koji bi se temeljio na ravnoteži i saradnji s ostalim slabijim silama. Sile s kojima ne bi bilo saradnje vremenom bi mogle postati pretnja interesima SAD. Naravno, ta pasivnost nije obuhvatala i ekonomsku scenu. SAD su iskoristile ambijent hladnog rata za pokretanje velikih ekonomskih napora u domenu obnove, prvo u Zapadnoj Evropi, a zatim u Japanu (kao i u Južnoj Koreji i Tajvanu). Suština je bila očigledna: čemu sva ta ogromna proizvodna superiornost ukoliko ostali deo svijeta ne može da pokaže efikasnu potražnju? Pored toga, ekonomska obnova je doprinijela da se stvore klijentelističke obaveze kod onih zemalja koje su dobijale američku pomoć; taj osjećaj duga podstakao je spremnost da se ulazi u vojne saveze i, što je još značajnije, u političku potčinjenost.

Trenutno je preko milion ljudi u zatvorima SAD⁹ i još dva miliona na izdržavanju uslovne kazne. Oko 58 procenata ljudi u federalnim zatvorima su tamo zbog djela vezanih za drogu. Većina nije opasna po okolinu. Takođe je poznato da su SAD bukvalno jedine u industrijskom svijetu koja dopušta državi da ubije zatvorenike – što se rogovatno naziva „konzervativnom“ pozicijom, a zapravo je radiklano etatistička.

Centrifugalne sile su danas u pokretu svuda u svijetu. U krvavom ratu u staroj Jugoslaviji i djelovima starog Sovjetskog Saveza i na miran način u

⁸ Ima u Jerusalimu jedinstven zoološki vrt- Biblijski vrt. Na jednom kavezu je tabla sa rečima proroka Isaije: „... i doći će dan kada će vuk i jagnje ležati zajedno... ” I zaista, u kavezu živi vuk i živo jagnje leže jedno pored drugog. Videvši to, jedan posetilac se obratio čuvaru: „Gospodine, ovu divnu sliku harmonije, ljubavi i koegzistencije treba da vidi cijeli svijet i da izvuče pouku!” Čuvar je odvratio: „Ma, jeste... samo im nemojte reći da svakog dana zamjenjujemo jagnje”.

⁹ Od 2000. godine USA Tudej izvještava na naslovnoj strani da je 6. 6 miliona odraslih (3 procenata odrasle populacije) u zatvoru ili na „korekciji”. Nijedno društvo nije učinilo tako bezdušnu stvar svojim ljudima, niti takvih razmjera.

staroj Čehoslovačkoj. Pošto je istorija ništa drugo no priča o migraciji plemena, sada moramo primijetiti da su plemena opet u pokretu, i zahvaljujući modernoj tehnologiji zapravo možemo gledati Bengale i Indijce, kako se jedni drugima prelivaju preko granice. Optimalna ekonomska jedinica u svijetu je sada grad-država. Zahvaljujući tehnologiji, svako zna, ili može znati, nešto o bilo kome drugom na planeti. Uprkos zbunjenosti oko valuta, jugoistočna Azija izlazi na pravi put, dok vladari rata u Pekingu ne samo da tolerišu snažne industrijske polu-autonomije kao što je Šangaj već je moguće da im je uzor Hong Kong. Nama se ne sviđa način na koji se vodi Singapur (teško da je ovo naš problem), ali on, je uslovno rečeno, komercijalno uspješniji od SAD, koje bi mogle da uspiju jednom kada se carstvo izvuče iz bijede, i to organizovanjem u manje jedinice, po ugledu na švajcarski kantonalni model: katolički regioni španskog govornog područja, azijsko-konfučijanski regioni, sporazumno ujedinjeni mješoviti regioni sa, tu i tamo, gradovima-državama kao što je Njujork-Boston ili Silikonska dolina.

Sjetimo se Hipokratove zakletve, koja naređuje doktorima: „Iznad svega, ne povređuj“. Hipokrat je napisao, o vi koji ste palili i žarili, „Život je kratak, ali je umjetnost duga, mogućnosti su prolazne, eksperiment opasan a rasuđivanje teško“.

4- Umjesto zaključka

Primijenjena politička geografija prisutna je u diplomatskim i vojnim krugovima Američke vlade od perioda predsjednika Vilsona, na čiji je zahtjev formirana grupa od 150 istraživača različitih specijalnosti s ciljem da pripreme informacije za tada predstojeću mirovnu konferenciju u Versaju. Dvije su vrste političke moći – unutrašnja (vlast nad medijima, stavovima policije, vojske, zakonodavstva, pravosudja) i spoljašnja (moć da se donose odluke koje se tiču interesa drugih država). Moć ima geografske osnove u međunarodnom sistemu odnosa (prostor, resursi, stanovništvo, položaj), naravno uz stepen tehnologije koju posjeduje. O neravnomjernostima razvoja i monopolima malog broja zemalja i transnacionalnih kompanija posebno upečatljivo svjedoče podaci o stanju u oblasti masovnih komunikacija kao najrazvijenijeg i danas svakako najmoćnijeg sredstva za prenošenje informacija i difuziju kulturnih dobara, Bžežinski jasno predviđa da bi uspostavljanje, utvrđivanje i širenje američke vojne hegemonije preko Evroazije kroz centralnu Aziju zahtijevalo nečuvanu i otvorenu militarizaciju spoljne politike, zajedno sa do sada neviđenom fabrikacijom domaće podrške i konsenzusa za ovu vojnu kampanju. Predsjed-

nici SAD, bili su tokom jedne generacije, dvodimenzionalne figure na ekranu. U određenom smislu zarobljenici carstva koje su stvorili. U osnovi, oni su ljudi unajmljeni da reklamiraju državu koja sve više liči na konglomerat poput „Dženeral Električna”.

Literatura

Bžežinski: Velika šahovska tabla; Cid, Podgorica, 2004.

Primakov: Svijet bez Rusije; Službeni glasnik, Beograd, 2010.

Jevgenij Primakov: USPOMENE PREMIJERA – Cid, Podgorica

Gor Vidal: Rat iz snova, Čarobna knjiga 2004.

Sjedinjene Američke Države, Prevod Enciklopedije Britanika 1965. god. Jugoslovenski zavod za proučavanje školskih i prosvjetnih pitanja, Vuk Karadžić, Beograd, 1967.

Karel Natek, Marijeta Natek, Države Svijeta, Mozaik Knjiga, Zagreb, 2004.

Miroslav Doderović, Zdravko Ivanović, Evolucija geopolitike i savremeno značenje, Glasnik odjeljenja društvenih nauka, CANU, 21, Podgorica 2012.

Milorad Vasović, Karakteristične regije na zemljinoj površini, Beograd, 1967.

Jovan Čvoro, Vanevropske zemlje, Geografski informator, Punta, Niš, 2001.

Zoran Petrović Piroćanac, Mali pojmovnik geopolitike... Institut za političke studije, Beograd 2004.

UDK: 316.77:316.32

MEDIJSKA PROTIVTEŽA - GIGANTI O KOJIMA SE MALO ZNA

THE MEDIA COUNTERBALANCE - LITTLE KNOWN GIANTS

dr MIMO DRAŠKOVIĆ, docent
Fakultet za pomorstvo – Kotor, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: Sjedinjene Američke Države su poznate po svojim medijskim konglomeratima. To je daleko najveće medijsko tržište na svijetu i čini oko 35% ukupnog tržišta iz ove oblasti. Napraviti posao na ovom tržištu znači postati globalno veliki medijski igrač. Ponekad je i to razlog zašto ne obraćamo mnogo pažnje na ostatak svijeta. A trebali bi, jer tamo živi 95% stanovništva. Tamo možemo naći malo poznate medijske gigante...

Ključne riječi: Mediji, medijski giganti, globalizacija, protivteža

Abstract: United States of Amerika is famous for its media conglomerates. It is the world's biggest media market by far, accounting for about 35% of the world's ad market. Make a business here and you are a massive media player globally. Sometimes, that's the reason why we don't pay much attention to the rest of the world. But we should, because that's where 95% of people live. That's where we can find little known media giants...

Key words: The Media, Media Giants, Globalization, Counterbalance

1. Umjesto uvoda – medijski konglomerati

Konglomerat je, po definiciji, velika kompanija koja se sastoji od više različitih, naizgled nepovezanih preduzeća. Konglomerati su obično multiindustrijske i multinacionalne kompanije, koje imaju tendenciju da kontrolišu tržišta širom svijeta. Saglasno ovoj definiciji, možemo reći da se medijskim konglomeratom ili medijskom grupacijom smatraju medijske kompanije koje

poseduju veliki broj preduzeća različitih masovnih medija - televizija, radio, izdavaštvo, filmska industrija, Internet i td. <http://en.wikipedia.org/wiki/Mediaconglomerate>).

Promjene u globalnoj politici omogućile su velikim medijskim korporacijama da steknu dugoročne medijske monopole i zagospodare globalnim informacionim i komunikacionim tehnologijama (Herrmann, E. S., McChesney, R. W., 2001, p. 13). Ovakav novoformirani korporativni kapitalizam otvorio je vrata lokalnih medijskih tržišta za ulazak zapadnih (pretežno američkih) medijskih divova i stvorio sve potrebne uslove za stvaranje svojevrstnih "medijskih imperija", koje, zadobijanjem medijske pažnje širokog auditorijuma, pretenduju da kontrolišu prvenstveno potrošačke navike milijardi ljudi širom svijeta.

Uparedo sa tehnološkim promjenama, desile su se i ekonomske i ideološke promjene, koje su imale direktan uticaj na globalnu medijsku scenu. Zahvaljujući najvećim svjetskim multinacionalnim kompanijama korporativni kapitalizam je ojačao do neslučenih razmjera. Takođe, potpomognuta sve većom zavisnošću siromašnih zemalja od pomoći "bogatih prijatelja" i nošena zamahom dirigovano plasirane neoliberalne ekonomske doktrine, na pijedestal je postavljena globalna korporativna ideologija, čija se osnovna ideja svodi na sledeće:

- tržište efikasno vrši alokaciju resursa i obezbeđuje načine za organizovanje ekonomskog života,
- kritika vlade koja intervencijama i regulativom pokušava da nametne biznisu neracionalne mere koje inače ometaju ekonomski rast (po ideolozima korporativnog kapitalizma najbolja je ona vlada koja najmanje vlada, osim kada je biznisu potrebna njena podrška radi povećavanja konkurentnosti ili rješavanja raznih internih kriza),
- pravi cilj ekonomije i ekonomske politike trebalo bi da bude održiv, odnosno neinflatoran ekonomski rast,
- poželjnost sprovođenja potpune privatizacije u svim sferama društva (Ibid. p. 123).

Kako navodi Chomsky (1999, s. 24), to je realna ideologija „bogatih“, kapitalizam bez „rukavice“, „nova verzija stare borbe nekolicine bogatih protiv većine siromašnih“. On piše: „Doktrina slobodnog tržišta se pojavljuje u dva vida. Prvi je onaj zvanični koji se nameće nezaštićenima. Drugi je onaj koji bismo mogli nazvati „stvarno postojećom doktrinom slobodnog tržišta koja glasi: tržišna disciplina je zdrava za tebe, ali nije za mene, osim ako će mi

doneti privremenu prednost“ (Ibid., ss. 39-40), i dalje: „za *tebe* tržišna disciplina važi, a za *mene* ne važi, osim u slučaju da „igralište“ naginje na moju stranu“ (Ibid., s. 77).

Saglasno prethodnom, može se reći da u savremenom društvu globalni mediji imaju sledeće bitne funkcije:

- širenje i propagiranje korporativne ideologije,
- prenošenje određene kulture kao sume načina života, vrijednosnih orijentacija, pogleda na svijet itd.
- politička funkcija, u koju spadaju: prenošenje određene političke ideologije, definisanje političkog svjetskog poretka, prezentacija i eksplanacija političkih sukoba itd. (prema: Štrbac, L., 2008).

Već je spomenuto da najveći broj globalnih medijskih konglomerata imaju američko porijeklo, tako da američka medijska moć prati američku finansijsku i političku moć na međunarodnom planu. Samim tim, medijski konglomerati uobličavaju ne samo američko, nego i svjetsko javno mnjenje u skladu sa određenim interesima i standardima. Bodrijar (1991, s. 23), opisujući novo-postmodernu stanje u kojem informacije i mediji imaju značajnu ulogu, ukazuje na pojavu medijske produkcije hiperrealnosti ili nadrealnosti, koja postaje realnija od svake realnosti. Stvaranje stvarnosti, postalo je ključna preokupacija medija. Događa se samo ono što je prisutno u medijima, a istina je samo ona koju definiše globalni medijski sistem.

Kada se govori o medijskim konglomeratima, prema izvještaju *Fortune 500 list* (500 najvećih medijskih kompanije na svijetu) za 2012. godinu, **Walt Disney Company** je, mjereći po ostvarenom prihodu, najveći medijski konglomerat u Americi. Slijede ga **News Corporation**, **Time Warner**, **Viacom** i **CBS Corporation**. Ovi konglomerati čine „prvu petorku“ medijskog „Dream teama“, koji već godinama unazad dominira svjetskim medijskim terenima. Naravno, ima tu još ozbiljnih medijskih „igrača“, kao na primjer **Comcast's NBC Universal division** i **Sony Corporation of America**. I dok su oči čitavog svijeta, mnogih istraživača, medijskih i finansijskih analitičara i raznih medijskih „skenera“ uprete u ove medijske moćnike, iz sjenke, na tržištu (pretežno digitalnih) medija pojavljuju se giganti koji, gledano po profitu, ne zaostaju mnogo (ili ne zaostaju uopšte) za njima...

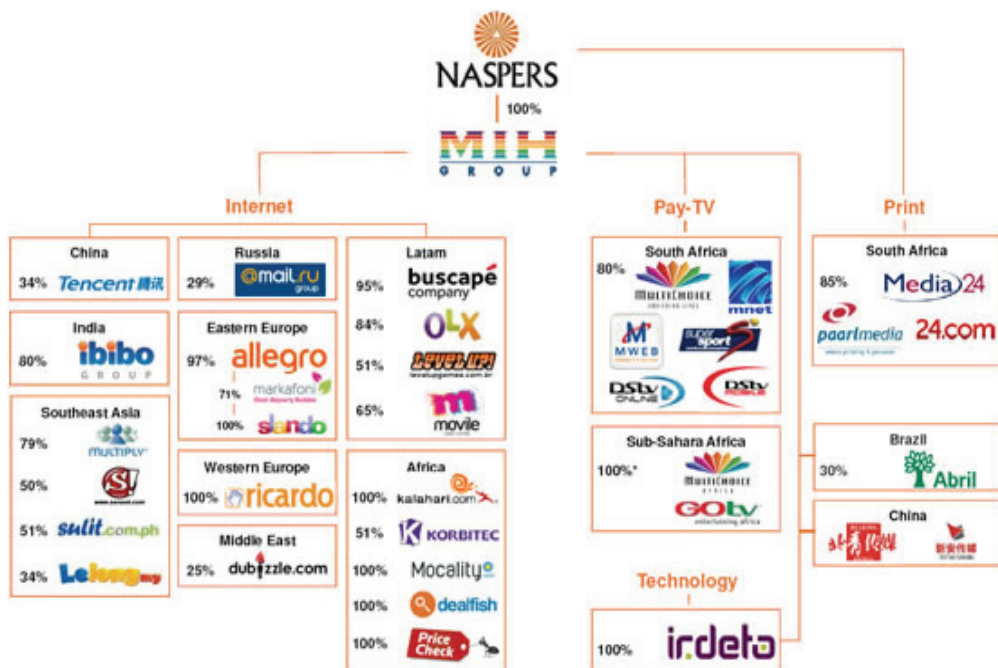
2. Naspers – južnoafrički digitalni heroj

Dok se sa američkog tla svijetom uveliko šire skupe medijske vibracije, ni ostatak planete ne ostaje imun. Jedan od najboljih primjera medijske protiv-

teže je vjerovatno *Naspers*, južnoafrički medijski gigant, koji već posjeduje značajni dio akcija u kompanijama Facebook i Zinga. Naravno, daleko od toga da se Naspers može smatrati početnikom. Radi se o skoro vijek staroj kompaniji, čija je primarna djelatnost bila izdavanje novina i magazina (što i danas čini gotovo trećinu prihoda kompanije) i koja je na digitalno medijsko tržište izašla sa lansiranjem projekata u Južnoj Africi i pametnim, skoro proročanskim ulaganjem u kineski *Tecent* (<http://www.digitaltonto.com/2012/the-biggest-digital-media-company-youve-never-heard-of/>).

Nakon toga, značajni poslovi su bili vezani prvenstveno za kupovinu značajnog udjela *Mail.ru* i poljskog aukcijskog giganta *Allegro*. Tako je počelo spajanje djelova mozaika koji su postali temelj za izgradnju prave međunarodne medijske imperije. Kao što se može vidjeti iz organizacione šeme u nastavku (prikaz br. 1), Naspers je trazvio značajan medijski biznis na svakom kontinentu izuzev Sjeverne Amerike i posluje u preko 130 država.

Prikaz br. 1: Organizaciona struktura Naspers – a
(<http://www.naspers.com/company-structure.php>)



Navno, nijesu sve Naspersove investicije bile uspješne, ali je ova stamena kompanija iz većine tržišnih ratova izlazila kao pobjednik, uspjevši da

zadrži najveći dio svojih početničkih investicija i da ulaganja u mnogome diversifikuje i unaprijedi po svim pitanjima. Logičan slijed događaja je, svakako, finansijska nagrada, koja nije izostala. Vrijednost Naspers-a se danas tržišno procjenjuje na preko 23 milijarde američkih dolara.



Naspers posluje platforme koje povezuju korisnike različitih medija, bavi se elektronskim biznisom, značajno je fokusiran na reklame i posvećen je unaprijeđenju različitih načina komunikacije.

Strategija Naspers-a je veoma jednostavna i sastoji se u tome da se obezbjedi zabava, različite mogućnosti trgovanja i pruže različite vrste informacija, kako bi se korisnici osjećali potpunim i uvažanim članovima zajednice kojoj pripadaju.

Naspers upravlja pretplatnicima, koncentriše se na medije, trgovinu i komunikacije između samih korisnika i uporedo razvija i prodaje korisne medijske tehnologije. Preko svojih različitih operacija i grupa, Naspers koristi kako pojedinim korisnicima u okviru određene zajednice, tako i samim zajednicama. Ukratko, Naspers je postao uspješan ne samo zbog održavanja koraka sa najsavremenijim digitalnim tehnologijama, već i zbog dobrog smisla za posao i senzibilnog načina na koji ga realizuje.

Bez sumnje, Naspers je pravi digitalni medijski gigant iz sjenke.

3. Tencent – kineski web gigant

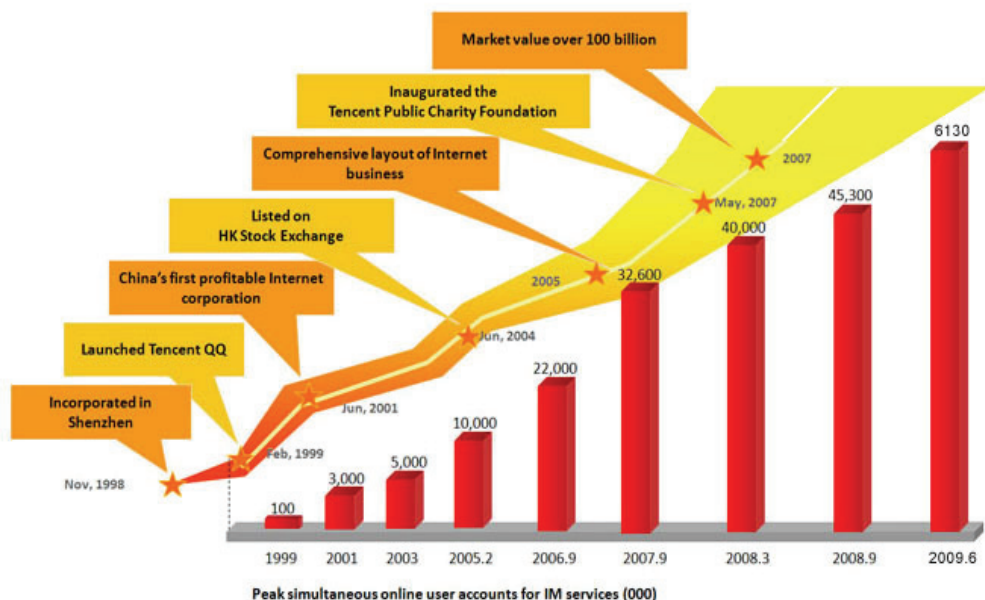
Kada američki, britanski i drugi svjetski mediji izvještavaju o najvećim i vodećim web kompanijama, obično se ponavlja ista ili slična storija – tu su Google, Yahoo, eBay... Niko ne pominje (iako je teško povjerovati u toliko neznanje ili neinformisanost) web magiju iz Kine – **Tencent**. Bez obzira na činjenicu da djeluje u sjenci gore spomenutih magnata savremenih internet tehnologija, Tencent bez problema može da se nosi rame uz rame sa njima. I više od toga...



Ova mistična kineska kompanija vrlo lako bi mogla da postane buduća supersila web-a. Njeno kinesko porijeklo i nedostatak međunarodne pažnje i ekspanzije niukom slučaju joj nijesu nedostatak. Naprotiv, tako će lakše i duže letjeti ispod radara vodećih svjetskih tehnoloških kompanija, a neće za njima zaostajati.

Međutim, itekako bi trebalo obratiti pažnju na Tencent, imajući u vidu da je kineska privreda od skoro i zvanično druga na svijetu (odmah iza SAD-a), sa programiranom stopom rasta u 2012. godini od 8.4% u odnosu na 2011. U takvim uslovima ekonomskog procvata Tencent se odlično snašao. U odnosu na 2011. godinu u 2012. je, na primjer, njen prihod od internet usluga porastao za 48.8%, a prihod od igara za 66.4%. Na taj način, zarada je povećana za nevjerojatnih 4.5 milijardi američkih \$. A Tencent - ova tržišna vrijednost – to je tek posebna priča. Ona je na kraju 2012. godine iznosila više od 38 milijardi američkih \$ (<http://www.itpro.co.uk/640132/tencent-the-biggest-web-company-youve-never-heardof#ixzz2LQox79zM>). I sve to sa tendencijom rasta u ovoj godini. Je li nebo granica?

Slika 1 : Uspon Tencent-a
(<http://www.tencent.com/en-us/at/roadmap.shtml>)



Tencent je pokretač nekih od najvećih on line zajednica, pa se s pravom postavlja pitanje: Zašto nijesmo čuli za ovu kompaniju? Predsjednik kompani-

je Martin Lau objašnjava da jer Tencent veoma uspješna kompanija u Kini i da je poslednjih godina bilo više pokušaja da se prodre na globalno medijsko tržište. On naglašava da je prisustvo Tencenta na svjetskom tržištu još uvijek ograničeno medijskim uticajem Google- a i Yahoo-a, iako realni finansijski i drugi pokazatelji ne govore tako i dodaje da kinesko porijeklo ovog online giganta umanjuje njegove šanse za širenje u ključnim oblastima i da su u kompaniji toga svjesni pa samim tim i ne preduzimaju ozbiljnije korake u tom pravcu (Ibid.). Tencent realno svakodnevno osvaja nova tržišta kada su u pitanju ključne oblasti njegovog djelovanja (prvenstveno online igre i društveno umrežavanje), ali i ostvaruje značajan napredak i u drugim profitabilnim oblastima kao što su elektronska trgovina i oglašavanje (slika 1). Čak su i zvaničnici Facebook- a potvrdili da su proteklih godina naučili mnogo u pogledu modela poslovanja upravo od Tencent-a.

Tencentov uspjeh u budućnosti će u mnogome zavisiti od pravih i pravovremenih partnerstava sa lokalnim kompanijama širom svijeta. Tencent je svjestan da se nalazi u centru „savršene oluje“. Brz rast i iz godine u godinu značajno uvećani prihodi, već su učinili Tencent gigantom u jednoj od najbrže rastućih svjetskih ekonomija. Jasno je da se zapadna ekspanzija ne može desiti preko noći, već je to igra na duge staze. Sve činjenice idu u njihovu korist i kažu sledeće: Ignorirati Tencent znači ignorirati internet supersilu budućnosti!

Tencent možda i dalje neće biti previše poznat izvan Kine, ali jedno je sigurno – sve više će koristiti svoju moć i unositi pometnju na svjetsko internet tržište kao jedna od najvećih web kompanija sa obje strane Kineskog zida.

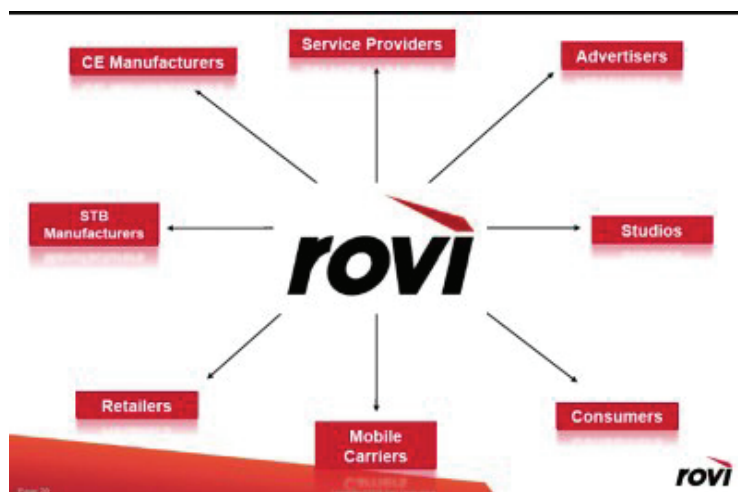
4. Rovi – američki gigant iz sjenke

Rovi, malo poznata kompanija iz Silikonske doline, sprema se za veliku senzaciju kada je u pitanju online video program. Ovaj digitalni medijski gigant je konačno posložio sve djelove mozaika za pružanje video usluga kojima ne mogu da odole čak ni najveći igrači poput Amazona, Netflix-a pa čak i iTunes-a. Kako objašnjava izvršni predsjednik kompanije: „Rovi ne pokušava da bude novi brend svuda i po svaku cijenu, on želi da bude *iza svega*“ (<http://www.rovicorp.com/company/about.htm>).

Čini se da je kompanija Rovi uradilasve da ostane anonimna, počev od promjene imena 2009. godine, do kada je firma funkcionisala pod nazivom Macrovision. Ali i to je izgleda bilo nedovoljno, jer nakon sklapanja prilično misterioznog sporazuma sa Apple-om i nedavnog preuzimanja Sonic Solutions-a, jednostavno nije moguće ostati anonimni...

Pa onda, ko je tačno Rovi i kako će to promjeniti online video poslovanje? U nastavku će se pokušati približiti način na koji Rovi djeluje i zarađuje značajne sume novca, što je ovu kompaniju i svrstalo u red najvećih medijskih giganta iz sjenke.

Slika 2 : Rovi i veze sa stejkholderima



Većina ponuđača digitalnih video usluga novac zarađuju naplaćivanjem pretplate krajnjim korisnicima ili prodajom oglasnog prostora. Tehnološke i elektroničke kompanije pokušavaju da prodaju tzv. gadžete koji korisnicima pružaju najbolje iskustvo i potpun doživljaj zabave. Ali, za razliku od njih, Rovi prodaje samo djelove svoje platforme, koja služi kao podrška svim ostalim programima i uslugama. Rovi platforme za korišćenje TV prijemnika, gledanje filmova i drugih medijskih sadržaja su ugrađene u više od 163 miliona uređaja i koristi ih preko 122 miliona pretplatnika kablovske televizije i drugih usluga.

Prema svim tržišnim pokazateljima, Rovi ima ugovore sa većinom vodećih kompanija potrošačke elektronike, kablovskih provajdera u SAD-u, onlajn prodavaca, i filmskim studijima. Čak je i nedavno sklopio prethodno spominjani misteriozni ugovor sa Apple-om. Iako u Rovi-ju nije dozvoljeno da odaje detalje ovog sporazuma, pretpostavlja se da se radi o omogućavanju i ekskluzivnim pravima Apple-a da može koristiti moćni Rovi vodič informacija za buduće verzije Apple TV sa živim TV programima. Ili možda Apple jednostavno želi pravo korišćenja Rovi informacionog vodiča za iTunes.

Slika 3 : Poslovna mreža kompanije Rovi
(<http://ir.rovicorp.com/CorporateProfile.aspx?iid=4206196>)



Interesantno je da Rovi nema nikakve druge aktivnosti u cilju svog promovisanja. A i zašto bi - tvo je njihov najbolji posao i istovremeno najbolja reklama.

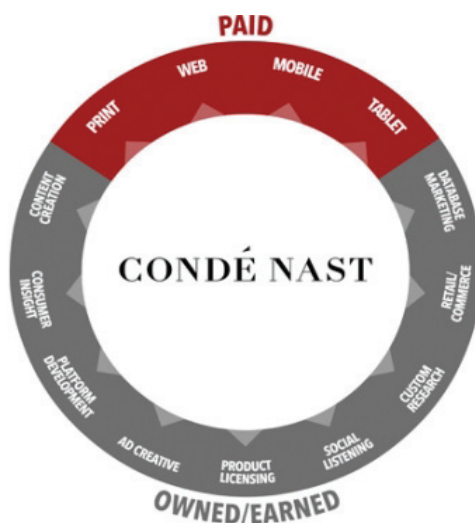
Na kraju, neka druga kompanija će sastaviti sve ove djelove zajedno i pretvoriti ih u kompatibilnu i lijepo upakovanu uslugu. Možda će čak neka mnogo veća kompanija poželjeti da Rovi ima u svom vlasništvu. A kada se to desi, Rovi će preko noći izaći iz sjenke i postati realno moćan medijski igrač. Nama koji se samo djelimično razumijemo u ovaj virtualni svijet meg elektronskih platformi i koji imamo uvid u samo pojedine djelove čitave Rovi slagalice, ne ostaje ništa drugo nego da čekamo šta donosi neizvjesna i sigurno uzbudljiva budućnost.

5. Conde Nast – najveći medijski preokret današnjice

U prethodno izloženom tekstu moglo se vidjeti kako neki gotovo anonimni nazivi kompanija kriju u sebi velike potencijale ili čak velike medijske magnate. Za kraj predstavljanja medijskih giganata o kojima se malo zna ostavljeno je vjerovatno najbolje – Code Nast.

Za one koji nijesu upoznati sa kompanijom Conde Nast, najbolje je ukratko ih predstaviti kao vodećeg svjetskog izdavača glamuroznih mjesečnih lifestyle časopisa, na čelu sa moćnim brendova kao što su *Vogue*, *GQ* and *Wired*.

Istorijski posmatrano, Code Nast je nekada važio za brend koji je bio prava digitalna katastrofa, sa veb sajtovima koji su jedva funkcionisali, i ukupno malom digitalnom upotrebljivošću. Toliko su bili daleko od savremenih tokova da su čak u jednom trenutku prodali digitalna prava za njihov mega – brend Wired... Ukratko, Conde Nast je do skoro bio oličenje stare medijske škole, koja se reprezentuje kroz glamur, sporost i manjak interesovanja za moderne digitalne tehnologije.



Tek tokom 2006. godine, Conde Nast je počeo sa agresivnijim tržišnim pristupom i hvatanjem ritma sa globalnom digitalizacijom. Kupovinom dvije male, niskoprofitne firme (Webmonkey i Reddit), Code Nast je počeo da u potpunosti revitalizuje svoje štampane brendove i počinje sa njihovim internet (on-line) izdanjima. Za kratak period su uspjeli da naprave savršeno stilizovanu, brzu i profitabilnu on-line medijsku mašineriju i stvore moćan Conde Nast Digital, koji je vjerovatno najbolji medijski zaokret ikada viđen na svjetskoj medijskoj sceni (<http://www.condenast.com>).

Conde Nast je vlasnik nekih od najslavnijih, najuticajnijih i najprodavanijih svetskih medijskih brendova. U Sjedinjenim Američkim Državama, Conde Nast objavljuje 18 potrošačkih časopisa, četiri *business-to-business* publikacije, 27 web sajtova i više od 50 aplikacija za mobilne uređaje i tablet računare, vodeći u svojim klasama i kategorijama. Kompanija posjeduje i Fairchild Fashion Media (FFM), čiji portfolio brendova služi kao vodeći izvor vijesti i analiza za globalne modne zajednice. Conde Nast je osvojio više nacionalnih

nagrada za tekstove u proteklih deset godina – znatno više od svih svojih konkurenata zajedno. Nema šta – prava medijska siva eminencija.

Pored već spomenutih časopisa, Code Nast je kuća i sledećih medijskih brendova: *House & Garden*, *Vanity Fair*, *Glamour*, *American Golfer*, *Brides*, *Self*, *Cookie*, *Modern Bride* i *Elegant Bride*

U julu 2010. godine, Robert Sauerberg je postao predsednik kompanije Conde Nast i odmah je postao lider nove ere u ovoj moćnoj medijskoj kompaniji. Sa njim počinje novi zaokret u poslovanju, koji podrazumijeva manje fokusiranje na reklamiranje u štampi i prelazak na razvoj digitalne platforme, inovativnih proizvoda i novih marketinških usluga za generisanje prihoda. U maju 2011. godine, Conde Nast postaje prvi veliki izdavač čija je pretplata bila na iPad-u, počevši sa još jednim od svojih proizvodnih brendova - *The New Yorker*. Kompanija je od tada uvela iPad pretplate za devet svojih naslova. Istog meseca, Code Nast postaje dio *Next Issue Media*, zajedničke firme osnovane od strane pet američkih izdavača, koji su najavili mogućnost pretplate na njihove proizvode preko Android uređaja, počevši od modela *Samsung Galaxy Tab* (Kaplan, D., 2011, p. 17).

Mora se priznati da je teško čak i djelimično ispratiti sve velike projekte i promjene koje na medijsko tržište uvodi ovaj medijski gigant, jednostavnog imena, koje je širokoj javnosti gotovo nepoznato. Koja nas iznenađenje očekuju od ove kompanije saznaće se uskoro, jer već stižu signali o novim projektima, udruživanjima i iznenađenjima.

6. Zaključak

Sve prethodno izloženo ukazuje na to da je više nego očigledno da uprkos vjerovanju medijskih teoretičara, Amerika više nema monopol nad medijskim znanjima, vještinama, tehnologijama i inovativnim duhom. Azija i Istočna Evropa se već sada mogu pohvaliti nekim od najboljih svjetskih programa, koji na jednom mjestu okupljaju veliki broj stručnjaka i talenata. U ovu digitalnu trku se već odavno uključila i Južna Koreja, koja, usput rečeno, ne samo da ne zaostaje, nego je i lider u pojedinim oblastima i tehnologijama. Kina ima rastući trend razvoja digitalne medijske kulture. Poljski *Gemius* već redovno pobjeđuje *GfK* i *Nielsen* u onlajn istraživanjima korisnika...

Jasno je da je izvan Sjedinjenih Američkih Država veliki svijet, koji krije razna medijska iznenađenja. Čini se da vodeće američke medijske kompanije (ili bar one za koje smo svi čuli), sebi čine medvedu uslugu tako što ignorišu

sve ono što ostatak planete ima da ponudi kada su u pitanju novi medijski eksperimenti, posebno u digitalnom svijetu.

Ostatak svijeta ipak stvara $\frac{3}{4}$ ukupnog BDP-a, i to prvenstveno zahvaljujući veoma talentovanim, pametnim i vrijedim ljudima, sa velikim idejama i neverovatnom prilikom da se upoznaju i eksperimentišu sa novim poslovnim modelima. Možda su neke od kompanija koje su u ovom radu predstavljene zaista medijski giganti za koje se malo zna, ali su ipak giganti.

Literatura

Bodrijar, Ž. (1991), *Simulakrumi i simulacija*, Novi Sad: Svetovi.

Čomski, N. (1999), *Profit iznad ljudi: neoliberalizam i globalni poredak*, Novi Sad: Svetovi.

Herrmann, E. S., McChesney, R. W. (2001), *Global Media: The New Missionaries of Global Capitalism*, New York – London: Continuum International Publishing Group.

Kaplan, D. (2011), „Next Issue Media Works To Build The Storefront Before The Audience Arrives”, PaidContent

Štrbac, L. (2008), „Globalni mediji”, *Nova srpska politička misao*, 25.08. 2008.

http://en.wikipedia.org/wiki/Media_conglomerate

<http://www.digitaltonto.com/2012/the-biggest-digital-media-company-youve-never-heard-of/>

<http://www.naspers.com/company-structure.php>

<http://www.itpro.co.uk/640132/tencent-the-biggest-web-company-youve-never-heard-of#ixzz2LQox79zM>

<http://www.tencent.com/en-us/at/roadmap.shtml>

<http://www.businessinsider.com/the-most-important-media-tech-company-you-dont-know-rovi-2011-1?op=1>

<http://www.rovicorp.com/company/about.htm>

<http://ir.rovicorp.com/CorporateProfile.aspx?iid=4206196>

<http://www.digitaltonto.com/2010/4-unlikely-digital-heroes/>

<http://www.condenast.com>

UDK: 316.774:342.4(497.16)

MEDIJI I NOVA USTAVNA ORGANIZACIJA CRNE GORE

**THE MEDIA AND NEW CONSTITUTIONAL ORGANIZATION
OF MONTENEGRO**

dr MIODRAG VUKOVIĆ, docent
Fakultet za državne i evropske studije - Podgorica

Apstrakt: *Državno trajanje Crne Gore od nezavisne do nezavisne države. Državna istorija kao opomena. Zablude i obmane. Državna nesebičnost i nacionalna neuskogrudost. Nezavisna država. Nedovršena nacija. Državni status i status države. Politička i društvena tranzicija. Referendum o nezavisnosti. Pravna regulativa. Njene promjene. Nesavršenost i nedorečenost propisa o medijima. Ustav nove stare države Crne Gore iz 2007. godine. Odnos medija prema Ustavu prije i poslije njegovog donošenja, odnosno odnos prema samoj ideji državne nezavisnosti. Sporo navikavanje na novu ustavnu organizaciju Crne Gore. Svjesni otpor novom od strane medija u Crnoj Gori i van nje. Proces koji će dugo trajati.*

Ključne riječi: *Mediji, ustav, Crna Gora,*

Abstract: *Delusions and deceptions. State selflessness and the absence of national parochialism. Independent state. Unfinished nation. Statehood and statehood. The political and social transition. The Referendum on independence. Legislation. Its changes. Imperfection and incompleteness of regulations on the media. The Constitution of the new-old state of Montenegro in 2007. The relation of the media to the Constitution before and after his passing, i.e. attitude towards the idea of independence itself. Slowly getting used to the new constitutional organization of Montenegro. Conscious resistance of the new media in Montenegro and abroad. The process that will last too long.*

Key Words: *Media, Constitution, Montenegro*

1. Uvod

Crna Gora je stara država, osobenog, vjekovima dugog državnog trajanja. Jedna je od najstarijih država na ovim prostorima. U različitim istorijskim okolnostima uspijevala je da očuva sebe kao društvenu i državnu zajednicu kada to nijesu mogle uraditi druge, mnogobrojnije, bogatije, pa i po mnogim aspektima razvijenije državne sredine. U punom saglasju sa objektivnim ambijentom u kome je egzistirala razvijala je osoben odnos prema mnogo čemu što ima odraza i na današnju Crnu Goru.

Crna Gora je država koja je većinom počivala na običajnom pravu. Istina, neki djelovi današnje Crne Gore, koji su u različitim periodima postajali njenim sastavnim dijelom, teritorijalno i državno uključujući se u Crnu Goru imali su drugačiju stvarnost kada je oblikovanje društvenih odnosa u pitanju i sigurno da su tako ubrzavali put transformacije cjelokupne Crne Gore ka državi prava. Pravna istorija Crne Gore je kratka. Od "Stege" Svetog Petra Cetinjskog do danas prošlo je nešto više od dva vijeka. Istorija crnogorske ustavnosti je još kraća. Od prvog oktroisanog Ustava Knjaževine Crne Gore iz 1905. godine, do danas, prošlo je nešto više od jednog vijeka. Sve to zajedno, na osoben način, ima odraza i na sadašnja navikavanja Crne Gore da bude država zakona, država vladavine prava, da bude ustavno organizovana društvena zajednica.

Isto tako, kao najmanja po teritoriji i broju stanovnika u odnosu na druge posebno sebi susjedne države, emitovala je, a i dalje emituje državnu nesebičnost i nacionalnu neuskogrudost. Manje je radila na sebi a više je bila posvećena institucionalizaciji svoje namjere da živi u širim državnim okvirima sa drugima. Zbog drugih se nerijetko, svjesna posljedica ili ne, žrtvovala, a tu njenu posvećenost drugi su znali nerijetko da zloupotrijebe, pa i da Crnu Goru kao državu kazne, aneksijom oduzimajući joj i ime i status države i sve nacionalne odrednice, braneći to "širim društvenim i patriotskim interesima".

Jednom riječju, Crna Gora je, makar proteklih više od vijek i po, vidljivo lutala. Dok su u 19. vijeku nastajale države ujedinjavanjem na desetine i stotine susjednih državica, kao što su nastale SR Njemačka i R. Italija, a zatim se u istim stvarao dominantan nacionalni korpus, da bi u 20. vijeku prvo nastajale nacije pa zahvaljujući njihovom naporu i spremnosti čak i na žrtvu stvarane su nacionalne države- Crna Gora je društvena zajednica koja nije završila nijedan posao kao što su to radili drugi ni u 19. ni u 20. vijeku i silno je zbog toga, čak i posljednjih decenija, pa i danas, i patilai i stradala.

Posvećenost ideji iskrenog suživota sa susjednim državama koštala je Crnu Goru voljnog i nevoljnog ulaska u različite šire državne aranžmane u kojima je više gubila nego što je dobijala ako je išta ikada i dobila. Istorija ideje jugoslovenstva ili južnoslovenstva kao državne i ne samo državne ideje kojoj je Crna Gora bila upitno bezgranično posvećena, pokazalo se na kraju kao zabluda koje su se svi drugi blagovremeno, u svakom slučaju oslobodili uz manje ili veće potrebe, samo je Crna Gora vlastitu državnu i društvenu emancipaciju u početku svjesno a poslije manje voljno žrtvovala za opstanak te ideje, iako je ona bila pokriće za sasvim druge i drugačije državne ambicije, i to drugih a ne Crne Gore.

Poslije suočavanja sa činjenicom da je više stradala nego što je imala koristi od prevelike opčinjenosti da bude u društvu sa drugima, suočavanje sa činjenicom da je jugoslovenstvo kao ideja izgubilo bilo koji demokratski kapacitet (ako ga je ikada i bilo u toj ideji), da je to prije svega bila državna pokrivalica za neke druge velikodržavne projekte koji su neminovno gutali male zajednice i male države, Crna Gora je prije pet godina zatvorila krug. Bila je 1878. godine država koju je tadašnja "Evropska unija" uvažila kao državu, priznajući joj državnu samostalnost i nezavisnost na Berlinskom Kongresu održanom te godine, da bi poslije vijek i po lutanja i traganja za sobom i sopstvenim identitetom, 2006. godine demokratskom voljom svojih građana povratila državnu samostalnost i nezavisnost.

Postala je ponovo svoja na svome, država sa svim atributima državnosti, sa svojom teritorijom, stanovništvom vlašću.

2. Nije to bio jednoznačan i lak put

To državno samoosvješćivanje kroz državno trajanje skopčano sa iluzijama, traumama, zabludama, autonomnim ili nametnutim ignorisanjem vlastitih državnih potreba, bio je vrlo kompleksan i po posljedicama višestruko značajan, pa i dalekosežan proces. Državna afirmacija Crne Gore, njeno vjekovno traganje za ispravnom državnom istinom i vlastitim državnim interesom imalo je svoje reperkusije na sve ostale oblasti djelovanja njenih ljudi i nje kao zajednice. To što je češće išla u ratove nego u svatove, nerijetko i zbog drugih, to što nije dovršila niti je imala ambiciju da dovrši svoje nacionalno i duhovno formiranje, kao što su to radili drugi, pa i na štetu Crne Gore ili zloupotrebom onog crnogorskog, uticalo je na svaki naredni korak nje kao države posljednjih decenija. Iz tog mukotrpnog perioda, Crna Gora i danas "nosi" mnogo čega

deformisanog što za obnovljenu samostalnu državu predstavlja svojevrsan teret.

Period 19. i 20. vijeka je period tektonskih poremećaja u ideološkim i kulturološkim naporima da se države formiraju na ovaj ili drugačiji način. Crna Gora ni tada nije uspješno trasirala svoj put, pa makar koristeći ono što su države koje su joj bile bliske praktikovale a što bi moglo biti primijenjeno laganom adaptacijom i na crnogorske uslove. To je vrijeme kada je u Crnoj Gori bilo previše nepokrivenog slobodnog prostora za umetanje drugih (pokazaće se vrlo brzo necrnogorskih pa i njoj potpuno suprotstavljenih) interesa, posebno od strane susjeda. Posljednjih godina Crna Gora doživljava svojevrsnu emancipaciju, posebno svoje autentične intelektualne elite, koja otvara "skrivenne stranice crnogorske istorije" iz kojih saznajemo evidentno sa velikim kašnjenjem da je crnogorska nacija "nacija sa greškom", što čitavu situaciju čini komplikovanom, konfliktnom, zahtjevnom, situacijom koja traži da se proces oslobađanja od vlastitih zabluda i nametnutih -pa i silom a ne samo demagogijom i prevaram- "istina o Crnoj Gori", vodi svakodnevno kontinuirano, uz velike napore. Suočiti se sa nespornim argumentima o greškama iz ranije ili novije prošlosti nerijetko je povezano sa novim konfliktima, nesporazumima unutar obnovljene države i nje sa onima drugima, posebno autorima onih strana istorije Crne Gore koje su dugo bile skrivene, nedostupne u svojoj autentičnosti i gurane na margine i u fusnote. Svom silinom, čak i eruptivno, uz sve vrste otpora da to ne rezultira očekivanim, Crna Gora posljednjih godina dokazuje istinu da onaj ko nema prošlost ne može računati ni na budućnost. Sadašnja Crna Gora u dobroj mjeri, usudili bi se reći, demantuje i čuvenog britanskog premijera koji je rekao da "oni koji prave svađu o prošlosti i sadašnjosti uvijek gube budućnost". Ovo iz razloga što prošlost, a zahvaljujući njoj, i sadašnjost Crne Gore nužno treba da bude, ne drugačije napisana nego istinito prikazana, uz otkrivanje svega onoga što je brižljivo i uporno prikivano i umjesto čega je nametana ideološka i kulturološka istina, koja nema nikakvih uporišta u realnim činjenicama crnogorske prošlosti, a ni sadašnjosti.

Ako se to ne bi radilo i budućnost Crne Gore bi bila projekcija zasnovana na pogrešnim premisama, izvučenim iz koliko do juče, oficijelnih istina. Nije Crna Gora Velika Britanija i riječi britanskog premijera¹ ne mogu se primijeniti kada je državno trajanje Crne Gore u pitanju.

¹ Winston Čerčil, britanski premijer

Kako sada sasvim drugačije zvuče i dobijaju sasvim drugačije istorijske konotacije istine o tome da je Crna Gora u posljednje vrijeme imala naređenu i instrumentalizovanu (za interese drugih) istoriju, svemu tome prilagođen obrazovni sistem, oblikovanu duhovnu sferu na "poželjan način" tumačenja događaja njenog državnog i ukupnog trajanja koje je nudilo najmanje kontinuirane istine i dokaza sa crnogorskim predznakom. Treba se prisjetiti samo komentara kada je Crna Gora bila uvažena na Berlinskom kongresu, koliko tekstova u tadašnjoj štampi susjedne nam države kojim je taj istorijski događaj proglašen njihovim- treba ponoviti- njihovim najvećim porazom i mnogo toga. Treba se podsjetiti pisama intelektualaca druge države da se u Crnoj Gori govori jezikom koji se od njihovog dobro razlikuje "i ako se nešto ne preduzme na tom planu Crnogorci i oni drugi će se razumjeti kao Portugalci i Španci".

Transformacije državnog statusa Crne Gore bili su praćene odgovarajućim medijskim tekstovima, pri čemu su nerijetko mnogi od tih tekstova najavljivali ono što je vidljivo bilo protiv interesa države Crne Gore, namjerno oblikujući nužnu podršku u Crnoj Gori i šire namjeravanim projektima oblikovanja crnogorske stvarnosti. Treba imati u vidu da je svih tih godina, u svim tim vremenima, Crna Gora bila država u nastajanju u modernom smislu te riječi, država sa nedovoljnim i skromnim institucijama koje su mogle postojati i djelovati u sistemu prosvijećenog apsolutizma, sa vrlo slabom slobodom javnog informisanja u početku bez ikakvih vlastitih medija, što je kompezirano medijskim istinama onih sa strane koji su bili u službi promocije istine sa strane, a kasnije sa medijima koji su već dobro došli pred svršen čin, suočeni sa istinom o nedovršenoj državi i potrebom i nužnošću da njeno krajnje oblikovanje prate i medijski promovišu na zahtijevan način.

Šta govoriti tek o vremenima kada Crne Gore nije bilo u bilo kakvom državnom smislu. Šta govoriti o vremenima kada je bila usisana i ona i istina o njoj konzumirana od strane većih državnih projekata kojima su udarne pesnice činili upravo tadašnji mediji pod jakom kontrolom vladajućeg državnog establišmenta. Šta govoriti o periodu kada je Crna Gora prestala da postoji, o vremenu kada je izvjestan broj, velikosrpskim ambicijama indoktriniranih građana izbacio svoje legitimne strukture sa svog područja, poslala ih u egzil i zabranila im povratak u domovinu, vremenima kada je bila zabranjeno voljom Vlade druge države a branjeno medijskom propagandom u njenom interesu da se i samo ime Crne Gore smije pominjati bilo kada i bilo kojim povodom.

3. Državni prostor Crne Gore i mediji

To su vremena kada je počela era sve jače uloge medija na oblikovanje javnosti i usmjeravanje društvenih procesa. Tada a i kasnije, u procesima koji su doskora nesmetano tekli, u Crnoj Gori su dominantno egzistirali mediji koji su se hranili crnogorskom državnom nesebičnošću i brigom više za drugoga nego za sebe. Stvarani su od strane države i od nje pomagani jer je to bila i crnogorska državna politika. Kada se tome doda i činjenica da je to odgovaralo i drugima, da Crna Gora nedovoljno i nepromišljeno malo cijeni sebe, svoje potencijale i time rizikuje svoju budućnost, slika postaje iz ove perspektive puno bistrija, lakše čitljiva, manje izaziva zabune i otvara pitanja. Tek posljednje dvije decenije stvari počinju da se mijenjaju. Do tada ionako mali prostor, kakav je prostor Crne Gore, korišćen je za medijsku promociju vrlo rigidnih i od strane države selektivno ohrabrivanih medija, dok je drugačije mišljenje ili bilo onemogućeno ili prepušteno prostorima disidentstva i zabranjene literature. Nije samo veličina prostora suspendovala mogućnost drugačijeg viđenja crnogorske stvarnosti i budućnosti nego je taj prostor brižljivo čuvan da ne bude narušen, napadnut, nekim stavom pogledom, sugestijom, mišljenjem, koje ne bi samo problematizovalo aktuelne vizure crnogorske stvarnosti i budućnosti nego bi dovelo u pitanje do tada etabrirane državne istine o daljoj ili bližoj crnogorskoj prošlosti. Brzo će se pokazati da je takva simbioza medija i zvaničnih politika onih drugih koji su permanentno atakovali na sve crnogorsko, uz jatačko i snishodljivo ponašanje državnih struktura same Crne Gore- u Crnoj Gori stvorila nešto što ne postoji u drugim državama, bar ne u obliku i "kvalitetu" kakav je zapljusnuo inoviranu državnu scenu Crne Gore.

Crna Gora je početkom 90-ih godina prošlog vijeka krenula u političku i društvenu tranziciju, kasno i sa punom torbom opterećenja koja su bila posljedica lošeg iščitavanja i još lošijeg sugerisanja da se čita crnogorska prošlost. Kasnila je za drugim zemljama i u tranziciju ušla kao posljednja i suočila se sa dva problema. Nije mogla jer nije ostvarila ono što su druge države uradile u 19. i 20. vijeku. U pitanju su oni poslovi koji čine državu stabilnom, svojom, suverenom i samostalnom. Međutim, kombinacijom političke mudrosti političke elite, koja je naslijedila onu staru Crnu Goru i pokušala da je vodi putevima tranzicije i svjesnosti nedostataka u nasleđu, morala je iz tih razloga prolaziti procedure koje nijesu zahtjevale društvene stvarnosti država sa kojima je Crna Gora do juče živjela zajedno. Sve to uz svjesno popuštanja pred nastavkom udara na sami pokušaj nastanka crnogorske nezavisnosti, čija je posljedica pristanak življenja i u trećem i u četvrtom obliku zajedništva, ali sa manjom

dozom iluzija da će to trajati vječno, a sa druge strane i problemom nastavka egzistiranja medija na vlastitoj teritoriji koji su funkcionisali po ranijim obrascima tretiranja crnogorske budućnosti. Iskomplikovala se ponovo ali sada otvoreno i državna i medijska scena u Crnoj Gori. Kada je u pitanju država nastavile su da koegzistiraju dvije državne ideje ili preciznije jedna državna i jedna antidržavna kada je Crna Gora u pitanju i dvije medijske politike- jedna, koja je nastavila sa promocijom ignorantnog odnosa pri samoj pomisli postojanja samostalne Crne Gore i druga, koja je ne samo u svojoj najavi i pojavi predstavljala alternativu prethodno pomenutoj, nego i znak da ništa neće biti više kao prije.

Zahvaljujući državnim elitama svih prethodnih etapa državnog razvoja Crne Gore, povlađivanju servilnim političkim projektima koji su nanosili štetu Crnoj Gori, a takođe istini da je pravi iskonski državni interes Crne Gore i njenog čovjeka bio degradiran i politički kompromitovan, medijski izobličen i izopačen, bez rezidentnosti na takve napade na nju Crna Gora je ušla u nove konfliktne situacije.

Tranzicija je počela zahtjevom za novim vrijednostima za ukidanjem monopola države jedne partije, ali je pluralizacija i osvajanje slobode u svim oblastima na površinu izbacila svu različitost, pa i ono patološko a manje-više uspješno suzbijano u Crnoj Gori. Nastale su nove partije. Probudila se zarobljena misao. Počelo je slobodnije da se govori i ono što se misli javno saopštava, pa i putem medija. Međutim, nije bilo zajedničke odrednice aksioma koji ne treba dokazivati, teritorije i istina vezanih za nju koje su nesumnjive. Na jednoj strani, slobodnije nego ranije, državotvorne ideje koje su ne mali period crnogorske istorije provele u ilegali u hajducima, sada su postale realnost političke komunikacije i političkog bivstvovanja. Ali sa jedne strane i dalje dominantne one političke snage i ideje koje su i punile državne institucije da Crna Gora mora, mimo svijeta i mimo pet ostalih republika bivše zajednice da ostane nesuverena, nesamostalna, vezana, sada već jasno detektovanom zabludom da joj je bolje da bude zavisna i živi ili nastavi da živi u provincijalnoj inferiornosti. Istina, zbog nezavršenog posla u prethodnom periodu, nove državne i političke elite tog doba nijesu ni mogle rizikovati budućnost te i narednih generacija i krenuti euforično i kratkovidno u rizičan proces osamostaljivanja Crne Gore "i povratak u 1878. godinu", već su se odlučile na svojevrstan međukorak nastavka suživota sa onim ko je bio državno najagresivniji kada je Crna Gora u pitanju, sve sa namjerom da se dobije još vremena za nužnu emancipaciju potrebnog državnog i nacionalnog kapaciteta za odlučujući ko-

rak ka samostalnosti i za istovremeno smanjenje ponovo radikalizovanog političkog stava koji je patriotski nudio Crnoj Gori povratak u prošlost. Došlo je istovremeno i do medijske pluralizacije, do pomjeranja u do tada dominantnim državnim medijima, ali na upitan način iz ove perspektive gledano, kao i do javne promocije privatnih medija pri čemu su se programske orijentacije jednih i drugih dobarano razlikovale i često žestoko konfrontirale, u početku na štetu novih alternativnih medijskih promotora, istina, o ispravnijem putu ka izvjesnoj budućnosti Crne Gore. Početni konflikti koji su imali i svoje radikalne diskurse na medijskoj sceni Crne Gore govorili su da se sabrala sva istina i neistina o njenoj prošlosti i da jednom osvojena sloboda teško da može biti suspendovana i ponovo zarobljena.

U posljednje dvije decenije trajao je, a i danas traje proces ranije otvorenog i radikalnog konflikta dvije državne ideje kada je Crna Gora i njena budućnost u pitanju. S jedne strane, ideje da Crna Gora ne može sama, da mora ostati u bratskom zagrljaju, da mora slušati „velikog brata“, da ne smije kao „jedno od dva oka u glavi“ odlaskom iz te glave da naruži lice državnog organizma državnih blizanaca. I a sa druge strane, u početku skromnog kapaciteta, a godinama zatim sve jače i jače potrebe raskida sa prošlošću i tendencijama koje su Crnu Goru koštale Crne Gore kao ozbiljne države, izvjesnog prosperiteta. Nekad je, ispred otvaranja tog konflikta, stajao konflikt u javnom poimanju bolje od dvije alternative. Državni mediji su dugo pratili pragmatičnu politiku vlasti da je bolje ostati još koju godinu u zajednici sa „većim bratom“ nego rizikovati i sadašnjost i budućnost. Mediji koji su osvojili slobodu da mogu javno upozoriti Crnu Goru da je dosta čekala i da u tom dvovjekovnom čekanju, nudeći se kao žrtva, nikada nije niti će dočekati da uspije u afirmaciji sebe i svega njenoga kritikovali su politiku, kako su govorili, „savijanja kičme“, politiku povlađivanja državnom i političkom ekstremizmu u Crnoj Gori, politiku koja je još žešće nastavila da se emituje iz centara đe su pravljani projekti nacionalističkog velikodržavnog karaktera na štetu Crne Gore. Naravno, upućena kritika je bila nešto očekivano, ali i za mnoge nepotrebno nestrpljivo, nervozno, ne shvatajući svu složenost vremena koje je živjela Crna Gora, tražila svoje brzo prihvatanje i emancipaciju.

Ako se ima u vidu da su u ta dva konflikta vrlo aktivno učestvovala političke i državne strukture iz druge države, a posebno da su bez ostatka mediji iz te države bili naklonjeni ideji nastavka crnogorskog državnog posrtanja, stvar postaje jasnija. Crna Gora je morala proći period „toplog zeca“. To je vrijeme kada je morala stvarati uslove za punu demokratizaciju društvenih

odnosa i to u situaciji kada se nalazila između „čekića i nakovanja“. Trebalo se oduprijeti državnom i političkom pritisku sa strane, agresivnom ponašanju njihovih izvođača instaliranih u Crnoj Gori i, sa druge strane, istovremeno osvajati demokratske slobode i vrijednosti, pa i kada su mediji u pitanju. Sve to u nimalo lagodnoj situaciji agresivnog nastojanja medija u Crnoj Gori i van nje, koji su bili i ostali oglasne table velikodržavnih ideja, koje su tražile žrtve, Crnu Goru i njenu izvjesnu ambiciju, da bude država u punom smislu i sadržaju, prije svega.

Tako je trajalo godinama. Do današnjeg dana. Sa evidentnim poboljšanjima ali daleko od „kraja-početka“, kako je govorio pomenuti britanski predsjednik Vlade za neke druge društvene situacije. Da je bilo loše- bilo je. Što se krivo rodi, vrijeme ne ispravi. Naprotiv, vremenom su stvari postale očiglednije. U svojoj deformaciji Crna Gora nije uspjela napraviti jedinstven medijski prostor. Možda i jeste, ali onda treba reći da je to prostor đe su se na jednom terenu održavale i danas traju dvije utakmice ili jedna koja ne obećava da će zbog upornosti jednog od takmaca uskoro biti riješena na regularan način.

Treba se samo prisjetiti događaja iz skorije prošlosti. Kampanja vezana za napad na Dubrovnik može se smjestiti upravo u redove „novije“ istorije. Tada još trajući državni mediji su neprincipijelno forsirali patriotizam kojim se želio braniti pokušaj, kako se govorilo, očuvanja Jugoslavije od snaga u pojedinim republikama koje su željele njihovo osamostaljene. Napor je tada bio dvostruko limitiran. Činjenicom da je izvan navodnog otpora separatizmu i drugim oblicima cijepanja državnog zajedničkog prostora stajao violentan napor državnih i to u širem smislu struktura i njihovih medijskih promotora da prikriju stvarnu namjeru. A ona je bila ustvari cijepanje tog istog prostora pa makar i krvavog i dramatičnog, kako bi se prikrla druga namjera- stvaranje čistih nacionalnih država i podjela tog jedinstvenog „prostora zajedništva, ravnopravnosti, bratstva i jedinstva“, po obrascu, davno promišljenom i skiciranom. Sa druge strane, otpor tom naumu koji je nažalost bio neuspješan pokušale su da naprave dosta slabe medijske strukture, tek u začetku, koje kasnije morale priznati da ne može, bar ne u tim vremenima, šut sa rogatim. Zato ne treba biti ni previše kritičan zbog njihovog slabog učinka, jer i nijesu mogle više ni drugačije. I to ne samo iz razloga sveukupne limitiranosti u odnosu na oficijalne medijske subjekte nego i zbog promptnog reagovanja na pogrešnu stvar, bez očekivane vlastite objektivnosti i razumijevanja za opšti kontekst u kome su se procesi odvijali. Tako se dešavalo da i početni alternativni pogledi na tadašnja dešavanja više iritiraju one kojima su bili upućeni, sa namjerom da

ih upozore da slijepo prate „jahače apokalipse“ nego što su uspijevali da ozbiljno zamisle kritičnu masu onih koji su davali legitimitet jednom ili drugom pogledu na stvarnost. Ipak, najvažnije je, može se slobodno reći, to što je pluralizacija medijskog prostora kroz samu transparentnu različitost emitovanih medijskih istina ne samo započeo, nego je bio i proces koji je nezaustavljivo išao ka punoj afirmaciji slobode mišljenja i slobodnog izbora. Treba se sjetiti i konflikta kojeg je Crna Gora sredinom 90-ih godina imala sa drugom članicom zajedničke države, njenim rukovodstvom prije svega. Taj konflikt je prethodno tinjao i eskalirao sredinom 90-ih godina i trajao dugo godina zatim. Nije bio proces dovoljan sam sebi i nije mogao to nikako biti. Bio je proces koji je tektonski dijelio države, društva, strukture unutar njih, porodice, pojedince, ponovo oživljavajući stare rane i podjele, sve sa neskrivenim medijskim navijanjem i simpatijama za jednu ili drugu stranu. To je vrijeme kada su i ciljno nastajali mediji da bi ohrabрили, podržali, učinili ubjedljivim jedno gledanje, jednu politiku. Pa zatim i samo podsjećanje življenja u državnoj zajednici, koja je sama po sebi mrtvorodeni državni projekat. Međutim, to nije smjelo da se prizna i medijski javno predoči onima koji nikako nijesu smjeli biti dovedeni u situaciju da se polako, makar i bolno bude i oslobađaju zabluda, godinama i decenijama stvaranim kojima je topli dom bila patriotska medijska infrastruktura. Ne i na kraju medijima u Crnoj Gori i van Crne Gore, medijima zajedno u susret održavanju referenduma, u vrijeme ostvarivanja te demokratske procedure i objektivne promocije njegovih rezultata.

Koliko bi se moglo govoriti o nečasnom i od objektivnog medijskog stava i odnosa udaljenom odnosu dobrog dijela medija u Crnoj Gori u odnosu na ovaj epohalni čin? Ostalo je sve zapisano i biće vrijedno kao dokaz i argument emancipacije i ove oblasti duhovnog stvaralaštva u Crnoj Gori i van nje, a okrenutoj Crnoj Gori.

I to je suština čitave priče. Crna Gora je referendumom zatvorila “dugo putovanje u Jevropu”, ali na površinu izbacila skrivenu istinu o stvarnim namjerama onih koji su prethodno pratili i nadživjeli samu referendumsku kampanju i proceduru. Koliko utrkivanja u medijima oko toga da li su političke i državne strukture najzainteresovanije za sudbinu Crne Gore. Koliko naručenih instrumentalizovanih medijskih sugestija da stvari treba da budu usmjerene jednim ili drugim pravcem. Koliko naručenih istina, koliko naredenih sugestija koje je trebalo uputiti javnosti. O konfrontacijama dva bloka sukobljenih oko toga koji državni put izabrati, kojoj se medijskoj istini prikloniti tada da se i ne govori. Najmanje je sve to pomagalo da čovjek bude do

kraja opremljen svi relevantnim informacijama dekontaminiranim od loših i dalekosežnih interesa, bilo čijih, a suprostavljenih interesima same Crne Gore i njenog čovjeka. Kako tad tako i danas i ko zna do kada. Na referendumu dva politička bloka kako dvije državne političke ne samo reminiscencije na decenijско trajanje Crne Gore i poimanje dobra u njoj, već i dvije medijske bez ostataka udarne infrastrukture od kojih je i ranije i danas u debeloj docnji ona koja se istovremeno suprotstavlja agresivnom anticrnogorskom pogledu i pokušava obezbjediti mjesto pod suncem.

4. Mediji i pravni sistem Crne Gore

Uvod u pravne osnove novog ustrojstva medija u Crnoj Gori nalazimo u prvim pokušajima njihovog normativnog utemeljenja u Crnoj Gori na početku 90-ih godina prošlog vijeka, zatim krajem 90-ih godina pa sve do novog Ustava Crne Gore i novog medijskog zakona. Crna Gora je time učinila ono što se od nje očekivalo. Kao zemlja u političkoj demokratskoj društvenoj tranziciji napravila je dužne iskorake u normativnom definisanju. Prije dvadesetak godina stekli su se uslovi da se otvore i krupna pitanja kao što su i pitanja odnosa medija i organa vlasti i njihovih zajedničkih pa i polarizovanih stremljenja u razvoju društva. To je vrijeme nastanka na desetine lokalnih radio stanica od čega više od polovine privatnih, za malu Crnu Goru velikog broja privatnih televizijskih kuća, kao i nastanka pored državnog lista još nekoliko dnevnih listova, ustvari nastanka približno 250 listova, magazina, jednom riječju svih vidova štampanih medija. To je vrijeme kada Crna Gora pokazuje vidljivu posvećenost politici, uključivanje u evropske i svjetske integracije a koje nijesu moguće bez cjelokupnog napretka i razvoja društva. To je vrijeme izlaska države iz zatvorenog kruga i zabrana za bilo kakvu polemiku po svim osnovama, vrijeme napuštanja stagnacije i prekida nazadovanja. Pokušava se obezbjediti puna garancija slobodne javne riječi uz visoki stepen svijesti da je to jedan od osnovnih uslova realizacije projekta otvorenog društva. Već tada se videlo da je to traganje bez kraja, jer od tada do danas je mnogo urađeno ali evidentno ni danas crnogorski informativni prostor, mnogi su u to sigurni, nažalost nije ušao u završnu fazu demokratskog razvoja. Mnogi su, naprotiv, sigurni da je sve još na početku i da se tek stvaraju jasne osnove buduće pozicije u ovoj oblasti u evropskim okvirima. Razlozi su mnogostruki. Jedan možda ne i najvažniji ali važan u svakom slučaju, to pokazuju do sada urađena istraživanja, jeste da je proces napuštanja starih ideologija, robovanja iluzijama i zabludama na našem prostoru bio spor i usamljen, te da nije praćen nužno i

obavezno neophodnim procesom oslobađanja medija od totalitarne zavisnosti od institucija, u čijim je rukama bila moć, a sa druge strane sa procesom njihovog pretvaranja u institucije demokratije. Na početku je bio proces koga možemo slobodno nazvati procesom totalitarnog pluralizma medija, da bi kasnije poprimio embrionalne obrise dolaska slobodne misli i od strane nosilaca moći neautorizovanog stava i poruke. Mnogi teoretičari su skloni da to pripišu adolescentskom pristupu i vjerovanju novih da će mediji odmah imati vodeću ulogu u stvaranju evropske infrastrukture zemalja u tranziciji, svjesno ili nesvjesno potcjenjujući "sposobnost strukturalne i funkcionalne mimikrije totalitarnog sistema". Velikodušna ponuda države da se prijavi kao jedini glavni garant medijske slobode u situaciji nezaustavljivog procesa pluralizacije u ovoj oblasti vodio je i najčešće završavao kao državna kontrola nad medijima. I umjesto da mediji vremenom ojačaju i postanu instrumenti demokratske kontrole vlasti, stvar se preobraća u svoju suprotnost i mediji postaju glavna poluga koji koristi vladajuća elita.

U drugim državama to je bilo još drastičnije. U Crnoj Gori pak nastaje mnoštvo subjekata nezavisnih od države i vlasti koji bar imaju ambiciju da govore o interesima običnog čovjeka što ne može biti ignorisano kao dokaz da je u Crnoj Gori začet iako je sporo tekao proces ka građanskoj prirodi medija. Nije se istina pa ni danas u punom smislu te riječi uspjelo sa ostvarivanjem osnovne funkcije medija, potpuno i blagovremeno informisanje građana o događajima i procesima u crnogorskom društvu i njegovom okruženju. Ni danas Crna Gora ne može reći da su mediji dostupni jednako svim subjektima i da su objektivni svjedoci svih društvenih događaja. Njihova brojnost na crnogorskom malom medijskom prostoru i pretpostavljena demokračičnost uz pokušaje pune garancije, zakonom utvrđene, njihove slobode, nije ostvarila drugi cilj. Mediji ranije više nego danas ali danas u dozvoljenom kapacitetu opstaju kao instrumenti za pridobijanje građana u međupartijskim i drugim obračunima, u različitim pogledima na državni put Crne Gore, prije svega.

Mediji u Crnoj Gori poprimaju osobinu koju odavno posjeduju mediji u razvijenim zemljama. Oni postaju i u ovoj maloj društvenoj zajednici jedna od najjačih industrijskih grana što samo po sebi problematizuje pitanje njihove uloge u javnom životu. Danas je mnogo priče o medijima i njihovom položaju u društvu njihovom uticaju na društvene procese na javni život. Ne mali broj poznavalaca ove problematike u Crnoj Gori ozbiljno upozoravaju da su pojedini mediji, i to ne mediji od juče, otišli predaleko i očigledno nedovoljno zakonski kontrolisano i autokontrolisano u vlastitoj ambiciji da budu glavni u

crnogorskom društvu a da drugi budu odgovorni u preuzimanju uloge psa čuvara u odnosu na predstavnike javnih funkcija i institucija. Permanentno neargumentovan, nekontrolisan, instrumentalizovan i sa lošim ciljem i u loše svrhe i namjere promovisan stav ne malog broja medija u državi da su predstavnici javnih funkcija i važeće institucije nezavisne Crne Gore zlo, šteta i prijetnja budućnosti zajednice, neprijateljski stav tih medija koji oni i ne kriju, nažalost i danas su crnogorska stvarnost. Na takvom slobodnom i objektivnom medijskom poimanju državne stvarnosti tih medija oslanja se istina da su po mišljenju crnogorske javnosti o radu i rezultatima državnih institucija i nosilaca državnih funkcija već u kontinuitetu isti zavrijedili nizak rejting, nisko mišljenje o radu i rezultatima rada istih. Institucije nezavisne države Crne Gore su nepotrebne jer su slabe, jer su kompromitovane, zato što je i sama nezavisna Crna Gora nepotrebna, slaba i unaprijed osuđena na propast. Zato u Crnoj gori po mišljenju tih medija nema govora o demokratskim institucijama, makar u najavi nema odgovornog i profesionalnog rada u njima, već je riječ o odnarođenom režimu koji koristi položaj povlašćene elite na štetu društvenog interesa. Ne treba puno razgrtati i tragati pa doći do saznanja da ovakav medijski tretman svega što pripada medijskoj Crnoj Gori dolazi do onih kojima je sticanje crnogorske nezavisnosti programska politika sačinjena da se to spriječi morala sticanjem državne nezavisnosti da krene u medijski parastos izgubljenim nadama i interesima koji danas traje. Zato su u pravu oni koji kažu da je ta neprekinuta kritika u dobrom dijelu medija bila i ostala osnovni razlog da u društvu ne počne proces otvorene i argumentovane komunikacije dijaloga i mirnog rješavanja ma koliko konfrontiranih stavova. Takva politika počinje da podriva potreban konsenzus za funkcionisanje demokratskog društva i u samoj Crnoj Gori.

Situacija je još zahtjevnija i komplikovanija ako se ima u vidu da u Crnoj Gori nijesu niti se ima namjera da budu ispoštovane i druge zakonom propisane odredbe javnim glasilima. Odnos prema novinarskoj etici, odnos prema novinarskom kodeksu najbolji je dokaz.

Etiku pa i novinarsku svi doživljavaju na svoj način, novinarski kodeks skoro pa i da nije donijet od strane onih koji se bave ovom profesijom. Ovo je dovoljan razlog da se i u ovom trenutku Crna Gora zapita kuda ide medijska scena na ovim prostorima i do kada će privatnost i dostojanstvo građana biti zarobljenici i žrtve političkih i drugi ambicija medija, a u posljednje vrijeme čitavih medijskih monopola.

Ni u jednoj državi sve stvari nijesu riješene i analize šire od onih koje se prave u Crnoj Gori pokazuju da u društvima bez izuzetka i dalje egzistira političko i medijsko komuniciranje skopčano sa ogromnim problemima. Evropske analize pokazuju da javni mediji nijesu nezavisni, da ne štite očekivano, a o zastupanju javnog interesa - da se ne govori, te "da je njihova publika pseudopublika a javna sfera na koju utiču - pseudojavna sfera, da je mnogo društvenih situacija koje se ignorišu potcenjuju".

Crna Gora je samo dio neveselog ansambla društava koje su dokaz da privatni mediji prvenstveno zastupaju interese privatnih vlasnika a najmanje potrebe javnosti. Medijska realnost je u njima skoro isključivo pristrasna i naklonjena političkim i ekonomskim većinom alternativnim elitama, da nemaju ravnopravan odnos prema svim akterima društvenih procesa, da su građani i njihov interes topovsko meso u ostvarivanju ambicija medijskih tajkuna. U posljednje vrijeme se govori o medijskoj mafiji kao jednoj od rak-rana demokratskog ili društva u demokratskom nastajanju. U Crnoj Gori proteklih godina na malom medijskom prostoru otvoreno egzistiraju medijski monopoli na čijem čelu bi pozavideali Italijani i njihova „berluskoni“ medijska imperija. Mediji se direktno miješaju u politička dešavanja u Crnoj Gori, formiraju partije sa kojima učestvuju na izborima, želeći promociju vlastitog interesa da imaju dominantu ekonomsku vlast, a polazeći pritom da iste nema bez osvojene političke vlasti. Zbog svega toga postoje i otvoreni sukobi onih koji obavještavaju i onih koji treba da budu obavješteni. Građani brane svoj integritet i privatnost od preslobodnih medija tužbama koje izazivaju neočekivanu reakciju onih u kojima je građanin zakon, a njegova sloboda i njegova prava i medijska obaveza. U drugim zemljama se zatvaraju mediji zbog visokih novčanih kazni izrečenih zbog dokazanog ugrožavanja svetosti svakog građanskog društva, a to je čovjekov lik i djelo. U Crnoj Gori zabilježen je plač do neba i odgovor ugroženom čovjeku, koji je razočaran zbog medijskog nastupa nekoga od ljudi iz menadžmenta tog medija, dobio odgovor "ne prodajem ja ISTINU nego novine". I šta je logičnije nego da napumpani informacijama o tome da su mediji u Crnoj Gori privatni, to su podrazumijeva, zbog države i ataka na njihovu slobodu, a okupljenih oko nekih nevladinih organizacija koje rangiraju i boduju slobodu medija, u Crnoj Gori iz godine u godinu zbog istih stvari spuštaju Crnu Goru na ljestvici tih sloboda za po nekoliko mjesta. Tako mora da bude jer ih za bonitet i visinu ocjene opremaju oni koji se osjećaju ugroženim i koji se nađu u situaciji da je dokazuju kako je i čime njima sve dozvoljeno a građaninu sve zabranjeno.

Nije ovo alibi za nedostatke zakonske regulative ili nedovoljno dobrih propisa u Crnoj Gori. Ovo je ipak ukazivanje na nešto što ne ide pod ruku sa neminovnim a nužnim za razvoj demokratske medijske scene. To je nedostatak kulture i na strani medija i na strani drugih institucija a posljedično tome i kod samih građana. Davno je rečeno da bez potrebnog nivoa kulture ne može biti ni medija od povjerenja ni povjerenje u medije. Dakle, i Crnoj Gori cilj mora da bude da mediji služe potrebama i interesima javnosti odnosno građana. Crna Gora teži da isti preuzmu ključnu ulogu u crnogorskom društvu i da zbog svog uticaja na javnost imaju presudan značaj na oblikovanje demokratskih procesa u državi. Zato je i upozoravajuće saznanje da smo još daleko od završne faze demokratskog razvoja i da uz nedostatke u zakonskom, pravnom oblikovanju zakona u ovoj oblasti i stvaranje vlastite a bolje prakse i pravila funkcionisanja, treba još mnogo toga uraditi.

Potpuna garancija slobode i javne riječi je uslov ostvarivanja koncepta slobode otvorenog društva. Te slobode neće biti bez oslobađanja medija u Crnoj Gori od decenijskih mengela i trauma koje emituju loše informacije i poruke kao posljedice spremnosti da budu zarobljenici promašenih ideologija, pa i savremenih političkih projekata i promotori loših ideja. Neće mediji u Crnoj Gori uspjeti da preuzmu vodeću ulogu u stvaranju demokratske infrastrukture u društvu, da budu instrument demokratske kontrole vlasti, jer su orpotni na pozive građanina i njegove svijesti da je previše "obaviješten i branjen" jednostranim i agresivnim informacijama instrumentalizovanih medijskih kuća. Biti demokratski kontrolor vlasti znači prije svega kontrolisati sebe i spriječiti da bude uvučen u bilo koji medij, u ne tako rijetke prizemne političke konflikte pa makar u tome zbog svojih gazda morali da pokušaju pronaći i ispolovati neku mrvicu sa zgužvanog i uprljanog stola društvene scene. Mediji moraju drugačije sa politikom iako je, kako kažu, politika kao sudbina i kada su mediji u pitanju. Oslobađanje tog pritiska, pa makar on za neke i dobrodošao u određenom trenutku, oslobađanje od pritiska politike i političkog interesa makar i vlastitog jer je kratkoročan, uslov je da mediji postanu samostalni, da se povuku iz sada vidljivog ne samo učešća i participacije, već i namjernog i jeftinog trajanja u političkim raspravama, pri čemu i mediji imaju svoju političku istinu sa kojom treba komunicirati, a oni imaju ambiciju da je, kao svoju, nametnu i drugima, sa ciljem da postane opšteprihvaćena i dominantna.

Međutim, sve ove istine kojih je svjestan i medijski poslenik ma o kom mediju da se radi u Crnoj Gori i svaki građanin, ako se ima iskrena namjera da se crnogorsko društvo emancipuje, demokratizuje, stabilizuje, oslobodi kon-

flikata koje mediji promovišu ili su promovisali, koje mediji pothranjuju ili su pothranjivali, mogu biti predmetom akademskog tretiranja i distancirane korespondencije sa stvarnošću, a da se pritom ništa realno ne postigne. Razgovarati o ovim problemima, a ne sagledavati posljedice koje proizvode na društveno biće Crne Gore zbog činjenice da neki tvrdoglavo neće da mijenjaju i da pacifikuju svoje radikalizme pa i medijski obojene, ne vodi ničemu. Stvarnost Crne Gore upozorava da se treba oslobađati kukolja i to jednostavno pravdati potrebom da saznanja o tome šta su mediji i kakav odnos prema državi i potrebama društva, a posebno pojedinca, moraju imati i kako mogu stvarno preuzeti ulogu korektivnog faktora u demokratskom razvoju zajednice, zahtijevaju pekid distancirane korespondencije sa medijskom realnošću u Crnoj Gori.

Medijska scena u Crnoj Gori je, dakle, izdijeljena, treba vjerovati, ne i nepopravljiva i beznadežna. Sa jedne strane, Crna Gora želi da postane dijelom šire demokratske međunarodne zajednice, što znači da i njena medijska scena mora biti dio globalne svjetske medijske scene, da mora uvažavati pravila koja vladaju u demokratskom okruženju. Institucionalno i funkcionalno, mora da bude postavljena da bi ostvarila od nje očekivani i od društva željeni cilj. Da bi to postigla mora da bude svjesna snage koju ima u svojim rukama i uticaja koji često biva negativan i teško popravljiv na društvene odnose da bi odgovorila tim očekivanjima. A ako želi, a žele svi u Crnoj Gori, da bude adaptirana na svjetska demokratska iskustva. Dalje, mora biti svjesna činjenice da su davno rekli "dajte mi CNN i za dva mjeseca ću osvojiti vlast" i da u globalnim svjetskim odnosima važi pravilo da se konfliktne situacije rješavaju "tako što prvo idu informacije izvjesno vrijeme i oblikuju svijest o nužnosti promjena na način kako ih informacije saopštavaju a onda dolaze tenkovi da poravnaju teren". Treba da se oslobodi svojih frustracija, nekompetentnih i neprofesionalnih medijskih poslanika, svoje isključivosti, nesmotrenog i ne tako rijetkog ataka na slobode drugih i na elementarna ljudska prava. Država mora nastaviti sa traganjem za najboljim normativnim okvirom da se taj cilj postigne. Mijenjaju se zakoni koji se direktno ili indirektno tiču medija. Dekriminalizovana je kleveta i osvojen još širi prostor za medijsku slobodu i sigurnost da informacija neće biti suspendovana, zarobljena, kažnjena, uz samo jedan uslov - da je objektivna i dobronamjerna prema namjeravanim društvenim demokratskim procesima. Zato je velika odgovornost da mediji mijenjaju sebe, da pomognu drugima da se mijenja odnos prema njima, da se oslobađaju servilnog odnosa prema vlasnicima ma koji društveni status oni imali, prema vlastitoj ili nametnutoj potrebi održavanja vječitog konflikta sa

realnošću, prema demonstraciji nespremnosti da se suoči sa neminovno demokratski dolazećim izazovima.

Danas u Crnoj Gori mediji su međusobno konfrontirani, posvađani među sobom. Ne mogu se dogovoriti kako da sami regulišu svoje postojanje i poslovanje. Uvodne razlike imaju posljedice i u činjenici da ne postoji jedno samoregulatorno tijelo kada su mediji u Crnoj Gori u pitanju, već ih ima više, pa skoro svaki medij ili grupa medija imaju zasebne principe samoregulacije.

Mediji traže, treba priznati zbog grubih pa čak i ataka sa tragičnim posljedicama na slobodu medija, da se napad na medijskog poslanika, novinara, na imovinu medijskih kuća još preciznije i jače sankcioniše. Traže, čak, da se napad na novinara tretira kao napad na službeno lice, kao napad na lice koje vrši službenu dužnost. Nema problema, treba to i uvesti. Ali imajući u vidu kakvi su mediji danas u Crnoj Gori, posebno privatni i navodno nezavisni "na koje atakuje aktuelni režim i ne postoji politička volja da se to spriječi, zbog čega su uznemireni i njihovi prijatelji van Crne Gore", ako se izjednači novinar sa drugim službenim licem a napad na novinara sa napadom na lice koje vrši službenu dužnost, onda treba spomenuti postojanje i druge strane medalje. Službeno lice može po zakonu prekoračiti službena ovlašćenja, upotrijebiti nedozvoljenu količinu sile u obavljanju svog posla, pa iz tog razloga snositi sankcije počev disciplinskih mjera gubljenja posla pa sve do lakših i težih zatvorskih sankcija. O ovome novinari moraju voditi računa. Ako hoće takav status onda moraju računati "da batina ima dva kraja".

A kako i danas u Crnoj Gori mnoge stvari moraju krenuti od početka da se riješavaju, onda se nijedan problem ne smije preskakati.

5. Primjeri koji opominju

Mediji u Crnoj Gori, uz uvažavanje svega postignutog, i dalje nisu, bar ne svi, na pravom kolosjeku osvajanja i usmjeravanja demokratskih sloboda. I dalje je veliki konflikt, kao što je već rečeno, među privatnim medijima i nezavisne države Crne Gore, odnosno njenog sadašnjeg državnog statusa. Mediji su konfrontirani među sobom, malo, malo, pa jedni o drugima iznose prljavi veš pred crnogorsku javnost, a građanima Crne Gore i dalje ostaju dužni uskraćivanjem osnovne funkcije koju imaju i za koju se moraju kvalifikovati u jednom društvu. Visok stepen neprofesionalnosti, vezanosti za politički i ekonomski biznis i interes objektivno dovode medije u situaciju da građane drže na dijeti kada je njihova potreba za objektivnom i utemeljenom informacijom u pitanju. U Crnoj Gori ne postoji jedinstven medijski prostor,

pluralizovan po svim osnovama, nema jedinstvenog odnosa prema crnogorskom građaninu, već veoma selektivnog. Na medijskom prostoru Crne Gore, uz koegzistenciju domaćih i medija iz država iz okruženja vlada pravilo da je „medij mediju vuk“.

Svrstavanje medija na jednu ili drugu stranu oko državnog statusa je metastaza višedecenijskog stanja u ovoj oblasti u Crnoj Gori i odnosa dobrog dijela Crne Gore prema vlastitoj državi i njenoj sudbini. Teško je čak i pokušati eufemizmima prikazati drskost pojedinih medija i njihovih vlasnika, a i onih koji njihovu volju pretaču u slovo ili riječ koji ostaju kao trag često i ljudskog nepočinstva.

Crna Gora je 2006. godine demokratski ostvarila nezavisnost i suverenost. Obezbjedila je novi državni identitet koji je priznao čitav svijet i niko ga ne dovodi u pitanje, ali su ga dovodili i danas nažalost ga dovode u pitanje mediji koji izlaze u Crnoj Gori ili su medijski bilbordi stranih medijskih i drugih pa čak i obavještajnih službi, uperenih protiv Države.

Donijet je novi Ustav², promijenjena organizacija države. U Ustavu je, na osnovu sugestija evropskih institucija, posebno naglašen dio o slobodi štampe, o zabrani cenzure, o pristupu informacijama, čitav katalog koji se odnosi na medije i njihova prava i slobode u državi. To se, dakle, odnosi i na one medije koji su bili oglasne table politika protiv suverene Crne Gore i u kojima i dalje egzistira “pravo” da se juriša na novu ustavnu organizaciju države, da se izvrće istina da prepušta ruženju u najgorem smislu te riječi nov ustavni iskaz.

Služenje političkim subjektima, dakle učestvovanje u obračunima na političkoj sceni Crne Gore, subjektima koji su protiv suverene Crne Gore, ide do besmisla. Ne samo da se prepisuju tekstovi medija koji imaju glavu u glavnom gradu države koja nije potrošila aspiracije da ponovo usisa Crnu Goru, nego se hrabri onaj koji ne posjeduje elementarnu demokratsku kulturu. U parlamentarnom dijalogu, neposredno po donošenju novog Ustava jedan predstavnik bloka protiv suverene Crne Gore, javno je iscjepao Ustav pred svojim kolegama i pred očima cjelokupne javnosti i umjesto da se u „njegovim“ medijima to prećuti, ako se nije osjećao stid, za taj vandalski čin dobio je mjesto na naslovnim stranama njegovih novina sa fotografijom i pohvalom o njegovom junačkom djelu. Nedugo zatim njegov politički blizanac je nazvao javno Ustav nezavisne Crne Gore nepismenim štivom koje treba naopako čita-

² Ustav Crne Gore, 2007, “SL Crne Gore”

ti a nezavisnu Crnu Goru najvećim bespravno podignutim objektom na Balkanu u posljednjem vijeku. Mediji koji su naklonjeni takvom stavu našli su se u nedoumici da li cijepanje Ustava ili ovako izrečena budalaština zaslužuje prvo mjesto na listi patriotskih djela.

Crna Gora, kao država koja je posljednja napustila ropstvo zabludi da Jugoslavija ima demokratski kapacitet i može trajati novim Ustavom, promovisala je nove državne simbole. Crnogorski jezik ustavno inaugurisan kao službeni jezik, jezik obavezan za sve, jezik obavezan za službenu komunikaciju, dok su jezik manjinskih nacionalnih zajednica - jezici u službenoj upotrebi, ravnopravni kod ljudi i pred zakonom. Mediji o kojima je riječ nikako da prihvate tu činjenicu i puni su informacija koje serviraju široj javnosti o pravnom nasilju aktuelnog režima kojem je, uvođenjem crnogorskog jezika, dat krunski dokaz da se sprovodi projektovana asimilacija drugih i različitih u Crnoj Gori. I ne samo da mediji nastavljaju po starom, forsirajući istinu da sve što je crnogorsko i osobeno, a što niko van Crne Gore, osim u jednoj ili iz jedne države, ne dovodi u pitanje, predstavlja neprihvatljivu orijentaciju, bez obzira na to što iza toga stoji volja demokratske većine, već je sve u procesu navikavanja i kod onih od kojih bi se moralo očekivati da nemaju nikakvih dilema. Ali avaj - u državnim medijima pa i u državnim strukturama već šest godina traje to navikavanje na novo. U međuvremenu, službene informacije u ime državnih institucija saopštavaju oni koji govore jednim od manjinskih jezika, čime ignorišu crnogorski kao službeni jezik i dovode ustavom zagarantovanu ravnopravnost svih jezika u službenoj upotrebi u pitanje. U Crnoj Gori nije kao u Sloveniji. Svi civilizovani narodi i države znaju da je jedan od stubova državnosti koji treba čuvati i stalno njegovati - jezik. Slovenija je po sticanju nezavisnosti plaćala privatnim medijima da službenim jezikom „titluju“ reklame stranih firmi koje nijesu štedjele novca da prođu na slovenačkom tržištu. I jedno podsjećanje: parlamentarna delegacija Crne Gore boravila je u zvaničnoj posjeti SAD 2000. godine. Te godine je Crna Gora imala Ustav iz 1993. godine i odrednicu da je službeni jezik u ovoj državi srpski jezik, dok je u Ustavu Srbije iz 1990. godine, dakle u Ustavu nezavisne države Srbije, jer je donijet prije novog Ustava treće Jugoslavije, SRJ, pisalo da je službeni jezik srpskohrvatski, što je još jedan eklatantan dokaz koliko su nonšalantno Crnogorci i Crna Gora prilazili svojim državnim i nacionalnim interesima u prelomnim trenucima. U susretu sa američkim kongresmenima crnogorskom dijelu crnogorske delegacije, onom kojem je kasnije pristupio Bloku za suverenu državu Crnu Goru, američke kolege su sugerisale da prvo što treba da traže od američke administracije

jeste formiranje crnogorske redakcije „Glasa Amerike“ jer tada nije postojao Ustavom i nižim propisima stipulisan crnogorski jezik. Sjetili su se crnogorski poslanici da je još Stefan Nemanja govorio svojim nasljednicima da je više država osvojio jezikom nego mačem. Od tada do danas promijenilo se to da je crnogorski jezik postao zvaničnim jezikom u Crnoj Gori a javni servis ima emisiju Glas Amerike u zvaničnom programu kao jedina državna televizija u zemljama bivše Jugoslavije čija redakcija, da stvar bude gora, je redakcija koja tu emisiju priprema na jednom od jezika u službenoj upotrebi, srpskom. Niti se država brine, niti se brinu odgovorni u javnom servisu zbog činjenice da se nije ni pokušalo sa nadležnima u Americi dogovoriti da se napravi redakcija na crnogorskom jeziku ili „Glas Amerike“ koji bi uređivala ekipa na službenom jeziku u Crnoj Gori. Emisija se reemituje na Javnom servisu i otvara se pitanje zašto se ne koristi emisija koju uređuje hrvatska ili bosanska redakcija u Vašingtonu, jer su to jezici vrlo slični ako ne i potpuno, već se dozvoljava da je jedan jezik u službenoj upotrebi bude ravnopavniiji od drugih jezik čiji je status Ustavom izjednačen. Kako tragikomično izgledaju ljudi sa crnogorskog prostora koji govore crnogorskim jezikom dok su u Crnoj Gori, a kad odu u susjednu državu preko noći zaborave da govore i „ded“ i „deca“ i „de si“ i počinju da miješaju „belo“ i „bijelo“, mučeći se da ono „bijelo“ ostane što manje primijećeno.

I dalje mediji u Crnoj Gori, oni isti koji su slavili 1918. i nestanak Države ili njihovi ideološki nasljednici u ovim vremenima nariču nad sudbinom jedne nacionalne zajednice kojoj prijeti istrijebljenje i asimilacija u Crnoj Gori, zajednice koja je na popisu 1991. učestvovala sa 9% u ukupnom stanovništvu Crne Gre, 2001. Sa 34%, a 2011. Sa 28%. Isti ti mediji insistiraju da Crna Gora sruši svoju ustavnu organizaciju i uvede jezik te zajednice kao drugi službeni jezik u državi i da promijeni i druge državne simbole. Na stranačkim i prostoriinama medija tih stranaka vijore se zastave strane države i i dalje nema nikakve reakcije na to antiustavno i protivzakonito ponašanje. Traži se promjena crnogorske zastave, ignoriše se nacionalna himna i tvrdi da nema pomirenja onih kojima do pomirenja je stalo kao do lanjskog snijega, jer ne poštuju državu i njene propise. Kad je već pomenuta, treba podsjetiti na iskustvo Amerike, činjenicu da je dvanaestak državica koje su stvorile prvu Ameriku utvrdilo državni steg, zastavu, ovu u današnjem obliku, a da je prvih dana za to riješenje bilo samo 30% građana Amerike. Nikom mudrom nije padalo na pamet da mijenja zastavu, već je sve prepušteno vremenu i demokratskoj emancipaciji. Danas je zastava nepromijenjena, samo sa većim brojem zvjezdica. Niko u

Americi se ne ljuti. Naprotiv. U Crnoj Gori ne može, tvrde i mediji, koji su bili protiv sadašnje ustavne organizacije države, država dugo da traje. Po sadašnjem ustavnom obrascu to je nemoguće, kažu oni. Pa zar se onda može govoriti nekim sterilnim jezikom o stanju u medijima u ovoj državi, o latentnom sukobu koji u svojoj osnovi ima nedostatak kulture svojstvene demokratskim zemljama i kada su mediji i politika i sve ostalo u pitanju.

Zar onda treba da čudi što je samo prije neki dan Ambasador OEBS-a u Crnoj Gori ustvrdio da je Crna Gora prethodnih godina preduzela više koraka u kojima je medijski okvir poboljšao, kao što je slučaj dekriminalizacija kleveće. Prvostepene presude protiv počinilaca nasilja nad novinarima su ohrabrujuće. Međutim, određen broj ozbiljnih slučajeva nasilja nad novinarima i medijima i dalje je neriješen. Posebnu zabrinutost izaziva opšti medijski ambijent koji je veoma polarizovan i politizovan. Ne postoji solidarnost među medijskim poslenicima i ne postoji nacionalno udruženje novinara sa jakim članstvom, koje može da zastupa njihove poslovne interese... Mi bi dodali- postoji ih više. I zato, nažalost, kada su mediji i Ustav u pitanju, kada su mediji i vlast u pitanju, kada su mediji i država u pitanju, u Crnoj Gori nije još došlo vrijeme dileme koju je Tomas Džeferson u izboru između Vlade i novinara 1787. godine riješio u korist ovih drugih, zato što se kroz svega 30ak kratkih nedeljnika iz tog perioda, od kojih je svaki zauzimao izrazito stranački stav, mogao plasirati bilo kakav vid i oblik politike. Danas je i dalje osnovni problem koji treba riješiti odnos medija prema državi, prema suverenoj Crnoj Gori i potreba da se emancipuje onaj dio medijske scene koji, u nedostaku medijske i druge kulture i odgovornosti prema društvu i građaninu, i dalje emituje svojevrsan otpor svemu svojstvenom demokratskim zajednicama, a osvojenom koliko decenija unazad. Ali i to je nova-stara Crna Gora.

6. Zaključak

Odnos medija prema novoj ustavnoj organizaciji Crne Gore kao nezavisne i samostalne države pokazuje svu konfliktnost njenog državnog trajanja, dugog nekoliko vjekova. Otvara u punom intenzitetu sve probleme koje je u svom državnom stasavanju Crna Gora morala da savlada, koji su se ili objektivno ili od strane unutrašnjih a posebno spoljnih struktura pred njom pojavljivali a što ima više nego izvjesno svoje posljedice i izraze u sadašnjim konfliktima. Problem je bio i ostao, ma kako da je izazvan, karakter državnog statusa Crne Gore. Sada se vidi da je odlaganje neminovnosti da se u određenim istorijskim etapama dakle blagovremeno moralo završiti ono što su završavale

države koje su mislile o sebi, Crnoj Gori vratilo kao bumerang. Vlastite zablude da se raditi na sebi a zaboraviti na drugoga ne može drugačije shvatiti nego kao državna sebičnost koštala je Crnu Goru vrlo krupnih trauma kroz koje su prolazile njene generacije a i ona sama. Crna Gora nije na vrijeme krenula u formiranje osnovnih elemenata savremenog društva. Kasno je uspostavila postulate moderne građanske države a neke uz velike napore i danas tek počinje da instalira. Nije imala ni intelektualne ni duhovne kapacitete iz kojih bi izvlačila onu energiju potrebnu da blagovremeno razluči da je status države Crne Gore nešto drugo njenog državnog statusa, da je kao država bez ambicije da statusno bude nezavisna i samostalna sa svim razvijenim društvenim i državnim funkcijama bila lak plijen onima koji su njen status države lažima, prevarama i vidljivom agresijom zloupotrebljavali čak i na dramatičan način. Nerazvijenost unutrašnje društvene organizacije bila je prisutna i danas se osjeća kao nedostatak savremene Crne Gore u svim oblastima pa i kada su u pitanju elementi savremenih građanskih društava kao što su slobodni mediji. Crna Gora je kroz državnu istoriju imala podijeljenu i konfrotiranu vlastitu stvarnost što je sobom generiralo i podjele u svemu pa i kada su mediji u pitanju. Lutajući dva vijeka u potrazi za sobom zaboravila je na potrebu stvaranja stubova na kojima će poslije oslobođanja od provincijalne inferiornosti utemeljiti svoju obnovljenu državnu nezavisnost i njen novi ustavni iskaz. Zato Crna Gora kao zadnja od svih država ulazi u političku i demokratsku tranziciju sa sukobima u unutrašnjem društvenom biću i konfliktima na medijskoj sceni. To se može nazvati sukobom starog i novog ali je precizniji iskaz da se radi o konfliktu svoga i kancerogenog u društvenom organizmu. Kao nijedna zemlja u okruženju pa i šire nema samo problem profesionalnosti, objektivnosti i kompetentnosti medija da usmjeravaju društvene procese i budu kontrolori sa pozitivnim odnosom političkih i državnih struktura, već ima nepotrošen napor medijskog izrugivanja njenog od čitavog svijeta obnovljenog nezavisnog državnog statusa pa čak i otvorene borbe da to bude neko privremeno stanje kao posljedica elementarne nepogode ili nekog kratkotrajnog državno romantičarskog cunamija. Iz tih razloga ignorisati tu istinu, ne suočiti se sa stvarima koje budu oči svima koji hoće da gledaju realnost u punom njenom sadržaju, znači neobjašnjivu toleranciju i prihvatanje činjenice da kada je dio medija da stvar bude apsurdna finansiranih i od strane države, otvoreno protiv sadašnje Crne Gore, jednostavno mazohističko prihvatanje „sugestije“ da se metastaza medijskog ludila ili bolesti zvane otpor po svaku cijenu da Crna Gora bude svoja na svome prikaže kao demokratski a ne problem koji ima

sasvim druge konotacije. Zato i procesi političke i društvene tranzicije u Crnoj Gori se odvijaju skoro u svim oblastima u dva dijela, svakim danom sve više međusobno konfrotirani. Zato ne treba da čudi problem koji živi Crna Gora i u drugom dijelu duhovne sfere kao što je problem dvije Akademije nauka, kao što je problem slobode vjeroispovjesti kod pravoslavnog življa u Crnoj Gori, kao što je problem prihvatanja ustavom definisanog državnog jezika. Zato problem u medijima nije samo njihov problem nego je izvedeni problem iz osnovnog problema da dio medijske scene Crne Gore ne poštuje Crnu Goru kao nezavisnu državu, ne poštuje njene propise pa i one koji se na njih odnose. U Crnoj Gori se tranzicija odvija u dvije kolone, unutar dva politička i državotvorna bloka, dvije medijske zajednice. Istina je da zakoni postoje zbog ljude a ne ljudi zbog zakona ali je još veće istina da bez profesionalnog odnosa prema ustavnom ustrojstvu države ne može se govoriti o sporoj demokratskoj tranziciji u medijima i u društvu u cjelini. Najteže je kada se bježi od istine da je rijeka mutna i zagađena ako je to od samog izvora, a još gore je ako se pokušava rijeka očistiti čišćenjem samo njenog ušća.

UDK: 316.77:316.3

**SINTEZA RAZLIČITOSTI U DIJALOGU MEDIJSKE I
IDENTITETSKE PODSTRUKTURE DRUŠTVA****SYNTHESIS FOR DIVERSITY IN DIALOGUE OF THE MEDIA AND
IDENTITY SOCIETY SUBSTRUCTURE**

dr SRDJAN VUKADINOVIĆ, vanredni profesor

Apstrakt: Vrijednost kompromisa je u razlikama. Svaki sistem, pa tako i onaj društvene strukture može funkcionisati samo ako postoji određeni stepen međusobnog sklada njegovih konstituenata, kao i spremnosti na dijalog. U okviru dijaloga ključ uspjeha je kompromis. Između medijske i identitetske podstrukture društva kao dva veoma zapaljiva segmenta neophodnost dijaloga, osim na povjerenju zasniva se i na sintezi različitosti. Mnoštvo identiteta na jednom prostoru je različitost koja predstavlja specifičnost i određenu komparativnu prednost u društvenom bivstvovanju, u odnosu na drugi homogeniji areal. Različitosti identitetskog postojanja je nešto od čega se ne može pobjeći i što je, često, prouzrokovalo konflikte i sukobe. Konfliktnost prouzrokovana nerazumijevanjem različitosti identiteta je pratilac životnih zbivanja na balkanskom prostoru. U drugim identitetskim obilježjima se ne rijetko vidjela opasnost po sopstveno egzistiranje.

Razmatranjem suštine konfrontiranja identiteta zapaža se da je konfliktnost posledica određenih predrasuda i stereotipija, prema onome drugome ili trećemu. Pored toga, obilježje međuidentitetske konfliktnosti nosi specifičnosti nepoznavanja kulturno identitetskih svojstava drugih. U tom smislu uloga medija je od izuzetnog značaja. Sinteza različitosti koja se ispoljava u sadejstvu medijske i identitetske podstrukture društva se ispoljava u specifičnoj sintagmi – kulturi mira. Kultura mira u hetoregenom suživotu je nešto što se konstituiše na razumijevanju, toleranciji, nestereotipizaciji, i prije svega, poznavanju drugosti. Naravno, stereotipi će postojati, ne samo u prošlosti i sadašnjosti, nego i u budućnosti. Kada se tome doda još i mitomanija u

objašnjenju i tumačenju međuidentitetskih odnosa na jednom trusnom području nastaje konfuzija koja kulminira destrukcijom i konfliktnošću. Temeljnu odrednicu kulture mira čini obrazovanje i odgajanje, prije svega, mlađih generacija ne na stereotipijama i mitomaniji, nego na promišljanju koje poštuje i uvažava različitosti, a zasniva se na sopstvenom misaonom, racionalnom i emocionalnom iskustvu. Rezultanta temeljnih odrednica pojavnosti kulture mira dovodi do uspostave sinteze različitosti kroz, i u, dijalogu medijske i identitetske podstrukture društva.

Ključne riječi: sinteza različitosti, dijalog, medijska podstruktura društva, identitetska podstruktura društva

Abstract: *Compromise the value of the differences. Any system, including the social structure can only work if there is a degree of mutual coherence of its constituents as well as readiness for dialogue. In the dialogue the key to success is a compromise. Between media and society as a substructure of identity are two very volatile segments of the necessity of dialogue, except for the trust based on the synthesis and diversity. Existence of multiple identities in one area is different which to portray specific and certain comparative advantage in social existence in relations in second homogeneous ambient. In different identities steadiness from what is non-runaway and what is often cause conflict and clash. The conflict cause non-understanding different identities is escort life to happen in South Slavic place. In second identities characteristic is non-dispersed to see danger with own existence.*

When is time to enter in essence confronting identities to notice that is conflict consequence certain prejudice and stereotype toward that second or third. Culture of peace in South Slavic with life is something what is constitution in understanding, tolerance, non-stereotype, and before to know different. Of course stereotypes to be steadiness non-only past and present times, they will be in future. When to pass and mythomania in to explanation and interpreter interidentities relations in South Slavic to begin confusion which culminate destruction and confliction. The basic decree culture of peace magic education and upbringing, young generation in non-stereotype and mythomania them in clever which is respect and consider reasons different, and to

found in own thought rational and irrational experience. The result that process is constitution common identities which to be wide from regional South Slavic. The broad identities will be establisch in values, non interest.

Key words: *Synthesis of Diversity, dialogue, Media Substructures of Society, Identity Substructures of Society*

1. Uvod

Društvena kriza je učinila svoje u strukturi svijesti promišljanja o (ne)dijalogu u posttranzicionom periodu. Aktuelizujući duboke ideološke podjele iz daleke prošlosti na sceni je način djelovanja koji se ne može odrediti kao struktura kulturnog dijaloga. Monološka svijest i diskurs opstaju kao jedna od glavnih karakteristika takve društvene zbilje. Nivo dijaloga i njegova obilježja su gotovo uvijek u rukama elita, i to u prvom redu vladajućih.. Dominiraju razne vrste političkog govora i dijaloga. U uslovima kada se neke društvene podstrukture, kao ona identitetska, ispoljavaju u vlastitoj konfliktности, na sceni je govor koji je apsurdan i besmislen. Najmanje monološka kultura koja je spremna da čuje jedino samu sebe može razrešavati protivrječnosti unutar neke strukture. Aktuelna dešavanja unutar identitetske podstrukture zahtijevaju jednu argumentovanu raspravu po pitanjima koja su teška i po kojima se ne može naći odgovor sa sigurnošću i brzo. Umjesto da se nešto dokazuje i da isto ne stvara zabunu, uvijek se ide na diskvalifikaciju drugosti. Potrebno je sniziti ton kako se ne bi nivo političke kulture i govora kasnije prelijevao na društvo u kojem raste netolerancija. Agresivnost u tumačenju konfliktnosti unutar identitetske podstrukture mogu razobličiti, neutralisati i relaksirati mediji kroz jednu svojevrsnu sintezu različitosti koja je lišena netrpeljivosti, nerazumijevanja i jednostranosti.

2. Prevazilaženje napetosti između podstrukture društva

Referentna tačka prevazilaženja napetosti unutar jednog društva obuhvata razumijevanje mnoštva, identiteta, njihovog prihvatanja i tolerisanja. Glavni činioci društvenih, kulturnih i aktuelnih južnoslovenskih prilika i njihova dekonstruktivnost je uslovljena identitetom i njegovim razumijevanjem. Sva nastojanja da se balkanska drama svede na neki od ideologijskih modela pokazuje se nedovoljnim znanjem i manjkom moralne i političke odlučnosti. Bez razumijevanja nacionalizma kao pokretača složene raspodjele etno-nacio-

nalnih i etno-religijskih napetosti i sukobljenosti u cijelom balkanskom prostoru, nije moguće razviti modele društvenog, kulturnog i ekonomskog bivstvovanja i građenja evropske budućnosti regiona. Prikrivanje nacionalizma navodnim nacionalnim i identitetskim interesima jedne grupacije, obično one koja je brojčano i na drugi način dominantna, je najbanalnija malignost koja urušava društveno tkivo. Dekonstrukcija znanja o tome jeste potreba i obaveza kulture mira, kao poželjnog načina i stila života, na balkanskom prostoru. A medijska podstruktura u promovisanju vrednota različitosti je ključna u društvu. Razvijanje kulture mira sa svim navedenim intencijama je dominantna i prvenstvena obaveza poslenika mira i suživota, upravo iz one populacije koja je bila ili jeste uzročnik dekonstruktivnog dejstva u ambijentu, a koje je zasnovano na nerazumijevanju identiteta ili pokušaju nadvladavanja jednog drugim. Razorne posledice nedostajanja takve svijesti u remetilačkom i dekonstrukciji sklonom identitetskom okviru, i na njoj utemeljenog ideologijskog djelovanja, vidljive su, naročito, poslednjih desetak godina starog, i isto toliko ljeta novog milenijuma. Nerazumijevanje egzistiranja mnoštva identiteta i njihove koegzistencije kroz kulturu mira, uočljivo je u urušavanju društva i s njim povezanom političkom, kulturnom i ekonomskom agonijom.

Mogućnosti za izlazak iz aktuelne identitetske društvene zapriječenosti postoje. Isto tako moguće je ocrtati političke, ekonomske i kulturne promjene na Balkanu, koje bi prevladale nerazumijevanje egzistencije identitetskih različitosti. Među prvotnim mogućnostima, te promjene treba da prevaziđe svijest o tome da na tim prostorima svi govore istim jezikom. Možda ga svi ne zovu istim imenom, ali to je manje bitno, od činjenice da ga svi razumiju. Lingvistički to je isti jezik. U smislu prevazilaženja protivurječnosti jako je dobro i važno da svi na balkanskom prostoru mogu čitati jedni druge, i da karavani i sajmovi knjiga mogu hoditi s jednog kraja na drugi, prostora koji su urušeni u žestokom konfliktu. Ushićenje radi toga je vidljivo kod značajnog broja populacije koja čita bez problema i predrasuda djela iz bosansko-hercegovačkog, crnogorskog, hrvatskog ili srpskog identitetskog jezičkog prostora. Vrijeme i događaji na Balkanu čine svoje. Prije samo desetak godina, poslednjih ljeta drugog milenijuma, nezamislivo je bilo da u knjižarama, na sajmovima ili kioscima štampe, jednog identitetskog ili makar dominantnog područja, budu prisutna štampana i književna djela iz drugog ili trećeg ambijenta. Radi daljnjeg razvijanja svijesti o različitosti identiteta i njihovoj normalnoj koegzistenciji ne treba insistirati na nekim tezama koje za određeni identitetski prostor nisu dobrodošle, kao recimo da je riječ o istom jeziku. Ali se za početak može

reći da je riječ o istoj čitalačkoj publici. Kultura mira osim znanja i razumijevanja traži strpljenje i postupnost. Pored toga traži i uspostavljanje standarda, makar i minimalnih, koji za početak komunikacije nisu sporni i koji za jednu knjigu, film, teatarsku predstavu, likovnu izložbu, kao i širi kulturološki i društveni čin, a koji su svojom strukturom zanimljivi ili mogu biti takvi, ne znače gotovo ništa. Za dobro, zanimljivo i kvalitetno kulturološko i društveno djelo neke nedoumice i navodni standardi ne predstavljaju nikakve prepreke. A različitosti koje postoje i koje su prisutne ustanovljavaju se prema onim identitetima koji su i prostorno, a i strukturno, bliski ili bliskiji. Zbog toga je kultura mira i njeno shvatanje i poimanje identiteta jedan opipljivi auditorijum svih različitosti i svih bliskosti. Različitosti i bliskosti se mogu shvatati i dvojako, ali kvalitetna i zanimljiva društvena djela čine tu paradigmu.

3. Održivost informacija u prevazilaženju konfliktnosti identitetske društvene podstrukture

Nepotpunost prisustva informacija o drugome razlog je čestog otklona prema različitostima. Nepostojanje pravih informacija neminovno sa sobom nosi i širenje zloradih i zlonamjernih priča i interpretacija o drugome. Zbog toga se nemilosrdno od bilo kakve komunikacije odbacuju oni koji nisu u sličnom ili istom identitetskom kodu sa većinskom ili dominantnom grupacijom.¹ Zato što im nisu po volji pripadnici drugosti, ljudi su spremni da o njima šire proizvoljne, a pri tome neistinite informacije. I tada se dogodi da pojedinac ili grupa ljudi, pa čak i čitavi narodi budu obilježeni i žigosani, ali bez stvarnog pokrića za tako nešto. Pri tome, prenoseći neistinite konstatacije o drugostima mnogi koji ih prenose dodaju još po nešto. Toga momenta rađa se predrasuda ili stereotipija. Opasna i zapaljiva igra riječi, poslije koje dolazi diskriminacija, zavist, pakost, neprijateljstvo, mržnja, pa na južnoslovenskom prostoru i dekonstrukcija društva, u vidu ratnih razaranja. Predrasude i stereotipije podrazumijevaju loše i iskrivljeno mišljenje o nečemu drugome već u startu, i to bez nekih valjanih saznanja o tome. Ta negativna energija, koja je konstituent predrasuda, je nešto što je jako rašireno i rezultat je nedovoljnog i saznanja i obrazovanja. Ljudi žive kao žrtve predrasuda, jer teško da neko može zamisliti što se u glavi konkretnog životnog i društvenog opredjeljenja, kada je drugost u pitanju, dešava. Zbog predrasuda čovjek je spreman i na progon, segregaciju,

¹ Anthony Giddens, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Oxford: Polity Press, 1992., p.134 – 142.

ali i uništenje drugoga i drugačijega od sebe. Dekonstrukcija ex-jugoslovenskog društva je posledica suprostavljenosti i konfliktnosti identitetskih obilježja koju su prouzrokovale predrasude i stereotipije i o sebi i o drugima.

Predrasude i stereotipije su društvene anomalije koje se teško iskorjenjuju. O određenoj drugosti ljudi donose svoj stav ili imaju svoje mišljenje ili sud na osnovu sopstvenog znanja ili neznanja, na osnovu iskustva ili svojih osjećaja. Prihvatajući unaprijed nešto, a da se pri tome nema znanje o tome ulazi se u predrasudu. Ako se nešto prihvati kao gotova stvar, na osnovu neznanja, veoma brzo se pokaže da je to zabluda ili da je pogrešno. Takođe, pokaže se da tako nešto ne može imati nikakvog realnog osnova u nekom iskustvu, a dosta često i u čovjekovom emocionalnom životu.

Stavovi i mišljenja o drugostima zasnovani na pogreškama ili zabludama su prisutni gotovo svuda, u svakoj sferi čovjekovog bitisanja i egzistencije. Iznoseći svoj stav prema zajednici ili prema društvenoj grupi kojoj pripada ili ne pripada, pojedinac ga formira na tri nivoa: jedan je racionalni, sadržan u znanju ili saznanju; drugi je emocionalni, sadržan u osjećaju i iracionalnoj sferi čovjekove ličnosti, i treći je životno iskustveni koji se vezuje za društvenu neizvjesnost i koja je to i takav stav napravila od našeg mišljenja. U strukturi predrasuda su prisutne tri logike: logika saznanja, logika srca i logika (ne)iskustva koje su u svojoj strukturnoj ravni na više nivoa čvrsto konstituisane.

Prisutne su predrasude o različitim sferama čovjekove ličnosti i djelovanja i egzistiranja. Najčešće se govori o vjerskim, nacionalnim i rasnim predrasudama, ali i o predrasudama u domenu pola, roda i svega onoga što je razlika i što je drugost.

Na balkanskom prostoru predrasude jako dugo traju. Njihova dugotrajnost se postiže time što se kao negativni principi čvršće vezuju za dušu i emocije, nego pozitivni. A unutrašnja dimenzija čovjekovog bića, na prostoru gdje su predrasude najviše vezane za grupe i pripadnost njima, i gdje se pripadnik druge grupe, čim nije sa njime smatra da je protiv njega, su jako kompleksne.

Akcije i radnje utemeljene na predrasudama, na balkanskom području, bile su veoma opasne i imale su tragične posledice. Pri tome, ako se predrasude o drugostima fingiraju u političke svrhe, kao što je bio slučaj sa ex-ju društvom, one se mnogo pogubnije kako po sudbinu pojedinca, tako i po sudbinu čitave grupe i društva. Dekonstrukcija društva na balkanskom području je bila najbolji lakmus papir za pokazivanje toga koliko predrasude koje su očigledno

bile podstaknute sticajem nekih situacionih faktora spolja, mogu da izazovu razorne posledice po društvo.

Postojanje i formiranje prerasuda i stereotipija o drugostima, kao i način njihovog ispoljavanja zavise od mnogo faktora. Pokazuje se da zavise od tipa ličnosti, stepena obrazovanja i saznanja, kao i od porodičnog vaspitanja. Kada se pomenuti faktori formiraju i konstituišu na principima kulture mira, u čijoj osnovi je životna koegzistencija, uviđa se da mnogo toga što se loše čulo o različitim drugostima, posledica je neznanja. A kada se uvidi pravo stanje stvari pokazuje se da drugost o kojoj se zaključivalo na osnovu pretjerane emocije ili poluistine je slična po mnogim stvarima, ako ne čak i nadvlađujuća i dominirajuća. Tri faktora od kojih zavisi postojanost i opstojnost predrasuda i stereotipija su (ne)postignuća jednog ambijenta u civilizacijskom slijedu događanja. Zapaža se da čitav svijet postaje jedan i jedno, uz uvažavanje svih specifičnosti koje tvore bitne različitosti. Prevazilaženje predrasuda na principima kulture mira je proces u koji moderan svijet užurbano ulazi. To su prirodne zakonitosti postojanja, jer se stalno nešto mijenja, stalno nešto treba. A dok se mijenja egzistencija čovjekovog bivstvovanja radi se o živim i dinamičkim procesima. Čim nema promjena društvo je statično, i završeno je sa njegovim razvojem. Čim kod pojedinaca i grupa nema razmjene informacija i podataka o drugostima, čim nema različitih pogleda i mišljenja društvo postaje nemoćno u razrešavanju ključnih problema. Nemoćno je jer se ne može upustiti u razrešavanje mimo predrasuda i mimo poluistina. Jedino se statično društvo, koje ne počiva na principima kulture mira, može braniti predrasudama. Ali to nije prava odbrana. To je samno pokušaj da se nastavi egzistirati u svijetu i društvu koje se ima, a ne može se prihvatiti razmjena drugačijih mišljenja, ideja i konkurencije koja iz globalnog društva dolazi.

4. Socijalizacija identitetske podstrukture

Prohodnost i razvoj svijesti o egzistiranju mnoštva identiteta zavisi od socijalizacije svojstava koje pojedinac ili grupa posjeduju. Socijalizacija u različitim razdobljima, kao što je bio slučaj i na južnoslovenskom prostoru je doživljavala svoje mijene. U jednom razdoblju se insistiralo na jednom jedinstvenom identitetu, što je bila svojevrsna jednostranost u poimanju ovog fenomena.² U drugom razdoblju jedna jednostranost zamijenila je drugu, koja je počivala na insistiranju koje je veoma razumljivo na posebnostima, odnosno

² Ulrik Bek, Rizično društvo, "Filip Višnjić", Beograd, 2001. str. 57 – 62.

na nacionalnom identitetu. Kultura mira je način života koji podrazumijeva mnogo umjereniju liniju u tumačenju i poimanju identiteta. Može se reći da je ta percepcija identitetskih obilježja sadržana u jednom «zajedničkom identitetskom tržištu», ili bolje reći «kloniranom tržištu». Na prvi pogled takvo određenje zvuči malo empatično ili prenaglašeno, ali u suštini je jedna sveobuhvatna identitetska figura ili sinonim za zajedništvo mnoštva identiteta. To je prostor koji popunjavaju svi oni koji nemaju nikakve prepreke u razumijevanju i shvatanju svih drugosti. Sudionici i učesnici, na i, u ambijentu «kloniranog identitetskog tržišta» imaju sveskoliku otvorenost. Ta otvorenost koju imaju može biti integrativna, nikada naprosto razdvajajuća, podvajajuća ili separatistička. «Klonirano identitetsko tržište» ima tendenciju da izaziva barijere, na neki način da ih provocira. Takođe, poziva pojedince u javne forume da bi im se pokazalo da treba razgovarati zajedno. I to u javne forume poziva one pripadnike određenih grupa koji smatraju da ne treba ili da se nema što razgovarati, i o čemu sa drugostima.

Na «kloniranom identitetskom tržištu» dolazi do integracije različitosti. Dolazi i do integracije različitih pojedinaca i društvenih grupa. Identitetsko tržište ne teži ničemu što bi se moglo nazvati niveliranje ljudi, nego socijalizaciji njegovih strukturnih segmenata. A strukturu toga tržišta konstituišu ljudi i identitetski sadržaji. Tradicija identitetskih obilježja na Balkanu je da pojedinci i čitave grupe ne žele međusobno komunicirati. Ideja «kloniranog identitetskog tržišta» je da ostvari nešto što je suprotno toj nakani prisutnog ponašanja. Ako pojedinac ili grupa, kao pripadnici određenog identiteta ostanu zatvoreni u svojim obilježjima, bilo strukturnim bilo geografskim bilo onim koje zamišljaju u nekom graničnom okruženju njih ne zanima egzistiranje mnoštva identiteta. I onda oni prelaze i žive u najobičnijem politikanstvu. Među takvim pripadnicima identitetskih nakana mogu se naći, i često se nalaze intelektualci i značajni stvaraoci. Socijalizacija identitetskih svojstava znači da u okviru «kloniranog identitetskog tržišta» javno se govori o svom iskustvu suživota, recimo nacionalnog, ili religijskog, ili političkog, ili kulturnog, ili nekog drugog identiteta. Jer, ima slučajeva da se često mimo toga tržišta kao neki autoriteti izgradnje prije svega nacionalnog identiteta uzimaju određena djela koja njihovi autori pišu u osami, a da pri tome nisu imali namjeru da između njihovih djela i nacionalnog identiteta stoji znak jednakosti. Da ljudi to ne bi uzimali kao jednostranu identitetsku platformu, tu je «klonirano identitetsko tržište», koje će kroz javni razgovor socijalizirati ono što je univerzalno i zajedničko u egzistiranju mnoštva različitosti.

5. Kultura dijaloga – sinteza različitosti

Nepostojanje uslova unutar društvene strukture za razvoj kulture dijaloga konstituše ambijent u kome se komunikacija u javnom prostoru zloupotrebljava. Zloupotreba se vrši od strane neobrazovanih i onih nespremni za razrešenje problematičnosti. A prevazilaženje protivurječnosti identitetske podstrukture društva postiže se dijalogom. Zagovaranje dijaloga po svaku cijenu je imperativni zahtjev vremena, koje se može u figurativnom smislu odrediti kao period kulture mira na Balkanu. Pogotovo je bitan dijalog u medijima, zbog uticaja koji imaju u društvu. Mediji su često kritikovani zbog mogućnosti određene manipulacije. Ali, s druge strane jako bitno je istaći najvažniju stvar koju mediji nose u svom egzistirajućem biću – a to je javni dijalog. Mass mediji, kada je u pitanju prevazilaženje konfliktности identitetskih obilježja mogu upriličiti ono što su Rimljani imali kao «Forum», a Grci kao «Agor». Jer, ako je išta poteklo bitno iz značajno is stvaralaštva duha poteklo je iz tih javnih foruma. Današnji forumi u smislu prevazilaženja protuvrječnosti su ekrani, kao što su kod Grka i Rimljana bili trgovi. Dijalog izvorno podrazumijeva da imaju dvije različitosti u nečemu što je logos, što je zajednički jezik i šti je zajednička riječ. To znači, da dijalog postoji kada su se negdje u nekoj tački dodira prihvatile i susrele sve osnovne pretpostavke. A dodirne tačke su da se govori i razumije isti jezik i da postoji istomišljeništvo u nekim osnovnim stvarima. Recimo, da su ljudi demokrate i prosvetitelji, a da ne vole nacionalizam u dijelu koji se tiče mržnje i predrasuda prema drugostima. Ili da su recimo nacionalisti i da ne vole integracije koje po njima uvijek uništavaju, asimiliraju. I ti pojedinci se negdje na tim dodirnim tačkama nađu i razgovaraju. Dijalog je nešto što uvijek treba dovesti u pitanje sa zajedničkim jezikom i krenuti od toga. Pri tome dijaloga na balkanskom prostoru ima kada se razgovara o nebitnim stvarima i pitanjima. Čim krene priča o ozbiljnim i fundamentalnim stvarima dolazi do konflikta. Kultura dijaloga ne može pretpostaviti da neko ima fundamentalne pretpostavke drugačije. I u tom momentu i tački dodira počinje kultura dijaloga, koja ustvari nije kultura dijaloga, nego je kultura nečega što tek omogućava dijalog.

Za kulturu dijaloga na balkanskim prostorima kao preduslov kulture mira treba puno sumnje i puno događanja u priopštenju takve komunikacije. Na balkanskim prostorima se naučilo živjeti u svojim «malim ćelijama», pri čemu se ne želi razgovarati sa neistomišljenicima, koji nemaju iste pretpostavke za razgovor. A ako postoje iste pretpostavke, onda se često kaže da kao istomišljenici nemaju što razgovarati, pri čemu su svi sudionici dijaloga izlo-

ženi žestokoj javnoj kritici. U balkanskim prostorima je neophodno naučiti živjeti u pluralu različitosti. Velika mana i nedostatak takvog koncepta komuniciranja je što ljudi na Balkanu, uglavnom žive u malim državama, u modelu koji je monoetnički ili mononacionalni. Zbog toga u konkretnom društvu treba naučiti, imati saznanje i svijest o tome da je društvo pluralno, i da ima puno različitih grupacija i da je to jako dobro. Tu ima puno slojeva koji stratifikovani jedan pored drugoga, a ne jedan iznad drugoga, čine društvo bogatijim i punijim.

6. Dijalog medijske i identitetske podstrukture društva kroz promociju građanstva

Kultura dijaloga u posttranzicionim vremenima je na niskom stupnju razvojnog postignuća. Svi žele po bilo koju cijenu nešto javno saopštiti. I ako se nešto ne čuje u javnosti smatra se kao i da ne postoji. Pri tome se uvijek govori iz pozicije vlasti ili pripadnosti ideološkom ili klanovskom „svjetonazoru“. Tada se slijedi isključivost. O različitosti, a kamoli sintezi se i ne razmišlja. Ako se ne može uspostaviti kulturni dijalog nastaje krah ideja, procesa i društva. Pitanje kraha ex-jugoslovenskog društva je bitno identitetsko i kulturološko pitanje. Ako deficit građanstva pogađa jedno društvo onda se konfrontiraju pojedinačni ili nacionalni identiteti. Taj deficit je pogađao i bivšu Jugoslaviju, jer je jugoslovenski identitet bio samo jedan ostatak ostalih. Proizvodnja ostalih u monoetničkim državama je logična. Građanski identitet je nešto što omogućava nekonfliktnost opredjeljujućih svojstava. Poslije perioda dekonstrukcije na djelu je razdoblje u kome se na putu izgradnje građanskog identiteta više sjekiraju i nerviraju oni koji imaju čiste identitete, nego oni koji ih nemaju. To je jedna faza izgradnje identitetskih obilježja koja je jako bolna i traumatična. Bolna su iskustva i vrijeme kako za one koji imaju čisti identitet, a koji su građanski orjentisani, tako i za one koji ga nemaju. Prvi misle da su iskočili iz toga etničkog identiteta, a nažalost nisu, jer to nije tako lako. Drugi, su u traženju opredjeljujućih svojstava koja će ih svrstati u građanstvo.

Građanski identitet nije negiranje etničke i konfesionalne pripadnosti naroda. Obnavljanje građanskog identiteta, koje je započelo poslije bolnih događanja u dekonstrukciji društva je sporo, upravo zbog posledica dekonstrukcije društva. Pojava koja sve više uzima maha i koja se ogleda u konstituisanju građanskog identiteta je nešto što je potrebno kulturi mira, zarad budućnosti (ne)konfliktnog prostora.

7. Zaključak

Elemente kulturnog dijaloga trasiraju mediji. Razvijajući prvenstveno svijest o elementima koji tvore kulturni dijalog, a protiv onih o nesložnjivosti, mržnji i netoleranciji, medijska podstruktura u (ko)egzistenciji sa identitetskom razvija specifičnu sintezu različitosti. Mediji oblikuju javno mnjenje, a sinteza različitosti u razrešenju ili makar neutralisanju protivurječnosti unutar identitetske podstrukture će pokazati da ljudi ne smiju biti pesimisti da je u sredini gdje žive i djeluju sve crno. Dobijajući tako loše poruke o nečemu što je dio društvene strukture stvara se slika o bespomoćnosti pojedinca i institucija da rešavaju konfliktnosti. Isključivo takva slika nije ni realna. Jer život i društvo se sastoje od različitosti koje nisu samo crne i bijele. Već tu ima i drugih boja. Te boje nastoje prenijeti mediji. Približavaju ih pojedincima i grupama koje su djelovale pod utiskom jednostranosti i stereotipija. Mediji razobličavaju puzajuću sliku da se ne može i neće ništa napraviti po pitanju sinteze različitosti. U tom slučaju odgovornost je podijeljena. Ona nije samo ni na mediji, a ni na zagovornicima (ne)konfliktne identitetske podstrukture društva, nego na sinergiji svih činilaca koja se ispoljava kao specifična sinteza različitosti. Konstituenti sinteze različitosti nastoje promovisati neke posebne i neke pozitivne strukture u isti mah. Isto tako i isticati posebne primjere. Na taj način se doprinosi stvaranju jedne društvene realnosti. A realnost unutar identitetske podstrukture nije tako crna, kako je mnogi vide. Odgovornost je u tom smislu najviše na kreatorima društvenih podstrukture. U tom smislu budućnost po pitanju protivurječnosti unutar identitetske podstrukture društva je onakva kakvu je budu kreirali protagonisti navedene i medijske društvene strukture.

Literatura

Banks, Joan&McGree Banks, Ch.A: Multicultural Education, Issues and Perspectives, New York, 1997.

Bek, Ulrik: Rizično društvo, «Filip Višnjić», Beograd, 2001.

Cvitković, Ivan: Nacija i konfesija u ratu, Zbornik „Etno religijski odnosi na Balkanu“, JUNIR, Niš, 1997.

Giddens, Anthony: Modernity and Self-Identity: self and Society in the Late Modern Age, Oxford: Polity Press, 1992.

Habermas Jürgen, Državljanstvo i nacionalni identitet / razmišljanja o evropskoj budućnosti, «Filozofska istraživanja», Zagreb, 1991, 40.

Kerbel, Matthew Robert: *Remote and Contolled Media Politics in a Cynical Age*, Boulder Colo: Westview Press, 1995.

Mitrović, Ljubiša: *Geokultura razvoja Balkana i savremena sociologija*, «Prometej» Novi Sad i Centar za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta, Niš, 2011.

Vukadinović, Srdjan: *Građanska povezanost mnoštva identiteta kao vrijednost društava Jugoistočne Evrope*, u: *Zbornik «Kulturni i etnički identiteti u procesu globalizacije i regionalizacije Balkana»*, JUNIR, Niš, 2002.

Wallerstein, Immanuel: *Geopolitics and Geoculture*, Cambridge University Press, Cambrigde, 1991.

Zbornik radova: Govor mržnje, Centar za antiratnu akciju, Beograd, 1994.

Zbornik radova: Međuetnički odnosi, identitet i kultura mira na Balkanu, Centar za sociološka istraživanja, Niš, 2008.

MEDIJI I KRIVIČNI POSTUPCI

MEDIA AND CRIMINAL PROCEEDINGS

mr VELJKO RUTOVIĆ,
zamjenik Višeg državnog tužioca u Podgorici

Apstrakt: U radu se govori o slobodi informisanja i izražavanja, pravnim garancijama u vezi sa njima kako na nivou međunarodne zajednice, tako i na nivou nacionalnog zakonodavstva, a sve u svijetlu medijskog informisanja javnosti u vezi sa krivičnim postupcima. Međutim, izveštavanje u krivičnim postupcima, ograničeno je poštovanjem osnovnih ljudskih prava i sloboda koje ima svaki građanin, bez obzira da li je osumnjičen da je izvršio krivično djelo ili nije. U vezi sa tim pretpostavka nevinosti je jedno od najvažnijih ustavnih i međunarodnih garancija, bez koje nema pravednog sudjenja. Medijsko izveštavanje o krivičnim postupcima mora biti objektivno, profesionalno i bez predrasuda, lišeno senzacionalizma i uz potpunu zaštitu privatnosti osumnjičenih lica, bez nepotrebnog objavljivanja njihovog identiteta. S tim u vezi, pravo na slobodu informisanja javnosti zahtijeva saradnju pravosudnih organa i predstavnika medija u izveštavanju o pojedinim predmetima.

Ključne riječi: Mediji, krivični postupci, izveštavanje

Apstrakt: This paper deals with the freedom of information and expression, legal guarantees in relation to them, both at the level of the international community, and the level of national legislation, in light of all the media to inform the public in relation to criminal proceedings. However, reporting in criminal cases has been limited by respect for fundamental human rights and freedoms that every citizen has, whether he is suspected of having committed a crime or not. In this respect the presumption of innocence is one of the most important constitutional and international guarantees, without which there is

no justice. Media reporting on criminal proceedings must be fair, professional and without bias, devoid of sensationalism and with complete privacy protection of suspects, without undue publication of their identity. In this regard, the right to freedom of public information requires cooperation between judicial authorities and the media in reporting on individual cases.

Key Words: *Media, Criminal Proceedings, Reporting*

1. Uvod

Pravo na kvalitetno i pravilno informisanje javnosti putem medija, u vezi sa krivičnim postupcima mora biti uravnoteženo sa poštovanjem i zaštitom ljudskih prava svih učesnika koji na bilo koji način učestvuju u krivičnom postupku.

U medijskom izvještavanju prisutno je nerazumijevanje aktuelnog krivičnog postupka, pravila i procedura, načela krivičnog zakona te prava svih učesnika krivičnog postupka a sve se više svodi na senzacionalizam i komercijalizaciju informacija koje se odnose na krivični postupak. Poštovanje ljudskih prava i sloboda u krivičnom postupku zavisi i od istinitog i kvalitetnog medijskog izvještavanja. Da bi mediji mogli objektivno izvještavati, potrebno je da tome budu dorasli tj. potrebno je da imaju posebna znanja kako bi izvještavali o krivičnosudskim predmetima.

Podsjećajući na obaveze koje proizilaze iz Evropske Konvencije o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda, a posebno članova 6 (pretpostavka nevinosti i pravedno suđenje), 8 (zaštita privatnosti) i 10 (slobodu izražavanja i informisanja), a polazeći od društvene uloge pravosudnih organa koji štite slobode i prava građana, sa jedne strane kao i medija, kao sredstava informisanja građana, sa druge strane, neminovno se nameće potreba unapređenja komunikacije između ovih društvenih činilaca. Otvorenost sudova i tužilaštva prema medijima nužnost je u svakom modernom i demokratskom društvu. Stoga je neophodno pronaći adekvatna sredstva kako bi se rad pravosudnih organa učinio dostupnim javnosti u granicama koje omogućavaju provođenje pravde.

2. Pravni okvir

Jedno od osnovnih prava čovjeka i neophodan uslov za informisanje javnog mnjenja je sloboda izražavanja. U međunarodno-pravnim okvirima

slobodu izražavanja definiše Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda iz 1950. godine. Član 10 Konvencije predviđa da svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu posjedovanja sopstvenog mišljenja, primanja i saopštavanja informacija i ideja bez miješanja javne vlasti. Konvencija takođe predviđa da pomenuta sloboda izražavanja i informisanja nije apsolutna i da država može da ima određena prava da interveniše, ali samo pod zakonom određenim uslovima.

Pored Evropske konvencije o ljudskim pravima, koja je u značajnoj mjeri «ugrađena» u Zakone o krivičnim postupcima u CG, veliki značaj na ovu oblast ima i preporuka broj 13 Savjeta Evrope komiteta ministara upućena zemljama članicama, a koja se odnosi na pružanje informacija putem medija u vezi sa krivičnim postupcima. Komitet Savjeta ministara je istovremeno dao preporuku da zemlje članice, a samim tim i zemlje koje imaju tendenciju da budu članice, ovu preporuku široko distribuiraju i u velikoj mjeri primjenjuju u praksi.

Najviši pravni akti u našem pravnom sistemu, takodje, garantuju slobodu mišljenja, izražavanja i informisanja. Ustavom Crne Gore, u članu 49. posvećenom slobodi štampe, "jamči se sloboda štampe i drugih vidova javnog obavještanja". Istim članom priznaje se i pravo građana na ispravku neistinite, nepotpune ili netačno prenijete informacije i pravo na naknadu štete. S druge strane, članom 50. zabranjena je cenzura štampe i drugih sredstava javnog obavještanja. Čl 51 propisuje da svako ima pravo pristupa informacijama koje su u posjedu državnih organa i organizacija koja vrše javna ovlaštenja. Može se ograničiti ako je u interesu zaštite života, javnog zdravlja, morala i privatnosti, vođenja krivičnog postupka, bezbjednosti i odbrane Crne Gore, spoljne, monetarne i ekonomske politike. Nadalje, članom 120 Ustava Crne Gore propisano je da je raspravljanje pred sudom javno - osim u zakonom predviđenim slučajevima kada se iz rasprave javnost može isključiti radi čuvanja tajne, zaštite morala, javnog reda, kada se sudi maloljetnicima, zaštite privatnog života stranaka, čuvanja tajne, bezbjednosti i odbrane Crne Gore.

Zakon o medijima propisuje da su mediji u Crnoj Gori slobodni i da je zabranjena cenzura medija. O kršenjuma slobode informisanja odlučuje sud, po hitnom postupku.

Prema Zakonu o slobodnom pristupu informacijama pristup informacijama u posjedu organa vlasti je slobodan i ostvaruje se na nivou principa i standarda koji su sadržani u međunarodnim dokumentima o ljudskim pravima i slobodama. U smislu pomenutog Zakona informacija je dokument u

pisanoj, štampanoj, video, zvučnoj, elektronskoj ili drugoj formi, uključujući i njegovu kopiju ili dio dokumenta, bez obzira na sadržinu, izvor, vrijeme sačinjavanja ili sistem klasifikacije. Organ vlasti je državni organ (zakonodavni, izvršni, sudski, upravni), organ lokalne samouprave, organ lokalne uprave, ustanova, privredno društvo i drugo pravno lice čiji je osnivač, suosnivač ili većinski vlasnik država ili lokalna samouprava, pravno lice čiji se rad većim dijelom finansira iz javnih prihoda, kao i fizičko lice, preduzetnik ili pravno lice koje vrši javno ovlaštenje ili upravlja javnim fondom.

Prilikom objavljivanja informacija, organ vlasti dužan je da na odgovarajući način zaštiti lične podatke koji su od značaja za privatnost i podatke koji su označeni stepenom tajnosti, u skladu sa zakonom. Organ vlasti može ograničiti pristup informaciji ili dijelu informacije, između ostalog, ako je to u interesu: prevencije istrage i gonjenja izvršilaca krivičnih djela, radi zaštite od objelodanjivanja podataka koji se odnose na:

- sprječavanje izvršenja krivičnog djela,
- prijavljivanje krivičnog djela i njegovog izvršioca,
- sadržinu preduzetih radnji u pretkrivičnom i krivičnom postupku,
- dokaze prikupljene izviđajem i istragom,
- mjere tajnog nadzora,
- zaštićenog svjedoka i svjedoka saradnika,
- efikasnost vođenja postupka;

Ograničenje pristupa informaciji radi prevencije istrage i gonjenja izvršilaca krivičnih djela može trajati najduže do okončanja postupka.

Preovlađujući javni interes za objelodanjivanjem informacije ili njenog dijela postoji kada tražena informacija sadrži podatke koji osnovano ukazuju na: korupciju, nepoštovanje propisa, nezakonito korišćenje javnih sredstava ili zloupotrebu ovlaštenja u vršenju javne funkcije; sumnju da je izvršeno krivično djelo ili postojanje razloga za pobijanje sudske odluke;

nezakonito dobijanje ili trošenje sredstava iz javnih prihoda; ugrožavanje javne bezbjednosti; ugrožavanje života; ugrožavanje javnog zdravlja; ugrožavanje životne sredine.

Zakonik o krivičnom postupku, najvažniji pravni akt poslije Ustava jer propisuje najvažnije neophodne mehanizme zaštite ljudskih prava i sloboda, predviđa da je glavni pretres javan. Javnost postupka je generalni princip savremenog krivično procesnog prava, a javnost saslušanja je očigledno sredstvo boljeg obezbjeđenja da sudjenje koje je pod javnim nadzorom bude fer, a posebno da se prava optuženog ne krše i da sud postupak vodi nepristrasno.

Javnost krivičnog postupka se ogleda u pravu svakog građanina, ne samo stranaka, već i drugih lica koja inače nijesu direktno i vitalno zainteresovana za ishod postupka, da prisustvuju sudjenju, te da o postupku budu obaviještena i putem sredstava javnog informisanja. Iako je načelo javnosti izuzetno značajno, veliki značaj ima i mogućnost izuzetnog odstupanja od tog načela koje je u opravdanim slučajevima postoji u svim demokratskim i liberalnim krivičnim procedurama.¹Ograničenja prava na informisanje koja se odnose na sudsko izvještavanje i javnost sudskog postupka postoje i moraju postojati radi nesmetanog vođenja sudskog postupka i zaštite individualnih prava. Tako su za javnost zatvoreni krivični postupci prema maloljetnicima, istražni postupci. Zakonik o krivičnom postupku propisuje da sudsko vijeće može, od otvaranja zasjedanja pa do završetka glavnog pretresa, po službenoj dužnosti ili na predlog stranaka, ali uvijek po njihovom saslušanju, isključiti javnost sa cijelog glavnog pretresa ili jednog njegovog dijela, ako je to potrebno radi čuvanja tajne, čuvanja javnog reda, zaštite morala, zaštite interesa maloljetnog lica ili zaštite ličnog ili porodičnog života okrivljenog ili oštećenog.

3. Pretpostavka nevinosti

Ova pretpostavka je jedna od najvažnijih ustavnih i međunarodnopravnih garancija. Članom 6 stav 2. Evropske konvencije garantovano je pravo na pretpostavku nevinosti. Poštovanje pretpostavke nevinosti je integralni dio prava na pravedno suđenje. Prema Zakoniku o krivičnom postupku, svako će se smatrati nevinim dok se njegova krivica ne utvrdi pravnosnažnom odlukom suda. Pretpostavka nevinosti je procesni mehanizam za oslobađanje okrivljenog od tereta dokazivanja sopstvene nevinosti. Time se na onoga ko tvrdi suprotno prebacuje teret dokazivanja postojanja krivice. To je prije svega proceduralno pravo koje definiše obavezu tužioca stavljajući na tužilaštvo teret dokazivanja u krivičnom postupku. U Zakoniku o krivičnom postupku obaveza poštovanja pretpostavke nevinosti striktno se nameće nizu subjekata, među koje spadaju: državni organi, mediji, udruženja građana, javne ličnosti, kao i sva druga lica, koja su dužna da je poštuju, te da svojim javnim izjavama o krivičnom postupku koji je u toku ne vrijeđaju druga pravila postupka, prava okrivljenog i oštećenog, kao i načelo sudske nezavisnosti. U praksi se ova obaveza često ne poštuje, a naročito se u prejudiciranju osuđujućeg ishoda krivičnog postupka, uz direktno ili indirektno kršenje pretpostavke nevinosti

¹ Škulić M. :Komentar zakonika o krivičnom postupku, Podgorica 2009. godina, str. 911 i 912

ističu nesajvesni predstavnici medija, ali i pojedine ličnosti iz sfere politike. Stoga mediji prilikom izvještavanja u toku pojedinih krivičnih postupaka ne bi trebali izvještavati o krivičnom postupku na način koji će u javnosti stvarati predrasudu da je neko kriv i prije nego što mu je izrečena kazna. Optuženi ima pravo da se njegova nevinost pretpostavlja. Obaveza tužilaštva i suda da poštuju pretpostavku nevinosti je imeparativno nametnuta odredbama Zakonika o krivičnom postupku. Međutim, u našem zakonodavstvu ovakva obaveza nije nametnuta medijima, a istovremeno je u najvećem broju evropskih zemalja ovakva obaveza nametnuta medijima i mediji koji ne poštuju ovakvu obavezu zbog istog mogu biti sankcionisani. Dakle, izvještavanje o toku krivičnog postupka treba da je objektivno i nepristrasno, lišeno predrasuda, jednostranosti i prejudiciranja zaključaka i sudskih odluka. Medjutim, pretpostavku nevinosti krše čak i predstavnici javne vlasti. Tako u najbližem okruženju imamo situaciju u kojoj potpredsjednik Vlade i ministar odbrane navodi: "Biću razočaran ako se M. nadje na slobodi, smatrat ću to svojim neuspjehom..." Umjesto komentara reći ću: Kada je riječ o sudskom odlučivanju, mediji niti bilo ko drugi nema pravo ni istinu da ponavlja hiljadu puta, a kamoli laž. „Osuda prije suda” može biti i veoma surova, a čovjeku koji je tako stigmatizovan, često ni kasnija oslobađajuća presuda, pa ni naknada štete, nije puna moralna satisfakcija, jer neki „žigovi” i rane zauvijek ostaju.² Dovoljno je sjetiti se poučne metafore o odnosu lažne vijesti i kasnijeg demantija. Vijest je kao kada „prospete jastuk perja sa vrha solitera na ulicu”, a „demanti je kao kada to prosuto perje skupljate i vraćate u jastuk”. Demantiji često izostaju, ili dolaze nakon što su prouzrokovane štetne posljedice. U manjim sredinama, kao sto su naše, ovakve posljedice mogu otežati dalji život u tim sredinama.

4. Objektivno informisanje

Članom 10 Evropske konvencije garantovano je pravo javnosti da dobija informacije koje su od javne važnosti. Tu se posebno ističe princip javnog saslušanja i javnog objavljivanja presude, a koji su u okrivu člana 6 Konvencije. Javnost mora biti u mogućnosti da putem medija bude informisana o aktivnostima pravosudnih organa, radi čega novinari moraju imati mogućnost da slobodno izvještavaju i komentarišu funkcionisanje pravosudnog sistema. Primjena ovog principa nije neograničena i njegova primjena mora biti uklađena sa odredbama Zakona o državnom tužilaštvu, Zakona o sudovima, Za-

² Škulić M.: Pretpostavka nevinosti i hapšenje," Politika" od 19.02.2008.godine

kona o slobodnom pristupu informacijama, Krivičnom zakoniku i Zakoniku o krivičnom postupku.

Mediji ne mogu imati neograničeno pravo da izvještavaju o krivičnim postupcima. Ograničenja koja mediji moraju imati u izvještavanju tiču se prije svega osnovnih ljudskih prava i sloboda koje ima svaki građanin, bez obzira da li je on osumnjičen da je učinio neko krivično djelo ili nije. Interes javnosti za vođenje pojedinih krivičnih istraga čini da su informacije iz tužilaštva u odnosu na cijeli pravosudni sistem najtraženije, jer je gro interesovanja medija o krivičnim postupcima u tužilaštvu vezanih za vođenja krivičnih istraga. Naime, interes medija za praćenjem sudskih postupaka opada sa trajanjem postupka. Najveće interesovanje je dok nije započelo sudjenje, dok se protekom vremena interesovanje medija smanjuje. I to je još jedan razlog zbog kojih izostaje pravilno medijsko izvještavanje o krivičnosudskom slučaju. Na taj način javnost je uskraćena da blagovremeno sazna za preokrete u toku sudjenja ili za ishod sudskog postupka, u kome je okrivljeni već u početku oglašen krivim za djelo koje mu je po medijskom izvještavanju stavljeno na teret.³

Informacije koje prenosi medij, a koje potiču iz krivičnih postupaka u zavisnosti od načina na koji se prezentiraju javnosti često prejudiciraju rezultat krivične istrage, ili rezultat sudskog postupka, odnosno iz takvih članaka često se sugerise da li će neko biti oslobođen ili osuđen, odnosno da li će optužnica biti podignuta ili će krivična istraga rezultirati nepodizanjem optužnice. U toku krivične istrage tužilaštvo ne bi smjelo iznositi informacije iz kojih proizilazi da će optužnica biti podignuta, da će neko biti osuđen, da je neko kriv i sl. Istraga spada u red internih radnji tužilaštva i jedan od osnovnih zadataka istrage prije svega je utvrditi da li je uopšte počinjeno krivično djelo, pa tek potom da li je neko osnovano sumnjiv da je počinio krivično djelo. U određenoj mjeri, nakon podizanja optužnice prirodni stav tužioca koji optužnicu zastupa, jeste takav da tužilaštvo vjeruje da je njegova optužnica osnovana i tužilac prema tome ima taj subjektivni pristup optužnici. Suprotno tome, optuženo lice i odbrana optuženog na isti način javno iznose stav, da optuženi nije kriv i da je optužnica neosnovana. Stoga, nakon potvrđivanja optužnice tužilaštvo mora zauzimati javni stav da vjeruje u svoju optužnicu i da očekuje osuđujuću presudu po toj optužnici, ali ipak u svojim nastupima i izjavama tužilac mora voditi računa o članu 6 stav 2. Evropske konvencije, odnosno o

³ Mrvić - Petrović N.: Medijsko izveštavanje i poštovanje ljudskih prava učesnika u krivičnom postupku, *Žrtve i mediji*, 2005. godina, str. 25

pitanju pretpostavke nevinosti i uvijek u tim izjavama koje mogu biti subjektivne istovremeno mora naglašavati činjenicu da optuženi nije kriv sve dok ga sud pravosnažno ne osudi i stoga mora ga tretirati kao osumnjičenu osobu, a ne kao krivca. Nije sporno da se radi o teškom i suptilnom zadatku pronaći mjeru između ova dva principa.

U slučajevima vođenja krivičnih istraga koje izazivaju izuzetnu pažnju javnosti postoji vjerovatnoća, i u praksi se stalno dešava, da novinari sprovedu vlastite novinarske istrage koje se redovno dešavaju uporedo sa tužilačkom istragom. Takve istrage mogu nositi i rizik negativnih efekata na tok tužilačke krivične istrage, jer bi svojim javnim objavljivanjem mogle objavljivati imena svjedoka, imena osumnjičenih osoba čiji identitet nije poznat i sl. Istovremeno dešava se i realno je moguće da paralelene novinarske istrage mogu nositi i pozitivne efekte poput otkrivanja novih svjedoka, osumnjičenih, identifikovanja dokaza i sl. Neželjeni tok ovakvih istraga redovno se može spriječiti na način urednog i redovnog informisanja javnosti o suštinskim aktivnostima tužilaštva u konkretnim krivičnim istragama. Stoga će u svakom slučaju kada se radi o predmetu koji je od izrazitog interesa javnosti, a u kojem predmetu se već davalo informacije, tužilaštvo redovno informisati javnost o svojim suštinskim aktivnostima u konkretnom krivičnom postupku, pri čemu će voditi računa da ovakvo informisanje ne opterećuje tajnost istrage i ne omete samo vođenje krivičnog postupka.

Organi pravosudja imaju pravo ali i obavezu da se zaštite od senzacionalističkih novinskih natpisa i medijskih istupa novinara koji u svojim tekstovima grubo krše ljudska prava propisana članom 6, 8 i 10 Evropske konvencije. Iako je u našem društvu očigledno da se radi o masovnoj pojavi ne vidimo smetnje da tužilaštvo i sudovi s pravom masovno izbjegavaju određene novinare koji neprofesionalno rade svoj posao. Svojim ponašanjem organi pravosuđa trebaju vršiti i svojevrsni pritisak na medije ali i ohrabrivati medije da odgovorno izvještavaju u krivičnim postupcima, te da kroz svoja udruženja definišu profesionalne i etičke standarde, te da propišu sankcije za one novinare koji ne poštuju takve standarde. Stoga, ukoliko je u određenom krivičnom postupku neki novinar već prenosio netačne navode, posebno ako je to očigledno radio u zloj namjeri, ili ako je očigledno da izvještavanje novinara iz krivičnog postupka nije motivisano pravom javnosti da bude informisano, tada svojim ponašanjem pravosudni organi ne smiju doprinositi medijskom neprofesionalizmu.

Predstavnici medija, prilikom izvještavanja o krivičnim postupcima kao i postupanja u određenim predmetima, moraju da vode računa o tome da njihovo izvještavanje bude objektivno i bez predrasuda. S toga je neophodno da novinari koji izvještavaju o ovoj problematici budu profesionalni, senzibilisani, da imaju posebna znanja iz krivičnopravne i krivičnoprocesne oblasti i nadasve objektivni u pružanju informacija javnosti.

Izvještavanje o sudskim postupcima integriše i kvalitete dobrog novinara i poznavaoaca zakona. To znači da bi dobar sudski izvještač u sebi morao da pomiri zahtjeve novinarske profesije sa zahtjevima sprovođenja pravde i poštovanja pravila neiznošenja informacija koje bi ometale sudski postupak. Otežavajuću okolnost često predstavlja i prevod komplikovanog pravničkog jezika u razumljive novinarske tekstove i pojednostavljivanje slučaja.

U cilju obezbjeđenja prava na slobodu informisanja javnosti, neophodna je permanentna saradnja pravosudnih organa i medija i poboljšanje komunikacije medju njima.

Pravosudni organi imaju obavezu da pomognu novinarima u savladavanju poteškoća koje sa sobom nosi sudsko izveštavanje, a što se može postići otvorenim i transparentnim postupanjem u odnosima sa medijima. Sa druge strane, novinari moraju poštovati ograničenja koja sa sobom nosi sudski proces.

Samo zajedničkim radom može se ostvariti jedno od osnovnih pretpostavki demokratskog društva -informisana javnost osnova je za dobro djelovanje modernog društva i uspješan rad demokratskog sistema.⁴

5. Zaštita privatnosti

Svaka osoba ima pravo na zaštitu privatnog i porodičnog života što je u skladu sa članom 8 Evropske konvencije. Ovaj princip odnosi se na zaštitu osumnjičenih, optuženih, osuđenih osoba i dr. strana u krivičnom postupku, za koju zaštitu ne smiju biti uskraćeni bez obzira na njihovu umiješanost u određeni krivični postupak. Posebnu zaštitu treba pružati maloljetnim osobama, žrtvama u krivičnim djelima iz oblasti krvnih i seksualnih delikata, nasilja u porodici i drugim ranjivim osobama, žrtvama, svjedocima te članovima porodice osumnjičenih, optuženih i osuđenih lica. Posebno se mora imati u vidu štetnost nepotrebnog objavljivanja identiteta osumnjičenih osoba te štetnom efektu koji iz takve informacije proizilazi. Navođenje imena žrtve

⁴ Ramić I. : Javnost ima pravo da bude informisana, Pravda u tranziciji - broj 1

ili osumnjičene, osobe može izazvati nekada teže i ozbiljnije posljedice od onih koje je izazvala posljedica izvršenog djela, odnosno koje će izazvati izrečena kazna. Sa posebnim oprezom treba postupati u toku krivičnog postupka kada se prilikom davanja informacija medijima imenuju lica koja se terete za izvršenje nekog krivičnog djela. Medjutim pravo je javnosti da putem medija bude informisana. Ali, ova dva principa mogu zajedno egzistirati, i u tom pogledu bi morala biti postavljena čvrsta pravila kako i kada objaviti identitet osumnjičene osobe.

6. Pravo na ispravku i odgovor

Svako ko je bio predmetom nekorektnog ili klevetničkog pisanja medija u kontekstu krivičnih postupaka, ima pravo na ispravku ili odgovor. Pravo na ispravku je dostupno i ukoliko medijsko izvještavanje sadrži netačnosti koje su iznesene u kontekstu krivičnog postupka. U vezi sa ovim pravom, postavlja se pitanje kada treba koristiti ovo pravo, pogotovo kada se radi o pitanju prava na demant, odnosno odgovor od strane institucija. Uvažavajući činjenicu da naši mediji stalno i gotovo redovno objavljuju netačnosti dešavalo bi se u praksi, ako bi se stalno davali demanti, da pravosudni organi moraju davati demante svakodnevno. Demante treba davati izuzetno u slučaju najgrubljih kršenja ljudskih prava od strane medija i treba ih obavezno objaviti prije svega u onom mediju koji je objavio netačnost.

7. Zaključak

Iz svega prethodno izloženog, da se zaključiti da mediji, saglasno značaju i uticaju koji imaju, u slučajevima izvještavanja o krivičnim postupcima moraju naći pravu mjeru između želje za izvještavanjem javnosti i zakonom zagarantovanih i zaštićenih ljudskih prava direktnih ili indirektnih učesnika u krivičnom postupku. Jasno je da bi mediji, pored podrazumijevanog objektivnog informisanja javnosti koje se nameće kao imperativ, moraju posebno voditi računa o pretpostavci nevinosti okrivljenih, zaštititi njihove privatnosti i njihovom pravu na eventualnu ispravku i odgovor u slučaju nekorektnog ili klevetničkog izvještavanja ili netačnosti iznesenih u toku izvještavanja o krivičnom postupku. Samo poštujući ove smjernice (ili obaveze), možemo govoriti o doprinosu medija u izvještavanju javnosti o krivičnim postupcima i ispunjenju njihove funkcije služenja javnom interesu, bez obzira da li se radi o komercijalnim emiterima ili Javnim servisima. Poštovanje zakona je, pored toga što je obaveza, i pokazatelj nivoa ozbiljnosti, ali i moralne i svake druge zrelosti

građana bilo kog savremenog demokratskog društva. Takođe, zakone moraju poštovati svi – uključujući i medije, koji se često oglašuju o njih...

Literatura

Mrvić – Petrović, N. (2005), "Medijsko izveštavanje i poštovanje ljudskih prava učesnika u krivičnom postupku", *Žrtve i mediji*, ss. 23-26.

Ramić I. (2005), "Javnost ima pravo da bude informisana", *Pravda u tranziciji*, broj 1.

Škulić M. (2008), "Pretpostavka nevinosti i hapšenje", *Politika* od 19.02.2008. godine

Škulić, M. (ur.) (2009), *Komentar zakonika o krivičnom postupku*, Podgorica:

Ustav Crne Gore "Sl.list RCG", 01/07

Zakon o medijima "Sl.list RCG", 51/2002 I 62/2002, "Sl.list CG", 46/10.

Zakon o slobodnom pristupu informacijama, "Sl.list RCG", 68/05 OD 15.11.2005.

Zakonik o krivičnom postupku, "Sl.list CG", 57/09 I 49/10.

OBLIGACIONO PRAVNA ZAŠTITA PRAVA LIČNOSTI

LEGAL OBLIGATORY PROTECTION OF THE INDIVIDUAL

dr DUŠAN NOVAKOVIĆ, vanredni profesor
Fakulteta za državnu upravu i administraciju Megatrend Univerziteta

Apstrakt: U ovom radu pokušali smo da damo odgovore na pitanja koja lična prava su priznata u našem pravu i sa kakvom sadržinom. Zatim predmet našeg razmatranja su bila sredstva zaštite prava ličnosti i koje su im pretpostavke. Takođe bavili smo se i pitanjem kada postoji povreda prava ličnosti.

Da bi odgovorili na postavljena pitanja obradili smo pojam ličnosti, zaštitu prava ličnosti, kroz ustavne odredbe i Zakon o obligacionim odnosima Republike Srbije. U analizama smo preferirali rešenje koje je predviđala Skica za Zakonik o obligacijama i ugovorima profesora Konstantinovića.

Takođe smo nastojali da pobjasnimo postupak zaštite prava ličnosti posredstvom kraćeg uporedno pravnog prikaza u zemljama u okruženju (Slovenija i Hrvatska) Naveli smo i neke pojmove o ovom pravu u francuskom, nemačkom, mađarskom i poljskom pravu.

Analizirali smo odredbe Ustava Republike Srbije, čl.24-26. (ljudska prava i slobode) čl.155.(štetu) čl. 156.(zahtev da se ukloni opasnost štete) čl.199.(objavljivanje presude ili ispravke), čl. 200. st.1(novčana naknada nematerijalne štete) Zakona o obligacionim odnosima, a posebno odredbu čl.157.(zahtev da se prestane sa povredom prava ličnosti).

Ključne reči: Pojam ličnih prava, zaštita ličnih prava, postupak zaštite ličnih prava, uporedno pravo pravni prikaz, opasnost od nastanka štete, objavljivanje presude, ustavne odredbe

Abstract: In this paper, we tried to give answers to questions which individual rights have been recognized in our law and to what extent. Then, the subject of our discussion were the means of protecting the

rights of the individual and their assumptions. We have also have dealt with the issue when there is a violation of personal rights.

To answer these questions we have dealt with the concept of personality, protection of individual rights through constitutional provisions and Law on Obligations of Serbia. In our analysis, we have preferred a solution predicted by the Sketch for the Code of Obligations and Contracts by professor Konstantinović.

We have also sought to clarify the procedure of protecting the rights of personalities through brief legal comparative view of neighboring countries (Slovenia and Croatia). We've listed some of the terms of this law in French, German, Hungarian and Polish law.

We have analyzed the provisions of the Constitution of the Republic of Serbia, Article 24-26. (Human Rights and Freedoms) Art.155. (Damage) Art. 156 (request to remove the risk of damage) čl.199. (Publication of the judgment or correction), Art. 200 Paragraph 1 (Compensation for damage) of the Obligations, and in particular the provision of the Article 157 (request to stop the infringement of personal rights).

Key words: *The notion of individual rights, the protection of individual rights, the process of personal rights, comparative law legal representation, the risk of damage, publication of the judgment, the constitutional provisions*

1. Umjesto uvoda: Pojam prava ličnosti

Prava ličnosti, (lična prava) su apsolutna građanska subjektivna prava, čiji su objekti lična dobra čoveka: njegov život, telesni i psihički integritet, identitet, ime, čast, ugled i drugo.

Osnovna prava ličnosti su: pravo na život, pravo na telesni integritet, pravo na psihički integritet, pravo na privatni život, pravo na tajnu sferu, pravo na čuvanje tajnosti poverljivog sadržaja pisama ili spisa, zaštita intimne sfere, pravo na identitet, pravo na čast, pravo na ugled, pravo na ime, pravo na sopstvenu sliku, pravo na izgovorenu reč, i slično.¹

Uopšteno bi mogli reći da se pod pravima ličnosti podrazumevaju: Ustavom zagarantovana prava ličnosti, kao i prava zagarantovana potvrđenim međunarodnim ugovorima i opšteprihvaćenim pravilima međunarodnog prava.

¹ D. Stojanović, Uvod u građansko pravo, Beograd, 1988. str. 157-158.

Budući da su lična prava neprenosiva ona se dalje dele na lična imovinska (imovinska prava koja se ne mogu prenositi (npr. lične službenosti, pravo na izdržavanje) i lična neimovinska koja su neimovinska i neprenosiva.²

Ta prava data su titularima da ih koriste, uživaju (npr. da fizičko lice živi, uživa telesni i duhovni integritet, čast i ugled, da se slobodno kreće itd), a takođe ova prava ovlašćuju titulare da sa njima raspolažu. Tako jedno lice može, dati krv zdravstvenoj ustanovi, dati organ drugom fizičkom licu radi presađivanja, dozvoliti da se javno objave njegove fotografije, pisma dnevnika, reklamni spot itd.

Prava ličnosti mogu da budu povređena, i u tom slučaju sud ili drugi nadležni organ može da naredi prestanak radnje povređivanja pod pretnjom plaćanja izvesne novčane svote koja po svojoj pravnoj prirodi predstavlja naknadu štete sui generis. (podvukao D.N).

Kako nanošenje drugome fizičkog bola ili psihičkog bola, ili straha nije šteta koja pogađa imovinu oštećenog. Usled toga je ZOO naziva nematerijalna šteta

U pravu Republike Srbije Zakon o obligacionim odnosima³ sadrži definiciju štete: a to je umanjeње nečije imovine (obična šteta) i sprečavanje njenog povećanja (izmakla korist), kao i nanošenje drugome fizičkog ili psihičkog bola, ili straha (nematerijalna šteta).

2. Zaštita ličnih prava

Da bi nastalo pravo na zaštitu prava ličnosti neophodno je da prethodi povreda ugrožavanja ličnog prava (kao uslov za preventivnu zaštitu) odnosno da je nastalo i traje stanje povrede (kao uslov za posteriornu zaštitu).

Preventivna je tužba za propuštanje, kojom se traži da se lice uzdrži od radnje koju priprema, a koja je podesna da povredi lično pravo (npr. da ne štampa kompromitujući materijal), da prestane s već započetom radnjom ili da ne ponovi već izvršenu radnju (u vezi sa štampanjem navedenog materijala) aposteriorna zaštita je tužba za uklanjanje stanja povrede ličnog prava izvršenjem odgovarajuće radnje (npr. uništenje štampanog materijala, povlačenjem tvrdnje, uništenjem ili skidanjem plakata, uklanjanjem izložene slike, brisanja tonskog zapisa, objavom presude, povlačenjem pisanog dela iz prometa i sl.).

² Stanković O. Vodinić V. Uvod u građansko pravo, Homos, Beograd. 1996. str.102.

³ Čl. 155 Zakona o obligacionim odnosima (Sl.list SFRJ, br. 29/78, 39/85, 45/89-odluka USJ i 57/89, Sl.list SRJ, br.31/93 i Sl. list SCG, br. 1/2003-Ustavna povelja).

Ova tužba je različita od odštetnog zahteva, a njena funkcija je da ukloni stanje povrede, nezavisno od toga da li je povreda prava ličnosti praćena neimovinskom štetom.

2.1 Ustavne odredbe

Zaštita prava ličnosti na generalan način zagarantovana je odredbama Ustava Republike Srbije iz 2006 godine,⁴ koja reguliše ljudska prava i slobode.

Dostojanstvo i slobodan razvoj ličnosti, pravo na život, nepovredivost fizičkog i psihičkog integriteta čoveka, njegove privatnosti, dostojanstva i, uopšte ličnih prava, jemči prvenstveno Ustav Republike Srbije (čl. 24-81.) Ustavne odredbe su okvir za zaštitu protiv svih oblika zadiranja u ličnu sferu pojedinca, ne samo kada je reč o priznatim pravima ličnosti, nego i o onima koja kasnije mogu nastati. Ovo shvatanje nije sporno u pravnoj teoriji. Naime, opštim ličnim pravom naziva se generalna garancija nepovredivosti integriteta, gotovo svih prava ličnosti, kakvu po pravilu sadrže ustavi. Ta opšta garancija omogućuje da se zaštite i ona lična dobra u pogledu kojih ovlašćenja i zaštita nisu specijalno uređeni, kao i da se već uređena lična prava zaštite od novonastalih opasnosti koje još nisu postojale u času regulisanja.⁵

Dakle, nabranje u Ustavu nije taksativno, što znači da se u praksi mogu štititi i druga dobra ličnosti. Zaštita se ostvaruje prema pravilima građanskog, krivičnog i upravnog prava u slučaju njihove povrede. Tako se može već na osnovu ustavnih propisa podići tužba kojom se traži da se spreči povreda prava ličnosti koja tek preči (preventivna zaštita) i tužba kojom se traži uklanjanje posledice nastale povredom prava (posteriorna zaštita). Pri tome, zaštita koja ima poseban značaj kod sprečavanja i otklanjanja povreda ličnih prava svakako je njihova krivičnopravna zaštita. Međutim, paralelno sa takvom zaštitom, tim se pravima u slučaju njihovog ugrožavanja i povrede pruža i odgovarajuća građanskopravna zaštita, u vidu nematerijalne štete.

2.2 Zakon o obligacionim odnosima

Zakon o obligacionim odnosima ne govori dosledno o povredi ličnih dobara već o povredama prava ličnosti (vidi čl. 199. i 200.), čija se naknada može tražiti kada postoji krivica štetnika (ona se pretpostavlja) i bez krivice štetnika.

⁴ Ustav Republike Srbije, Sl.gl. Republike Srbije br. 98/06.

⁵ Lična prava (prava ličnosti), Leksikon građanskog prava, „Homos“, Beograd, 1996, str.320.

Zakon o obligacionim odnosima reguliše zaštitu ličnih dobara u prvom redu u obliku naknade štete. Šteta može biti materijalna ili nematerijalna. O nematerijalnoj šteti naročito se govori u čl. 199. i 200. ZOO. Međutim, član 157. predviđa i posebnu odluku suda ili drugog nadležnog organa kojom se naređuje prestanak radnje kojom se povređuju prava ličnosti.

U okviru obligacionih odnosa koji nastaju prouzrokovanjem štete, zakon priznaje da svako ima pravo zahtevati od suda ili drugog nadležnog organa, da naredi prestanak radnje kojom se povređuje neko pravo njegove ličnosti, pri čemu zakon, primjera radi, posebno ističe integritet ljudske ličnosti, ličnog i porodičnog života i drugih prava njegove ličnosti (čl. 157).

Povreda prava ličnosti može se sastojati u različitim oblicima činjenja (npr. nedopušteno snimanje, tonsko ili bez tona, javno objavljivanje privatnih fotografija bez pristanka lica čije se fotografije objavljuju i sl.)

Odredba čl. 157. ZOO iako predstavlja značajnu odredbu u zaštiti čovekove ličnosti ne identifikuje i samu sadržinu toga šta spada u ličnu sferu čovekovu, pa u primeni ove odredbe može se postaviti pitanje lične sfere čoveka i konkretna prava kojima se ta lična sfera čoveka izražava i obezbeđuje. Pravni pisci su dali odgovor na ovo pitanje. Ova zakonska odredba koja je široko formulisana obuhvata sva poznata prava ličnosti kako ona koja čine sastavni deo čoveka kao biološkog i društvenog bića, tako i opredmećene delove ljudske ličnosti.⁶

Pod integritetom ljudske ličnosti treba podrazumevati kako fizički, tako i moralni i psihički integritet ljudske ličnosti (sveukupnost svojstava i vrednosti koje nosilac integriteta ima kao ljudska ličnost). Takve povrede mogu izazvati psihičke patnje, fizičke bolove, patnje zbog nedozvoljene sramote, umanjenja ugleda ili zbog gubitka bliskog srodnika, povrede sigurnosti na materijalnom i psihičkom planu i sl. Lični i porodični život čoveka je oblast lične sfere čoveka u skladu sa njegovim ličnim sklonostima i porodičnim potrebama, koja se tiče samo njega i niko nema pravo da u tu oblast zadire i da je vređa. Iznošenje i prenošenje pojedinih činjenica i događaja iz ličnog i porodičnog života je jedan od osnova za odgovaranje zbog povrede prava ličnosti.

Zavirivati u lični i porodični život na različite načine, ne samo grubim postupkom kao prisluškivanjem razgovora, gledanjem kroz prozor, kroz ključaonicu i sl. nego i postojećim tehničkim sredstvima dalekog dometa za snimanje, osmatranje, prisluškivanje, su vidovi ostvarivanja nesigurnosti čoveka.

⁶ D.Popov, Građansko pravo, Novi Sad, 2009. str.154

Lični i porodični život ugrožava se i tendencioznim dostavljanjem pisama, kompromitujućih snimaka, pornografskih materijala i sl.⁷

No u obzir dolaze i druga prava ličnosti kao što se u navedenom članu pominje. Članom 157. nije iscrpljena zaštita koju pravima ličnosti daje Ustav, koji štiti već poznata prava ličnosti, kako u našem tako i u stranom pravu.

Integritet čoveka, bilo lični bilo porodični, odvija se, pored ostalog, najviše u stanu, pa niko, osim u zakonom predviđenim slučajeva, ne može bez ovlašćenja i odgovornosti prodreti u tuđi stan, jer je to pravo kojim se obezbeđuju slobode ličnog i porodičnog života.

Interes čoveka je da komunicira sa drugim fizičkim i pravnim licima pismom ili drugim sredstvima komunikacije kao što su: telefon, telegraf i druga tehnička sredstva komuniciranja i niko nema pravo uvida u ta saopštavanja koja predstavljaju samo interes ljudi koji komuniciraju, a time i njihovu tajnu.⁸

Kao oblik uklanjanja povredom nastalog stanja smatra se i povlačenje izjave, ispravka ili objavljivanje presude, naravno pod uslovom da povreda još traje. To se čini i u našem pravu, u kojem takvu zaštitu propisuje Zakon o obligacionim odnosima. Zakon daje mogućnost da se zahteva naknada štete koja je prouzrokovana povredom tih prava, objavljivanjem presude ili ispravke. „U slučaju povrede prava ličnosti sud može narediti na trošak štetnika, objavljivanje presude, odnosno ispravke ili narediti da štetnik povuče izjavu kojom je povreda učinjena ili što drugo, čime se može ostvariti svrha koja se postiže naknadom “.⁹ Ti slučajevi mogu biti raznovrsni, a najčešće se javljaju kod povrede učinjene korišćenjem objavljivanja činjenica ili podataka u štampi o ličnim i porodičnim prilikama neke ličnosti čime se povređuje integritet njegove ličnosti.

U slučaju trpljenja fizičkih bolova, duševnih bolova zbog umanjenja životne aktivnosti, naruženosti, povrede ugleda, časti, slobode ili prava ličnosti, smrti bliskog lica, kao i straha, ukoliko to opravdavaju okolnosti slučaja, a naročito jačina bolova i straha i njihovo trajanje, sud će dosuditi pravičnu novčanu naknadu, i to nezavisno od naknade materijalne štete, što podrazumeva i slučaj potpunog odsustva materijalne štete.¹⁰ Ovde zakon utvrđuje uzroke zbog kojih se naknada priznaje, odnosno dosuđuje novčani iznos kao oblik

⁷ Ugovorno i odštetno pravo po ZOO, zbornik radova, Beograd, 1979, M. Novaković str.510

⁸ Ibid.str. 510

⁹ čl.199. ZOO.

¹⁰ čl.200. st.1. ZOO.

subjektivnog zadovoljenja oštećenog. U ovom članu se reguliše pravo na pravičnu naknadu za pretrpljene fizičke i duševne bolove i za strah ako sud nađe da okolnosti slučaja to opravdavaju, a naročito ako jačina bolova i straha i njihovo trajanje to opravdava.

Zakonodavac konkretno ne kaže ništa o psihičkom bolu koje čovek trpi zbog nesposobnosti za rad, nesposobnosti za stvaranje, gubitku dela tela ako predstavlja ozbiljan gubitak i utiče na funkcionalnost tela, a ne samo gubitak kose ili nokta. i sl. Zakonodavac takvu vrstu fizičkog bola kvalifikuje kao štetu. Po odrebi Zakona o obligacionim odnosima „Svako ima pravo zahtevati od suda ili drugog nadležnog organa da naredi prestanak radnje kojom se povređuje integritet ljudske ličnosti, ličnog i porodičnog života i drugih prava njegove ličnosti“. „Sud odnosno drugi nadležni organ može narediti prestanak radnje pod pretnjom plaćanja izvesne novčane svote, određene ukupno ili po jedinici vremena, u korist povređenog.“¹¹

Dakle svako ima pravo zahtevati od suda ili drugog nadležnog organa da naredi prestanak radnje kojom se povređuje pravo njegove ličnosti dok se u članu 157. st. 2 dodaje da sud, odnosno drugi nadležni organ može narediti prestanak radnje pod pretnjom plaćanja izvesne novčane svote, određene ukupno ili po jedinici vremena u korist povređenog.

Analizirajući navedenu odredbu u stavu 1. možemo zaključiti sledeće: Zakon daje mogućnost da se zahteva prestanak povrede tih prava, kao i da se obezbedi taj prestanak odgovarajućim sredstvom. Formulacija da svako ima pravo na zahtev da naredi prestanak radnje kojom se povređuju prava ličnosti, ukazuje da je u pitanju *actio popularis* (narodna tužba). Ova tužba se može podići u slučaju već izvršene povrede prava ličnosti. Sud ili drugi nadležni organ će na zahtev povređenog lica narediti prestanak radnje kojom se povređuje njegovo pravo ličnosti pod pretnjom plaćanja izvesne svote novca u korist povređenog, ako tuženi ne prestane sa povredom.

To je moguće u sledećim slučajevima:

1) ako jedino lice čije je pravo ugroženo je ovlašćeno da ocenjuje da li bi takva zaštita odgovarala u konkretnom slučaju njegovim interesima,

2) tužba se može podneti samo kad se povreda vrši činjenjem, s obzirom da je zakonodavac naveo da se zahtev može podneti radi prestanka radnje kojom se ta povreda vrši,

¹¹ Čl.157, st.1i 2. ZOO.

3) da se zahtev može podneti dok je radnja u toku, jer je smisao odredbe da se prestane sa radnjom, kojom se vrši povreda prava. Radnja se može vršiti i sukcesivno u kratkim vremenskim intervalima te će se i tada uzeti kao radnja koja je u toku,

4) radnja mora da je nezakonita i da vrši povredu prava ličnosti i

5) postupak po zahtevu stranke mora biti hitan.

Analizirajući navedenu odredbu u stavu 2. mogli bi izvesti sledeći zaključak: Da sud, odnosno drugi nadležni organ može, po zahtevu oštećenog, narediti prestanak radnje pod pretnjom plaćanja izvesnog novčanog iznosa, određenog ukupno ili po jedinici vremena u korist povređenog. Ta novčana svota može biti određena „ukupno“, a to znači paušalno, a može biti određena po jedinici vremena trajanja povrede, sve do prestanka te povrede. Tako određena svota novca u stvari je svojevrsna novčana kazna koja pripada povređenoj.¹²

Sud će izreći ovu naredbu u onim slučajevima kada postizanje svrhe sredstvom naredbe to zahteva. Ukoliko sud oceni da se svrha naredbe ne može postići bez izricanja ovog pojačanja, tj. plaćanja novčane svote, naredbu sa ovim pojačanjem smatramo da sud ili drugi nadležni organ može izreći i po službenoj dužnosti.

Štetnik će ovu svotu novca, kao pojačanje naredbe, izmirivati prvog dana po bezuspešnom isteku ostavljenog roka za prestanak radnje, odnosno prvog dana po isteku svakog vremenskog termina, ako je plaćanje određeno po jedinicama vremena.

Pri izricanju novčanog iznosa kao pojačanja naredbi odnosno izvršenja naredbe, sud, odnosno drugi nadležni organ mora voditi računa o pravilnom odmeravanju visine novčanog iznosa kao pojačanja i mogućnosti korekcije, jer može se desiti da štetnik, i pored pravilno odmerenog iznosa, plaća taj iznos i neće da postupi po naredbi, što oštećenom ne odgovara. U tom i takvom slučaju, sud, ili drugi nadležni organ, morao bi izmeniti odluku bilo zamenom ukupnog iznosa obavezom, obavezom plaćanja novčanog iznosa po jedinici vremena, bilo povećanjem iznosa već izrečenog po jedinici vremena. Ovo sa razloga što je plaćanje sudskih penala efikasnije u praksi nego druge mere. Isto tako član 157. stav 2. ZOO ne imenuje ovu svotu kao naknadu koja bi imala smisao naknade štete, već kao meru za postizanje svrhe naredbe radi pres-

¹². Redaktori: S. Perović, D. Stojanović Komentar ZOO Beograd, 1986. str. 494

tanka radnje kojom se povređuju prava ličnosti, a u čemu je i posebnost ove zakonske odredbe.

3. Postupak zaštite ličnih prava

Ako je lično dobro ugroženo ili povređeno, titular ga može zaštititi podnošenjem tužbe za uklanjanje stanja povrede ličnog prava, tužbom za propuštanje radnje kojom se povređuje pravo ličnosti i tužbom za naknadu štete. Titular ličnog prava će po pravilu koristiti tužbu za propuštanje, a koju pominje i Zakon o obligacionim odnosima. Pretpostavka za ovu tužbu je da postoji verovatnoća da će radnja kojom se povređuje lično dobro biti preduzeta ili već preduzeta radnja biti ponovljena.

Tužba za propuštanje (*quasi negatoria*) je preventivna tužba čiji je cilj da se spreči radnja kojom se može povrediti pravo ličnosti i uspostavi stanje suprotno pravu ličnosti kao i zabrana dalje povrede ako se radnja povrede ponavlja. Pretpostavke za ovu tužbu su da postoji verovatnoća da će radnja kojom se povređuje lično dobro biti preduzeta ili već preduzeta radnja biti ponovljena. Prema Zakonu o obligacionim odnosima sud će na zahtev povređenog lica narediti prestanak radnje kojom se povređuje njegovo pravo ličnosti pod pretnjom plaćanja izvesne svote novca u korist povređenog, ako tuženi ne prestane sa povredom.¹³ I ako je u Zakonu o obligacionim odnosima sistematizovana u okviru odredbi o šteti, tužba za propuštanje ne zavisi od pretpostavke za deliktnu odgovornost. Isto važi i za Građanski zakonik Mađarske i Poljske

Za sudsko izvršenje odluke kojom se naređuje prestanak radnje kojom se povređuje pravo ličnosti dolaze u obzir propisi- čl. 220. i 221. Zakona o izvršenju i obezbeđenju (izvršenje obaveza na činjenje, nečinjenje ili trpljenje).¹⁴ Takođe budući da zakon predviđa prestanak radnje kojom se povređuje pravo ličnosti pod pretnjom plaćanja izvesne novčane svote u obzir dolaze i pravila o sudskim penalima - čl. 294. ZOO i čl. 52. Zakon o izvršenju i obezbeđenju.

4. Uporedno pravo

Po uzoru na posebnu ustanovu francuskog prava poznatu pod imenom „*astreinte*“ koja predviđa neku vrstu civilne kazne koja se izriče u cilju uticanja na povredioca da prestane sa radnjom kojom se povređuje pravo ličnosti doneta je i odredba (čl. 157. st. 2. ZOO). Ustanovu „*astreinte*“ formirala je

¹³ Videti čl.157. Zakona o obligacionim odnosima

¹⁴ Videti Zakon o izvršenju i obezbeđenju Sl. gl.R S. br. 31/ 2011.

sudska praksa. Prema odluci civilnog odeljenja Kasacionog suda „*astreinte*„ je mera prinude čiji je cilj suzbijanje otpora povredioca da izvrši sudsku odluku, pretnja sa kaznom koja se kada se izriče određuje prema stepenu krivice dužnika koji daje otpor i prema njegovim mogućnostima. Po stanovništu Kasacionog suda izrečena kazna i naknada štete se mogu kumulirati.¹⁵ Isto pravilo zastupljeno je u pravu Mađarske i Poljske.

U nemačkom pravu prestanak radnje kojom se povređuje pravo ličnosti može se narediti ako je nastalo određeno trajnije stanje, kod radnje kojom se pravo ličnosti „povređuje“. Radi se o tome da se sa radnjom prestane, da se zadiranje više ne čini. To je u stvari tužba kojom se traži zabrana dalje povrede, propuštanje, tzv. „*Unterlassungsklage*“.¹⁶

U Republici Sloveniji obligacionopravna zaštita prava ličnosti regulisana je u Obligacijskom zakoniku.¹⁷ U članu 134. st.1 navedenog zakonika predviđeno je da „Svako ima pravo zahtevati od suda ili drugog nadležnog organa da naredi prestanak radnje kojom se povređuje integritet ljudske ličnosti, ličnog i porodičnog života i drugih prava njegove ličnosti, da zabrani takvu radnju ili da odstrani njene posledice.“ Znači zakonodavac je predvideo ne samo da se prestane sa povredom i da se uzdrži od daljih povreda već i da se ukloni stanje nastalo povredom ličnih prava i uspostavi pređašnje stanje.

U Republici Hrvatskoj obligacionopravna zaštita prava ličnosti regulisana je u Zakonu o obveznim odnosima.¹⁸ U članu 1046. Zakona o obveznim odnosima Hrvatske na postojeći tekst (čl. 155 ZOO). dodate su reči: kao i povreda prava osobnosti (neimovinska šteta). Dakle zakonodavac je proširio pojam štete u odnosu na pojam štete predviđen u članu 155. Zakona o obligacionim odnosima Republike Srbije, tako što pod štetom podrazumeva pored obične štete, izmakle koristi i nematerijalne štete i štetu nastalu povredom prava ličnosti.

5. Zaključak

Prava ličnosti Zakon o obligacionim odnosima reguliše u članovima 157. 199 i 200. st. 1. u Odeljku 2. koji govori o prouzrokovanju štete. Smatramo

¹⁵ B. Blagojević, V. Krulj, op.cit. str.434.

¹⁶ ibidem

¹⁷ Uradni list Republike Slovenije br. 81/2001.

¹⁸ Narodne novine Hrvatske, br br.35/05,41/08 i 125/2011.

da je takvo regulisanje nedovoljno, i da ga treba proširiti i na članove 155, i 156. navedenog zakona.

Naime, zakonodavac definiše nematerijalnu štetu veoma usko: govori samo o nanošenju drugom fizičkog ili psihičkog bola ili straha (čl. 155. ZOO). Trebalo bi primeniti pravilo koje važi u Republici Hrvatskoj i nematerijalnu štetu proširiti i na štetu kod ugrožavanja i povreda prava ličnosti.

Isto rešenje bilo je sadržano i u članu 124. Skice za zakonik o obligacijama i ugovorima, gde se pod štetom podrazumevala prosta šteta, izmakla dobit, moralna ili neimovinska šteta kao i povreda prava ličnosti. Istu koncepciju prihvata i član 168. Prednacrt Građanskog zakonika Republike Srbije iz 2009. godine, koji na postojeći tekst (čl. 155 ZOO) dodaje reči “nego i povreda svakog zakonitog interesa, kao i povreda prava ličnosti.”

Zakon o obligacionim odnosima u (čl. 156. st. 1 i 2.) koji govori o zahtevu za uklanjanje opasnosti od štete, lična prava ne spominje, mada smatramo da se može primeniti i na zaštitu u slučaju člana 157. st. 1. ZOO, koja zaštita je usmerena ka otklanjanju opasnosti od povreda prava ličnosti, primenom pravne analogije.

Zaštita prava ličnosti, predviđena članom 157. ZOO, samo je delimična zaštita tih prava, koja se dobija na osnovu navedene tužbe za propuštanje. Kompletna zaštita tih prava u slučaju njihove povrede mnogo je šira i ona prelazi granice i mogućnosti njihove zaštite, koju im može dati ZOO.

Odredba člana 157. st. 1 i 2. ZOO omogućava preventivna zaštitu (zahtev za propuštanje radnje kojom se vređa pravo) i posteriornu zaštitu (uklanjanje stanja povrede ličnog prava). Isto tako član 157. st. 2 je mera za obezbeđenje da će presuda po zahtevu za povredu prava ličnosti ako je doneta biti izvršena, a s druge strane kazna za slučaj da tuženi po njoj ne postupi.

Takođe, odredba čl 157. ZOO je prvenstveno moralna, a manje pravna norma, koju nalazimo među opštim načelima ZOO o prouzrokovanju štete. Pojmovi u pravu ličnosti kao što su „ličnost“, „dostojanstvo“, „čast“, „identitet ličnosti“ itd na to ukazuju.

Zahtev da se prestane sa povredom prava ličnosti (čl.157. ZOO) nalazi se u odeljku koji govori o prouzrokovanju štete, kao što smo već naveli no ovde se ne radi o naknadi štete već o određenim merama koje imaju za cilj smanjenje nastale štete ili sprečavanja buduće štete.

Na kraju treba napomenuti da zaštitu prava ličnosti ne treba tražiti samo u odredbama obligacionopravne prirode, već da odredbe o pravima ličnosti treba tražiti i u drugim zakonskim propisima (npr. propisima o autor-

skom pravu i pravu industrijske svojine, propisima o izdavačkoj delatnosti, sredstvima javnog informisanja itd).

Literatura

Stojanović, D. (1988), *Uvod u građansko pravo*, Beograd: Savremena administracija.

Stanković O., Vodinelić V. (1996), *Uvod u građansko pravo*, Beograd: Homos.

Popov, D. (2009), *Građansko pravo*, Novi Sad:

Novaković, M. (ur.) (1979), *Ugovorno i odštetno pravo po ZOO*, zbornik radova, Beograd.

Perović, S., Stojanović, D. (ur.) (1986), *Komentar ZOO*, Beograd.

Narodne novine Hrvatske, br. 35/05, 41/08 i 125/2011

Uradni list Republike Slovenije br. 81/2001

Ustav Republike Srbije, Sl. gl. Republike Srbije br. 98/06.

Zakon o izvršenju i obezbeđenju Sl. gl. R. S. br. 31/ 2011

Zakon o obligacionim odnosima

UDK: 321:316.774

**KONTROLA RADA ORGANA JAVNE VLASTI
KAO TEMELJ VLADAVINE PRAVA (MEDIJSKI UTICAJI)****CONTROL OF PUBLIC AUTHORITIES AS A BASIS
OF THE RULE OF LAW (MEDIA INFLUENCES)**

dr DRAŽEN CERović, docent
Pravni fakultet, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: Kontrola rada organa javne vlasti, javlja se kao imperativ vladavine prava u svim pravno političkim sistemima. Svaki, pa i najbolje ustrojen sistem, podložan je greškama, zloupotrebama, necjelishodnostima u radu, kao i raznim drugim deformitetima do kojih može doći. Sve pomenuto, u krajnjem doprinosi narušavanju javnog interesa, na štetu građana konkretne države. Kontrola rada organa javne vlasti, vrši se i od strane javnog mnjenja, što se posebno izražava u pisanju štampe i obavješćavanju građana od strane drugih sredstava javnog informisanja, tipa televizije, radija i u posljednje vrijeme najraznovrsnijih oblika internet komunikacije. Novi oblici informisanja, neminovno osvajaju sve veći dio medijskog prostora. Internet portali, on line novine, forumi, moćne socijalne mreže, samo su dio repertoara sredstava, kojima se sve više formira javno mnjenje. Ova sredstva konstantno potiskuju klasične načine informisanja, jer su novi načini brži, efikasniji i po pravilu besplatni, a ta tri razloga su u svojoj sinergiji i više nego dovoljni da doprinesu ustanovljavanju stabilnog kruga njihovih korisnika. Kontrola rada organa vlasti od strane javnog mnjenja, tako dobija svoju sasvim novu dimenziju, jer savremeni vidovi komunikacije i prenošenja informacija djeluju potpuno drugačije u odnosu na klasične medije. Njihova brzina i efikasnost, laka dostupnost i besplatnost, čine ih superiornim sredstvom informisanja javnosti, a time i kreiranja javnog mnjenja. Neotrebno je podsjećati koliko je u današnjem vremenu za različite strukture u organima vlasti neophodna podrška javnosti i što znači njen izostanak ili smanjivanje u većem obimu.

Ključne riječi: Kontrola, Javna vlast, Vladavina prava, Pravna država, Mediji, Demokracija

Abstract: *The control of public authorities, has been emerging as an imperative of the Rule of Law in all legal and political systems. Any, even the best organized system, is subject to errors, misuses, inconsistencies in work, as well as to all other deformities that can occur. All of this ultimately contribute to the undermining of the public interest, to the detriment of the citizens of a particular state. The control of public authorities, is being carried out by public opinion, which is particularly expressed in the press and informing the citizens throughout the other media, the type of television, radio and, recently, in most diverse forms of Internet communication. New forms of media inevitably conquer much of the media space. Internet portals, on-line newspapers, forums, powerful social network, all of this is only a part of the repertoire of resources, which are increasingly forming public opinion. These means constantly push traditional ways of information, because the new models are faster, more efficient and generally free, and these three reasons in their synergy and more than enough to contribute to the establishment of a stable circle of users. In that manner, control of public authority by public opinion, gets its completely new dimension, because the contemporary ways of communication and transmission of information act completely differently than traditional media. Their speed and efficiency, easy availability and gratuitousness, make them superior means of informing the public, and thus the creation of public opinion. There is no need to remind that nowadays for different structures in government and public support is needed, which also means its absence or reduction on a large scale.*

Key words: Control, Public Authority, Rule of Law, Legal State, Media, Democracy

1. Uvod

Kontrola rada organa javne vlasti, javlja se kao imperativ vladavine prava u svim pravno političkim sistemima. Svaki, pa i najbolje ustrojen sistem, podložan je greškama, zloupotrebama, necjelishodnostima u radu, kao i raznim drugim deformitetima do kojih može doći. Sve pomenuto, u krajnjem doprinosi narušavanju javnog interesa, na štetu građana konkretne države.

Pod kontrolom se u najširem smislu podrazumijeva ocjena postignutog rezultata. U užem smislu, pod kontrolom se podrazumijeva posebna aktivnost trajnog praćenja realizacije postavljenih zadataka i poslova i upoređivanje ostvarenih rezultata sa postavljenim ciljem, uz mogućnost korektivnog uticaja u slučaju odstupanja.¹ U tom smislu, kontrola uopšte predstavlja jednu *trajnu djelatnost brižljivog i sistematskog posmatranja i ocjenjivanja nekog tuđeg rada*.² Izrazi *kontrola* i *nadzor* u suštini su sinonimi i znače isto.

Tradicionalno, kada govorimo o kontroli organa javne vlasti, vrši se razlikovanje između pravne i političke kontrole (nadzora). U tom smislu, pravni nadzor je u materijalnom smislu kada se nadzorna vlast ograničava na pravne momente, kad ocjenjuje saglasnost akata sa važećim pravnim propisima, kada gleda samo da rad i postupak organa nije došao u sukob sa objektivnim pravnim normama. Politički je kad nadzorna vlast može da cijeni i cjelishodnost radnji organa, kad ispituje da li su oni u skladu sa nekim višim, opštim interesima. Prvi nadzor zove se kontrola zakonitosti ili legaliteta, a drugi kontrola cjelishodnosti ili oportuniteta.³

Kad se radi o kontroli rada organa javne vlasti, obično mislimo na kontrolu rada uprave, budući da ona kao izvršna vlast najčešće i krši prava građana, pravi greške, sprovodi zloupotrebe, prekoračuje ovlašćenja i tako dalje.

Jedan od uslova da aktivnosti i odluke organa javne vlasti budu uspješno kontrolisani, jeste, pored ostalog i dosljedno sprovođenje principa podjele vlasti.

Princip *podjele i ravnoteže vlasti* znači da u pravnoj državi *vlast mora biti jasno razgraničena i podijeljena na zakonodavnu, izvršnu i sudsku i da između njih mora djelovati princip "ravnoteže vlasti"*. O značaju principa podjele i ravnoteže vlasti, pisao je i Charles Montesquieu u poznatoj pravno-filozofskoj studiji "O duhu zakona" (1748). *Vlast treba podijeliti – kaže Montesquieu – tako da bi se stvorila umjerena vladavina i da bi jedna bila u stanju da odoli drugoj*.

Da bi se očuvala sloboda građanina, potrebno je da u samoj vlasti budu ugrađeni mehanizmi koji će njene različite funkcionalne i organizacione ele-

¹Eugen Pusić, *Nauka o upravi*, Zagreb, 1973, str. 310–321.

²Nikola Stjepanović, Stevan Lilić, *Upravno pravo*, Beograd, 1991, str. 363.

³Uporediti: Lazo M. Kostić, *Nadzor centralne uprave nad samoupravama*, Savremena opština, Beograd, br. 3–4, 1938, str. 71–72., navedeno prema: Stevan Lilić, *Upravno pravo & Upravno procesno pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu – Izdavački centar, Beograd, 2008, str. 272.

mente uzajamno ograničavati, uravnotežavati i nadzirati. U savremenoj pravnoj i političkoj praksi princip "*kočnica i ravnoteže*", (poznat i pod nazivom „sistem teža i protivteža“) između zakonodavne, izvršne i sudske vlasti u parlamentarnom, predsjedničkom ili polupredsjedničkom sistemu vlasti označen je kao "*check and balances*". Princip stroge podjele vlasti postoji u predsjedničkom sistemu SAD. Princip izbalansiranog odnosa između zakonodavne i izvršne vlasti (legislative i egzekutive) postoji u parlamentarnom sistemu vlasti. Sistem jedinstva vlasti postoji u skupštinskom ili konventskom sistemu vlasti i on je danas veoma rijedak u političkoj praksi.

2. Pravna država i vladavina prava

Pravna država je termin koji se koristi i u stručnoj i u kolokvijalnoj upotrebi. Česta i neadekvatna upotreba pojma *pravna država*, naročito u svakodnevnoj političkoj i praktičnoj praksi, prikriva njen smisao i tačno značenje.⁴ Konceptija i pojam pravne države su u značajnoj mjeri tvorevina moderne pravne nauke i liberalne građanske misli "pravno formirane" u borbi sa apsolutizmom i u konfrontaciji sa "policijskom državom" (*Polizeistaat*). *Pravna država* i *vladavina prava* često se koriste kao sinonimi iako to nijesu identični pojmovi. Pravna država i vladavina prava imaju zajedničko socijalno-ekonomsko i teorijsko ishodište - građansko društvo i liberalizam. Izražavanjem pravne forme liberalne države, oba načela ističu neprikosnoveni autoritet prava.

Pojam *vladavine prava* teorijski je uobličio 1885. godine Britanac *Albert Venn Dicey*. Srž vladavine prava se nalazi u pojmu konstitucionalizma kao teorije i prakse ograničene vlasti, tj. vlasti ograničene pravom (*Rule of Supremacy of Law*).⁵ Osnovni problemi ustava su fokusirani na slobode i prava individue, koje ona može da osigura pred sudom. Pred sudom se sa jednakom pravima pojavljuju građani, bez obzira na njihov položaj i status u državi.

Stoga je *jednakost pred zakonom* bitna pretpostavka *vladavine prava*. Time se obezbjeđuje pojedinac od samovolje bilo koje vrste, posebno od neograničene svemoći uprave koja je prinuđena da djeluje u javnom ili opštem interesu.

Vladavina prava u užem smislu podrazumijeva nepostojanje arbitrarnog odlučivanja organa vlasti; drugo, *vladavina prava* podrazumijeva načelo pravne jednakos-

⁴Miodrag N. Simović, web site: www.soros.org.ba/docs_pravo/ustav_txt/prof_dr_miodrag_simovic.doc (pristupljeno: 14. mart 2007).

⁵ Slobodan Perović, *Pravno-filozofske rasprave*, Beograd, 1995, str. 413 i dalje.

ti – koje znači da ne samo što nijedan čovjek nije iznad zakona, već je svako, bez obzira na svoj položaj ili imovno stanje, potčinjen istom zakonu i podliježe nadležnosti redovnih sudova; treće, *vladavina prava znači pravnu sigurnost* - u precedentnom pravu, pravna sigurnost je isto što i poistovjećenje sa individualnom slobodom, shvaćenom kao sloboda od uplitanja bilo koga, uključujući i političku vlast.⁶

U opštem smislu *vladavina prava podrazumijeva načelo "ograničene vlade"*, drugim riječima, *legitimna je samo ona politička vlast koja je ograničena svrhom svog konstituisanja*. U posebnom smislu, vladavina prava izjednačava se sa osnovnim ličnim i političkim pravima i slobodama koje nastaju kao političko-pravni izraz svetosti pravne svojine i slobodne konkurencije. Vladavine prava nema bez nezavisnog položaja sudova i autoriteta prava (*auctoritas iuris*) koje je normativni izraz granica političkoj vlasti.⁷

Princip pravde i pravičnosti ima u vidu aksiološki karakter pravne države. Pravda je temelj pravne države. Nije dovoljno da u jednoj državi postoje zakoni, da je ona precizno pravno normirana već da je u takvoj državi pravda osnov vladavini - *iustitia regnorum fundamentum*. Poštovanje *principa pravednosti* u jednoj pravnoj državi istovremeno znači da se *pravda nikome ne može ni trajno ni privremeno uskratiti* - *iustitia non est neganda, non differenda*.

Pojednostavljeno rečeno, pravna država i vladavina prava se ne mogu izjednačiti. Kao pravna država bi se mogla odrediti država koja ima svoje pravo, to jeste svoj sistem formalno pravnih normi. Sve države na svijetu imaju svoje pravo i svoj pravni sistem, ali ih to po automatizmu ne svrstava u vladavine prava. Uslov je mjera u kojoj je taj sistem pravedan, pravičan i jednak prema svim svojim građanima. Od odgovora na to pitanje zapravo zavisi da li se u konkretnom sistemu može govoriti o postojanju vladavine prava ili ne.

3. Kontrola rada organa javne vlasti od strane javnog mnjenja

Pored međusobne kontrole koju jedna grana vlasti vrši u odnosu na drugu (posebno kontrola parlamenta nad upravom), politička kontrola rada organa javne vlasti, pored ostalog, vrši se i od strane javnog mnjenja, što se posebno izražava u pisanju štampe i obavješćavanju građana od strane drugih sredstava javnog informisanja, tipa televizije, radija i u posljednje vrijeme najraznovrsnijih oblika internet komunikacije.

⁶ O tome više: K. Čavoški, *Pravo kao umeće slobode – Ogled o vladavini prava*, Beograd, 1994, str. 76.

⁷ R.L. Basta, *Politika u granicama prava*, Beograd, 1984, str. 113.

Kontrola od strane javnog mnjenja je izrazito važna i postaje sve značajnija u vremenu elektronskih komunikacija, kada se raspoloženje javnog mnjenja oblikuje i brže i u značajnijoj mjeri, nego što je to bilo prije samo deceniju ili dvije unazad. Moderni mediji, osobito oni bazirani na globalnoj mreži – Internetu postepeno mijenjaju svijet na kakav smo navikli.

Svaka nova vijest se brzinom električnog impulsa širi kroz moderna sredstva komunikacije, donoseći vijest iz najudaljenijeg kraja Planete u domove svih nas. Mogućnosti informisanja su beskrajne, mogućnosti zloupotrebe – takođe. Postajemo sve više kontrolori, ali i kontrolisani. S time što nam je ovo prvo očigledno i lako za osjetiti, pa nam stvara osjećaj moći i dobre informisanosti, a ovo drugo se dešava latentno i gotovo neosjetno.

U sklopu pomenutog, neminovno se mijenjaju i mehanizmi kontrole nad aktivnostima javnih vlasti, kao i odnos tih vlasti sa građanima. Koncept elektronski dostupne vlasti, takozvani *e-Government*, sada umnogome mijenja ne samo percepciju organa vlasti i njihovog rada od strane građana, već doprinosi drugačijem odnosu same vlasti prema građanima kao svojim klijentima. Javna uprava je servisno orijentisana, što znači da služi i štiti interese građana i pravnih lica koja egzistiraju i posluju pod jurisdikcijom konkretne države. Samim time, ona mijenja svoje principe rada pod uticajem opšte modernizacije društva i odnosa unutar njega.

Sa nastankom modernih država i njihovih servisno orijentisanih uprava, postepeno je smanjivana prinuda u radu organa javne vlasti, a danas, u drugoj deceniji dvadeset prvog vijeka, moderna država ide mnogo dalje, proširujući horizonte ljudskih prava, stavljajući koncept prava pojedinca na jedno od glavnih mjesta u sistemu. Načelo zaštite opšteg, to jeste javnog interesa, pitanje je posebnog prioriteta u savremenim državama, ali se u takvim sistemima nikako ne zaboravlja da je javni iliti opšti interes zapravo skup pojedinačnih interesa svakog građanina ponaosob. U toj svojoj ukupnosti, pojedinačni interesi zajedno čine interes zajednice, odnosno javni interes, koji se štiti i unaprijeđuje svim raspoloživim metodama.

Odnos organa javne vlasti i građana, u takvim uslovima, drastično se mijenja u korist pojedinačnih prava. Servisna orijentisanost, u prvom redu javne uprave, reflektuje se na svim poljima. Rad vlasti postaje transparentniji, interakcija uprave i građana – pojedinaca u procesu donošenja odluka se konstantno povećava. Procesu postaju demokratskiji, a vlast sve više vodi računa o mišljenju svojih građana.

Nezaobilazno pitanje u takvim kretanjima, predstavljaju mediji u najširem smislu riječi. Televizija, radio, štampani mediji i dalje imaju svoju moćnu, tradicionalnu ulogu u procesu kreiranja javnog mnjenja.

Međutim, čitav niz novih oblika informisanja, neminovno osvaja sve veći dio medijskog prostora. Internet portali, on line novine, forumi, moćne socijalne mreže, samo su dio repertoara sredstava, kojima se sve više formira javno mnjenje. Pomenuta sredstva konstantno potiskuju klasične načine informisanja, jer su novi načini brži, efikasniji i po pravilu besplatni, a ta tri razloga su u svojoj sinergiji i više nego dovoljni da doprinesu ustanovljavanju stabilnog kruga njihovih korisnika.

Činjenica, koja možda najbolje ide u prilog navedenog, jeste podatak da moćne socijalne mreže poput *Twitter*-a ili *Facebook*-a imaju na stotine miliona korisnika, koji se informišu najvećim dijelom posredstvom tih mreža. Upoređenja radi, broj od više stotina miliona korisnika, nezamisliv je bilo kojem štampanom mediju, radio stanici, pa i ogromnoj većini televizija.

Kontrola rada organa vlasti od strane javnog mnjenja, tako dobija svoju sasvim novu dimenziju, jer savremeni vidovi komunikacije i prenošenja informacija djeluju potpuno drugačije u odnosu na klasične medije. Njihova brzina i efikasnost, laka dostupnost i besplatnost, čine ih superiornim sredstvom informisanja javnosti, a time i kreiranja javnog mnjenja. Nepotrebno je podsjećati koliko je u današnjem vremenu za različite strukture u organima vlasti neophodna podrška javnosti i što znači njen izostanak ili smanjivanje u većem obimu.

Sljedstveno tome, jasno je koliko se ovdje otvara prostor za vršenje kontrole nad radom javnih vlasti i usklađenošću njihovih aktivnosti sa javnim interesom.

Sve navedeno, naravno podrazumijeva postojanje objektivnih medija, lišenih senzacionalizma i usmjerenih na objektivno izvještavanje.

U današnjem vremenu, objektivnost medija na žalost nije čest slučaj. Njihova borba (uključujući i nelegitimna sredstva) za poziciju na medijskom tržištu, obezbjeđenje profita i perspektiva ostvarivanja ekstra profita, zavodljive su za mnoge medije. Zato se se sve češće puno njih okreću tabloidnom izvještavanju, „žive” od afera koje nerijetko i izmišljaju. Tada neminovno strada objektivnost, a sljedstveno tome i mogući pozitivan uticaj koji ostvaruju mediji.

Danas oni nažalost sve više postaju sredstvo obračuna sa neistomišljenicima, oružje diskreditacije, potkopavanja nečijeg ugleda i uticaja, a sve zarad

ostvarivanja profita, zadobijanja pozicije na tržištu koja određenom mediju objektivno ne pripada, i tome slično.

U mnogim sredstvima javnog informisanja, koji sebe predstavljaju kao nezavisne, ima puno onih koji su spremni da plasirajući neprovjerene ili čak direktno lažne tvrdnje, koristeći vokabular koji je na samoj ivici pristojnog, diskredituju nekog sa kime se ne slažu ili im taj „nije po volji“. Tabloidna difamacija pojedinih javnih i ostalih ličnosti u medijima postaje svakodnevice.

Dio javnosti, u velikoj mjeri nepripremljen za razlikovanje nezavisnog, objektivnog i demokratskog medija od onog senzacionalističkog, tabloidnog i zlonamjernog, često ovome drugom olako daje epitet nezavisnog.

Izgleda da je razlog – efekat koji takvi mediji žele postići „napadačkom“ terminologijom koju koriste smišljeno zbog privlačenja pažnje, pa se zato needukovanom oku i uhu dojme kao hrabri i nezavisni.

Pri tome, ovakvom više nego površnom opažanju dijela javnosti, izmiču prave namjere takvih medija, koje se svode na sticanje profita, a nerijetko i političke moći nelegitimnim sredstvima. Procentualno mali broj građana percipira tu problematiku na ispravan način, što svakako ima svoj negativan efekat.

Poređenja radi, u državama sa velikom tradicijom u poštovanju novinarskih kodeksa i pravnih propisa u oblasti medijske sfere, nezamislivo bi bilo „prozvati“ neku javnu ili bilo koju drugu ličnost i optužiti je u medijima za nešto što je navodno učinila, bez „minimum pravosnažne sudske presude“ koja to potvrđuje!⁸ Nažalost, u ovdašnjem novinarstvu, slične ili iste stvari su svakodnevne pojave i kao takve ozbiljno bacaju sjenku na povjerenje u izvještavanje domaćih medija.

Konačno, i sam termin „nezavisni medij“, treba uzimati sa potrebnom rezervom i oprezom. Od koga nezavisan? Od čega nezavisan? Da li je to nezavisnost samo od političke pozicije (vlasti) ili i od opozicije (parlamentarne ili vanparlamentarne). Da li se pod „zavisnošću“ može podrazumijevati istovremeno i zavisnost od različitih centara moći, krupnog kapitala, različitih kompanija, biznis korporacija sa političkim pretenzijama, pa čak i kriminalnih grupacija?! Da li se između demokratije i anarhije može povući znak jednakosti, kao što mnogi danas pokušavaju, a nažalost i uspijevaju? Sva ta pitanja traže precizne odgovore. Te odgovore moraju u sadejstvu dati teorija i praksa,

⁸ Boro Krivokapić, novinar i pisac, intervju na Atlas TV, emisija *Živa istina*, 26. oktobar 2012., web site: <http://www.youtube.com/watch?v=KM0bXsq64eU>

a epilog ne smije biti ni na štetu slobodne riječi, ali takođe ni na štetu ukupnog društva, koje je „zasuto” mnoštvom tabloidnih medija i u velikoj mjeri „kontaminirano” njihovim načinom izvještavanja i mišljenja koje mu se time „servira”.

Ako bismo pojam nezavisnosti medija odredili kao kombinaciju objektivnosti izvještavanja i nepriklanja niti jednoj od političkih, ili bilo kojoj od drugih interesnih grupacija, tada bi broj medija koji su istinski nezavisni doista bio mali.⁹

4. Zaključak

I u ovakvim, suženim uslovima, mora se tražiti manevarski prostor za što djelotvorniju kontrolu rada organa javne vlasti. Niti jedan model kontrole nikada i ne može imati savršene uslove za primjenu, ali to ne smije biti izgovor da se ne učini sve što je moguće, kako bi kontrola na najbolji mogući način mogla funkcionisati u postojećim okolnostima, a sve u cilju obezbjeđenja odgovornog rada vlasti. Kvalitetan monitoring procesa donošenja odluka od strane vlasti, jedna je od osnovnih pretpostavki demokratije i ustanovljavanja modernih država i njihovih pravno političkih sistema.

Među najvažnijim koracima u tome pravcu jeste formiranje javnog mnjenja na bazi provjerenih, tačnih i istinito navedenih podataka u sredstvima javnog informisanja. Osnov donošenja svake ispravne odluke, jeste tačno utvrđeno činjenično stanje. Čuveno logičko pravilo koje glasi: „sagledajte činjenice onakve kakve jesu, analizirajte ih i izvucite zaključke iz njih, ma kakvi oni bili”, i te kako važi u slučaju objektivnog i istinitog informisanja javnosti, kao podloge za kvalitetnu kontrolu rada organa javne vlasti.

Literatura

Cerović, Dražen, *Značaj saradnje ombudsmana i medija*, Medijski dijalozi, časopis za istraživanje medija i društva, Godina 5, broj 11, Podgorica, 2012.

Kostić, Lazo M., *Nadzor centralne uprave nad samoupravama*, Savremena opština, Beograd, br. 3-4, 1938.

Lilić, Stevan, *Upravno pravo & Upravno procesno pravo*, Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu – Izdavački centar, Beograd, 2008.

⁹ O tome opširnije: Dražen Cerović, *Značaj saradnje ombudsmana i medija*, Medijski dijalozi, časopis za istraživanje medija i društva, Godina 5, broj 11, Podgorica, 2012, str. 247-249.

Nassis, C., *Good Administration in the European Union*, European Public Law Series, London: Esperia Publications Ltd, 2009.

Perović, S., *Pravno-filozofske rasprave*, Beograd, 1995

Pusić, Eugen, *Nauka o upravi*, Zagreb, 1973

Steiner, J., *EU Law*, Oxford: University Press, 2006.

Stjepanović, Nikola, Lilić, Stevan, *Upravno pravo*, Beograd, 1991.

Wade, H. W. R, *Administrative Law*, 5. ed., Oxford, 1982.

Wyatt, D. and Dashwood, A., *European Union Law*, London: Sweet and Maxwell, 2006.

MEDIJSKO PROJEKTIRANJE EMOCIJA

THE MEDIA PROJECTING OF THE EMOTIONS

dr DAMIR KUKIĆ, vanredni profesor
Pedagoški fakultet Univerziteta u Zenici

Apstrakt: *Televizijska sapunica je žanr bez kojeg se ne može zamisliti današnja televizijska produkcija. Sapunica predstavlja elektronsku bajku koja svojim sadržajem privlači publiku i oglašivače. Njihova atraktivnost donosi ogromnu zaradu, pa su sapunice veoma bitan element moderne televizijske industrije koja preferira konzumerističku orijentaciju.*

Ključne riječi: *Sapunica, bajka, žanr, produkcija, profit*

Abstract: *The television soap opera is genre without which we can not imagine today's television productions. Soap opera is an electronic fairy tale that draws audiences and advertisers. Their attractiveness brings enormous profits, so the soap opera is a very important element of the modern television industry that prefers consumerist orientation.*

Key words: *Soap Opera, Fairy Tale, Genre, Production, Profits*

1. Uvod

Kada su mještani jednog sela u Bosni i Hercegovini, tokom 1998. godine, pokrenuli inicijativu da se počnu prikupljati sredstva za operaciju Esmeralde, bilo je jasno da se i u Bosni i Hercegovini, u kulturološkom smislu, dešava nešto veoma bitno. Esmeralda, lik iz istoimene sapunice, koja se te godine emitirala na programima nekoliko bosansohercegovačkih televizija, u jednoj od brojnih epizoda je oslijepila. Redovni gledaoci te serije nisu mogli ostati ravnodušni spram sudbine tog virtualnog lika, pa su odlučili organizirati humanitarnu pomoć.

Moguće je ovu zabunu i neobično preplitanje sudbina, u kojoj virtualna stvarnost zamjenjuje realnost u kojoj žive i pomenuti mještani i gledaoci sapunice, odnosno u kojoj živi i glumica Leticia Calderon koja glumi Esmeraldin lik, objašnjavati groznom političkom i ekonomskom situacijom u Bosni i Hercegovini koja je tek izašla iz teškog rata. Možda su gledaoci bježeći od očajne i sumorne stvarnosti, na neki način, tražili utjehu i nadu u identifikaciji s nekim ko zaslužuje i treba pomoć.

Bez obzira šta je od ovog tačno, izvjesno je da je od tog trenutka i Bosna i Hercegovina stupila u globalnu zajednicu koju, između ostalog, karakterizira svakodnevna produkcija i recepcija brojnih televizijskih sapunica. Gledanost pomenute sapunice, a posebno sapunice Divlji anđeo (Muneca Brava) koja se emitirala 2001. ugrozila je i gledanost najvažnijih informativno-političkih emisija, najavljujući dolazak jednog novog televizijskog žanra, kao i najavljujući jednu novu karakteristiku bosanskohercegovačkog društva koje više neće biti samo (pred)političko nego i potrošačko.

U tom kontekstu bitno je istaknuti da su televizijski sadržaji i dalje najgledaniji i najpopularniji medijski sadržaji uprkos pojavi novih medija i digitalne komunikacije. Televizijska produkcija je, već decenijama, veoma razvijen element kulturne industrije i djelatnost koja donosi ogromnu zaradu. Posljednjih godina, u toj produkciji, novost predstavljaju različiti reality programi. Međutim, televizijske sapunice su i dalje vodeći oblik industrije koja je vrlo atraktivna za međunarodnu saradnju i koja donosi enormne profite.

2. Elektronska bajka

Televizijska sapunica predstavlja serijsku dramu koja se prikazuje u dužem vremenskom periodu (čak i nekoliko godina) "sa kontinuiranom pričom koja se bavi porodičnim temama, ličnim ili porodičnim odnosima, i ima ograničen broj stalnih likova."¹ Ono što jeste dominantna odlika sapunice, u odnosu na druge televizijske serije, sadržano je u činjenici da pojedine epizode u sapunicama nemaju definiran kraj, odnosno epizode nisu završene cjeline nego se naracija nastavlja i u narednim epizodama.

U sapunicama se često ne odvija samo jedna priča. Naprotiv, nekoliko paralelnih priča je isprepleteno, epizode se završavaju bez katarze tako da ostaje dramatika jednog ili više nedovršenih događaja. Struktura sapunice ima prepoznatljive komponente – početak epizode obilježava poziv na njeno gle-

¹ McQueen, David (2000) : *Televizija – medijski priručnik*. Beograd : Clio., str. 50.

danje a to je *udica* (*hook*) kojom se označava nastavak priče iz prošle epizode; epizoda se, uglavnom, završava dramatičnim prekidom radnje tako da se neizvjesnost nastavlja, a pažnja gledalaca usmjerava prema narednim epizodama.

Ove karakteristike sapunica su veoma bitne jer one određuju njihovu poziciju u televizijskoj produkciji i u televizijskoj industriji. Naime, u odnosu na druge serije (komedije i policijske serije) televizijske sapunice su jednostavnije za produkciju i pisanje novih scenarija. Pisanje scenarija za sapunice je olakšano zato što :

- u sapunicama se epizoda može završiti otvorenim krajem, odnosno ne mora se pronaći rješenje za priču (ili više njih); u drugim televizijskim serijama, pisci scenarija imaju znatno kompliciraniji zadatak jer u svakoj epizodi moraju osmisлити završetak priče;

- u sapunicama je lako mijenjati sadržaj i intenzitet priče što omogućava i piscima scenarija i čitavom timu za produkciju fleksibilniji odnos spram obaveze da gledaocima predoče šta će se desiti s glavnim likovima.

Inače, televizijske sapunice su, kao i neki drugi televizijski žanrovi, nastale u okviru radijske produkcije. Izraz „soap opera“ je, tridesetih godina XX stoljeća, označavao radijske reklame koje su plaćali proizvođači sapuna i praškova za pranje, među kojima je najznačajnija firma bila „Procter and Gamble“. Ove radijske reklame su se emitirale u blokovima i trajale su do 15 minuta, a govorile su, uglavnom, o problemima žena prilikom obavljanja kućanskih poslova.

Ovaj pojam „soap opera“ je asociirao na melodramu iz popularnog muzičkog žanra. Upravo je povezanost ovih prvobitnih sapunica, emitiranih na radiju, sa ženama i njihovim problemima, te sa emocijama i melodramatičnim trenucima, utjecao na kasnije sadržaje i formu televizijskih sapunica, kao i na ideju da su televizijske sapunice žanr kreiran isključivo za žensku populaciju. U svakom slučaju, sapunske opere su se pedesetih godina XX stoljeća s radija preselile na televiziju i, tokom proteklih decenija, postale neizostavna komponenta masovne i medijske kulture.

Jedna od formi TV sapunica jeste telenovela. Ovaj žanr je veoma popularan u zemljama Južne Amerike i označava kontinuiranu ljubavnu priču, punu prepreka, zapleta i problema koji se razrješavaju sretnim završetkom.

Neke od ključnih razlika između sapunica (američkih) i telenovela mogu biti²: „1) telenovela ima ograničeno trajanje (obično oko 7 mjeseci), dok sapunica traje bez jasno definisanog kraja radnje (sezone emitovanja); 2. telenovela je proizvod izmišljen za *prime-time*, dok sapunica nije primarno *prime-time* proizvod; 3. zlo, prepreke, intrige, prevare, nevjerstva su prepreke koje će na kraju telenovele garantovati uspjeh protagoniste...”

Bez obzira na određene razlike, u žanrovskom smislu, i sapunice i telenovele predstavljaju fiktivne ljubavne priče, pune emocija i melodramatskih zapleta i kao takve funkcioniraju kao moderne elektronske bajke. Ove elektronske priče nas često podsjećaju na nešto što je već viđeno i što je već ispričano. Sadržaji sapunica, odnosno fabule priča, izgledaju tako poznato i prepoznatljivo. Ali, to je upravo jedna od karakteristika sapunica koje ovaj žanr čine tako atraktivnim za publiku.

Naime, prepoznatljivost tih priča ima svoju bajkovitu, odnosno mitsku podlogu – te priče nam izgledaju kao vječne teme koje su prisutne u svim društvima i u svim vremenima. Ta dimenzija sapunica predstavlja svojevrsnu elektronsku utopiju, ili elektronski mit u kojem svaki gledalac može vrlo jednostavno pronaći motiv i lik za identifikaciju. Na taj način, već poznate priče, sada kreirane televizijskim jezikom, postaju prihvatljive za publiku jer se uz njih ta publika osjeća ugodno i sigurno.

Osim toga, sadržaji sapunica, ispričani televizijskim jezikom koji producira mitske i arhetipske kontekste, omogućavaju funkciju *bezazlenog duha* i reduciranje naše kritičke sposobnosti, a na osnovu toga i ugodno i bezbrižno prepuštanje tim sadržajima. To jednostavno znači da praćenje sapunica ne zahtijeva napor jer one svojim predvidivim dramaturškim zapletima nude dovoljnu količinu (kič) emocija tako da se publika može zabaviti i, na određeno vrijeme, napustiti svoj realan život. Mnoge gledaoce upravo i privlači ova jednostavnost i predvidljivost zapleta u sapunicama.³

Zapleti u sapunicama nastaju u prepoznatljivim situacijama kao što su : ljubavni zaplet (dvoje ljudi koji se vole su razdvojeni, ali se sve završava sretno); trougao (pojavljuje se i treća osoba koja narušava harmoniju); transformacija (princip Pepeljuge, odnosno situacija u kojoj dolazi do promjene glavnog lika, naravno, u pozitivnom smislu); osveta (čest motiv i zaplet u sapuni-

² O ovome vidjeti više : Panjeta, L.; Mazziotti, N.; Spahić, B.; Sanchez, L. (2005): *Telenovela – Fabrika ljubavi: Uvod u žanr i produkciju*. Sarajevo: Naklada Zoro, HEFT Sarajevo; str. 54.

³ McQueen, David, cit. djelo, str. 61.

cama); povratak i žrtvovanje (zapleti koji se temelje na temama i evokacijskoj strukturi koja asocira i na religijske motive i tradicionalne vrijednosti).

Sapunice svoju popularnost i gledanost ostvaruju na osnovu :

- neprekidnog emitiranja (veliki broj epizoda; emitiranje različitih sapunica)
- prikazivanja ljubavnih problema sa sretnim završetkom
- prikazivanja realnih, životnih problema
- završetku epizoda s otvorenim krajem (napetost, iščekivanje)
- melodramatske linije radnje i višestrukim zapletima i sukobima.

Na osnovu svog bajkovitog sadržaja i predvidljivog razvoja događaja, sapunice su postale veoma popularan televizijski žanr. Od pedesetih godina, kada su se pojavile na televiziji, pa do danas ovaj žanr je prošao nekoliko faza. Ona posljednja, faza transnacionalizacije označila je situaciju u kojoj je televizijska sapunica postala globalni fenomen. Pojedini autori smatraju da je emitiranjem američkih serija „Dinasty“ i „Dallas“ otpočeo proces globalizacije u domenu masovne komunikacije.

U svakom slučaju, televizijske sapunice danas predstavljaju veoma važnu komponentu sadržaja i komercijalnih, ali i javnih televizija i to bez obzira da li je riječ o (ne)razvijenim zemljama. I Bosna i Hercegovina se našla u tom krugu što je i najavila, odnosno potvrdila priča o organiziranju humanitarne pomoći za Esmeraldu. Televizijske sapunice su postale neizostavan sadržaj brojnih televizijskih stanica i, praktično, današnji je televizijski program nezamisliv bez odgovarajuće svakodnevne doze „sapunske opere“.

3. Atraktivni format

Sapunice su veoma popularna televizijska forma i veoma su tražene na svjetskom tržištu. Jedan od razloga za tu popularnost jeste njihova jeftina produkcija. Relativno niski proizvodni troškovi sapunica počivaju na činjenici da se, uglavnom, koristi isti dekor, studijska oprema, te kostimi. Rijetko se snima izvan studija tako da su *troškovi ispod crte* (pokrivanje stalnih izdataka za studio, opremu, plate tehničara) predvidljivi i fiksni, a to omogućava rutinsku produkciju koja i jeste adekvatna za svakodnevno snimanje sapunica.

Velika popularnost sapunica i njihova gledanost podrazumijevaju i interes oglašivača. Sapunice donose ogromne prihode i zato su značajne i za javne televizije – smatra se da je serija „Priče iz Istočnog Londona“ spasila

BBC od privatizacije.⁴ Sapunice, sa svojim beskonačnim nizom (nepreglednim brojem epizoda) izraženim u različitim formama, jesu jedan, za publiku, prihvatljiv i ugodan vizuelni događaj, a za televizijsku industriju one su proizvod idealno uklopljen u komercijalno dizajniranje vremena i ideja.

Produciranje sapunica se uklapa u jednu konzumerističku estetiku medija, posebno televizije, koja korespondira s idejom autora Antina o *metrici novca*, odnosno s konceptom da „standardizovano televizijsko vreme čini celokupnu programsku, estetsku i profitnu strukturu komercijalne televizije.“⁵ To znači da je vrijeme na televiziji jasno određeno novčanom vrijednošću, te da je to vrijeme standardizirano kako bi kretanje kroz njega bilo olakšano, kako u produkcijskom, tako i u finansijskom smislu.

Televizijski program, na taj način, počiva na osnovi koju čini skala od jednog sata (60 minuta) što, zanimljivo, predstavlja, u velikom broju slučajeva, dužinu trajanja pojedinih epizoda „sapunskih opera“. I ostali televizijski formati, kao što su sadržaji od 30 i 45 minuta, koliko traju neke epizode, izvedeni su iz ove skale. Produkcija sapunica insistira na njihovoj atraktivnosti, dopadljivosti, dizajnu, te privlačnosti glavnih likova radi čega se može zaključiti kako sapunice, i svojom formom i svojim sadržajem, predstavljaju važan element u konzumerističkoj matrici moderne televizijske industrije.

Kao takav element i produkt globalne masovne produkcije sapunice su, već petnaestak godina, prisutne i u televizijskim sadržajima na prostorima Balkana. Ako su, u početku, južnoameričke sapunice bile popularne u ovdašnjim televizijskim programima radi niskih cijena (jedna epizoda je koštala između 150 i 200 dolara) onda se njihova današnja potražnja ne može isključivo vezati za ovaj faktor. Naime, sapunice su, u međuvremenu, zadobile posebno mjesto tako da je današnji televizijski raspored nezamisliv bez emitiranja ove vrste televizijskog proizvoda.

Najpopularnije sapunice, posebno u Bosni i Hercegovini, te u Hrvatskoj, više nisu latinoameričkog porijekla (među kojima su se izdvajale meksičke, brazilske i kolumbijske) nego su to serijali koji su nastali u Turskoj. Svoje mjesto su izborile i indijske sapunice, kao i sapunice domaće produkcije, ali one iz turske televizijske industrije su postale dominantne. Sapunice koje su kupljene u Turskoj, poput „1001 noć“, „Sulejman Veličanstveni“, „Ezel“ i „Sila“, ostvarile su, ili, upravo ostvaruju rekorde u gledanosti.

⁴ O ovome vidjeti Bojd, Endrju, cit. djelo, str. 55.

⁵ Prema Crnobrnja, Stanko (2010) : *Estetika televizije i novih medija*. Beograd : Clio.; str. 184-185.

Tako je, prije dvije godine, jednu epizodu serije „1001 noć“ u Hrvatskoj gledalo 23,6% gledalaca što znači gotovo milijun ljudi. „Sulejman Veličanstveni“ je serija koja se trenutno prikazuje na pojedinim televizijama u BiH i Hrvatskoj (emitiranje je počelo u posljednjim mjesecima 2012. godine i nastavljeno je tokom 2013. godine), a jednu epizodu ove serije u Hrvatskoj je gledalo 21,4% televizijske publike. Pomenute turske sapunice su ugrozile popularnost i gledanost domaćih sapunica tako da je gledanost hrvatske serije „Larin izbor“ oko 14%.⁶

Ono što je posebno interesantno jeste da su sapunice iz Turske znatno jeftinije od sapunica nastalih u domaćoj produkciji. Tako pojedine procjene pokazuju da se cijene turskih sapunica, po epizodi, kreću od 1.400 eura („1001 noć“) do 5.000 eura („Sulejman Veličanstveni“). Iako su te cijene znatno veće od cijena meksičkih sapunica (jedna epizoda košta oko 300 eura) procjene pokazuju da su popularne strane sapunice, u ovom slučaju one iz Turske, još uvijek 4-7 puta jeftinije od sapunica nastalih u okviru domaće televizijske produkcije.

Interesantni su i podaci koji se odnose na period 25 januar – 8 februar 2013. godine o zastupljenosti sapunica u programima pojedinih televizijskih stanica u Bosni i Hercegovini, te u Hrvatskoj. U tom periodu istraživali smo zastupljenost sapunica u programima javnih televizijskih servisa, kao i u programima nekoliko popularnih komercijalnih televizija. Prema tim podacima u programima javnih televizijskih servisa u BiH (BHTV, FTV i RTRS) sapunice zauzimaju oko 11,2% vremena - taj procenat je posebno visok za FTV i iznosi 17,3%.

Ovaj procenat je znatno veći od onog koji pokazuje u kojoj mjeri su sapunice prisutne u programima koji se emitiraju na dva kanala javne televizije u Hrvatskoj (uzorak predstavljaju HRT1 i HRT2). Naime, sapunice predstavljaju oko 3,8% ukupnog programa javnih televizijskih kanala u Hrvatskoj što znači da se sapunice u Bosni i Hercegovini emitiraju skoro tri puta više nego u Hrvatskoj. Ovaj odnos može i treba aktualizirati problem funkcija javnih televizijskih servisa u Bosni i Hercegovini kao i njihov odnos prema potrebama publike.

Što se tiče komercijalnih televizija onda se može reći kako sapunice predstavljaju veoma popularan žanr. Na komercijalnim televizijama u BiH

⁶ Iskazani podaci preuzeti iz dnevnih novina „Jutarnji list“, 04.02.2013., tekst „Hrvate Sulejman košta 5 tisuća eura po epizodi, a ljubav Sile 3 tisuće eura.“

(uzorak je obuhvatio OBN, TV1, PINKBiH i HAYAT) sapunice zauzimaju 27,4% ukupnog vremena (dakle skoro jednu trećinu). Ovi podaci su veoma slični onome što možemo identificirati u programima komercijalnih televizija u Hrvatskoj (NOVATV i RTL) u kojima sapunice čine 23% programa. Sapunice su, posebno, omiljena vrsta programa na OBN-u (oko 39 %) i u sadržajima TV1 (nešto iznad 30%).

Iako se rezultati ovog istraživanja odnose na mali uzorak programa, čije dnevno trajanje često nije precizno određeno, a upitno je i da li se svi sadržaji mogu okvalificirati kao „soap opera“ (jer je teško uspostaviti preciznu klasifikaciju), evidentno je da su sapunice veoma popularan i neizostavan dio televizijskog repertoara. Analiza ukazuje i na činjenice da se sapunice često emitiraju u *prime-time*, kao i da su atraktivnije inostrane sapunice, ali da su prisutne i sapunice domaće proizvodnje čiji broj, inače, raste tokom posljednjih nekoliko godina.

Sapunicama se često pripisuje svojevrsna obrazovna funkcija, kao i određena uloga u procesu socijalizacije. Takva funkcija se dodjeljuje sapunicama u kojima se govori o napredovanju ženskih likova i njihovom uspjehu u društvu (paradigma Pepeljuge) ističući značaj obrazovanja i poštenja tih heroína. Pojedine sapunice su predstavljene kao sadržaji koji ističu određene društvene i političke probleme, pa su, na temelju toga, okvalificirane sapunicama pro-socijalnog tipa.

Međutim, neophodno je sapunice analizirati i na osnovu kritika prema kojima su one kič - program koji manipulira stereotipima i banalnim prizorima i zapletima. Njihova predvidljivost i baratanje lažnim emocijama, koje često prezentira loša gluma, u tom kontekstu, smatraju se jeftinom zabavom i lošim populističkim programom. Takvi stavovi nam pomažu da preciznije odredimo ulogu koju televizijske sapunice imaju u današnjoj globalnoj televizijskoj produkciji.

Njihova radnja, čiji su protagonisti jasno definirani likovi i koja je ispunjena melodramatskim zapletima usmjerenim prema sretnom završetku, jeste kreirana da privuče pažnju gledalaca.

Sapunice, kao neka elektronska utopija, ispunjavaju svakodnevnicu velikom broju ljudi i kompenziraju određene nepravilnosti i nedostatke u realnom životu gledalaca. Televizijske sapunice veoma lako pronalaze vjernu publiku upravo tamo gdje su apatija, beznađe i malodušnost osnovne karakteristike stvarnosti. Ali, tada nije problem samo u tome što publika organizira pomoć za virtualne likove, poput Esmeralde, nego što ta ista publika postaje

neosjetljiva i nemoćna spram životnih problema ljudi iz njihovog stvarnog okruženja.

4. Zaključna razmatranja

Televizijska produkcija i dalje predstavlja jednu od najvažnijih i najunosnijih komponenti unutar produkcije i funkcije masovnih medija. U okviru te produkcije, i u programima javnih, a posebno u programima komercijalnih televizija, televizijske sapunice zauzimaju veoma važno mjesto. I u kvantitativnom smislu, a to označava količinu vremena koja je njima posvećena i stepen gledanosti, ali i u kvalitativnom smislu, emitiranje u *prime-time*, sapunice predstavljaju značajan produkt televizijske industrije.

Uprkos dolasku novih televizijskih formata i sadržaja, poput različitih *reality* programa, televizijske sapunice zadržavaju svoju popularnost i atraktivnost, kako za gledaoce tako i za oglašivače. Njihov jednostavan i lako razumljiv sadržaj, jasno polarizirani likovi, melodramatski zapleti ispunjeni emocijama, brojni problemi i prepreke postavljeni pred glavne junake, uz sretan završetak, čine da su sapunice jedan od svakodnevnih virtualnih oblika zabave za veliki broj ljudi.

Uz već prepoznatljive stereotipe, sa scenama u kojima se neprestano nastoje predstaviti iskrene emocije, što često prelazi u kič, ovi serijali pokušavaju funkcionirati kao neka vrsta elektronske bajke. Sladunjavost i melodramatika privlače pažnju publike, a sretan završetak sapunica predstavlja svojevrsnu sigurnost za tu publiku kao i kratkotrajni bijeg od vlastite stvarnosti. Svakodnevno emitiranje različitih sapunica, sa nepreglednim brojem epizoda, stvara iluziju kako gledalac može pobjeći od te stvarnosti kada god to poželi.

Literatura

- Brigs, Adam; Kobli, Pol (2005) : *Uvod u studije medija*. Beograd: CLIO
- Crnobrnja, Stanko (2010) : *Estetika televizije i novih medija*. Beograd: Clio
- Fiske, John & Hartley, John (1992): *Čitanje televizije*. Zagreb: Barbat & Prova
- Kellner, Douglas (2005): *Medijska kultura*. Beograd: Clio
- Lorimer, Rowland (1994): *Mass Communications*. Manchester & New York : Manchester University Press
- McQueen, David (2000): *Televizija – medijski priručnik*. Beograd: Clio
- Panjeta, L.; Mazziotti, N.; Spahić, B.; Sanchez, L. (2005): *Telenovela–Fabrika ljubavi: Uvod u žanr i produkciju*. Sarajevo: Naklada Zoro, HEFT Sarajevo

UDK: 316.774:654.1:342.7-053.5

**DJECA I TELEVIZIJA - RAZUMIJEVANJE RODNIH STEREOTIPA
KOD DJECE UZRASTA OD 5 DO 9 GODINA NA PRIMJERU
ANIMIRANOG FILMA "SNEŽANA I SEDAM PATULJAKA"**

**CHILDREN AND TELEVISION – UNDERSTANDING THE GENDER
STEREOTYPES AMONG CHILDREN AGED 5-9 YEARS BASED ON THE
EXAMPLE OF ANIMATED FILM "SNOW WHITE AND SEVEN DWARFS"**

ANITA ERAK,
magistrantica Humanističkih studija - rodne ravnopravnosti,
Univerzitet „Donja Gorica“

Apstrakt: Televizija ima aktivnu ulogu u vaspitanju kao medij čijim posredstvom djeca uče modele ponašanja. Kao referentni oslonac koriste se nalazi psihoanalize prema kojima uzrast od 5 do 9 godina predstavljanajranjiviji dio populacije, budući da ova djeca prolaze kroz „intenzivan formativni proces“. Fokus istraživanja čine grupe djece pomenute dobi, dok je cilj ispitati u kojoj mjeri su se, kroz razumijevanje animiranog filma „Snežana i sedam patuljaka“, socijalne formacije crnogorskog patrijarhalizma uplele u oblikovanje dječje percepcije rodno-stereotipnih uloga. Svrha eseja je da, kroz praktičan primjer, ukaže na potrebu za ozbiljnijim pristupom daljem izučavanju pitanja medija i uticaja na društvene formacije i vice versa te identifikuje značaj otpočinjanja procesa medijskog opismenjavanja djece kroz školske kurikule.

Rad je uvod u šire istraživanje koje će biti objedinjeno kroz izradu magistarske teze posvećene rodnoj analizi Disney-evih animiranih filmova.

Ključne riječi: socijalizacija, televizija, djeca, rodni stereotipi, Snežana i sedam patuljaka

Abstract: Television has the active role in education as the media from which children obtain so called "learning models". As for the referent theoretical framework, psychoanalytical findings on the basis of which

children from five to nine years old represent the most vulnerable part of the population, since they are going through intensive formation processes, are used. Focus of research are children of this age, while the main objective is to find out to what extent, through understanding the featuring animation „Snow White and the Seven Dwarfs“, social formation of Montenegrin patriarchalism have been involved in shaping the children's perception of gender -stereotype roles. The purpose of this paper is to, by giving the practical example, demonstrate the need for more serious approach to further research on media and its impact on social formations and vice versa and to identify the significance of initiating the media education processes of children by imposing appropriate school curriculums.

This paper is an introduction to the wider research which is going to be integrated through the finishing of master thesis dedicated to the gender analyses of Disney feature animations.

Key words: *Socialization, the Television, the Children, Gender Stereotypes, Snow White and the Seven Dwarfs*

1. Umjesto uvoda: Televizija – teorija organičenog uticaja

Televizija je priča o svijetu drečavih slika, bajki, priviđenja, dalekih naroda, velikih podviga, modnih pisti, zdrave ishrane, političke borbe, ljudskog užasa. Ona uvlači, objašnjava, stvara, skriva, upija, ispija - riječju *fingira*. Prvi kontakti u dodiru sa okolinom obilježeni su prisustvom zvukova i boja sa televizijskog ekrana. Zato se sa pravom tvrdi da je televizija aktivan činilac u socijalizaciji djeteta, od najranijeg životnog stadijuma.

Prema teoriji ograničenog uticaja, koju zagovaram kao u najvišoj mjeri primjenjivu za savremeni kontekst, uticaj televizije nije jednosmjernan niti direktan. On će zavisi od različitih faktora kao što su: posvećenost porodice (prije svega roditelja) vaspitanju djeteta, najbliže okruženje (karakter grupa u okviru kojih se dijete kreće (vrtići, škole)), zastupljenost medija u svakodnevici – u kojoj mjeri, na koji način, te u kakvim okolnostima se koriste (televizija, radio, internet...), uzrast i pol djeteta itd. Toće reći da su mediji posredovani različitim socio-kulturnim agensima koji utiču na kontrolu, filtriranje i interpretiranje medijskog iskustva.¹ Iz tih je razloga teško odrediti i izdvojiti nivo uticaja

¹Pored ove, postoji *teorija direktnih uticaja* koja zastupa tvrđenje da se putem određenih medijskih poruka mogu predvidjeti i društveni odgovori u smislu ponašanja pojedinaca. Još jedna

televizije na oblikovanje djeteta izvan ovog spektra imputa koji dolaze sa različitih strana, a koji se „lijepe“ na propulzivnosocio-kulturno tkivo ličnosti u razvoju.

Učinjena univerzalnom, dostupna svakom, televizija se (u najširem smislu sadržaja koje plasira) žargonski rečeno, uzima „zdravo za gotovo“. U većini slučajeva ne promišlja se ono što se gleda, ne preispituju se informacije i njihova utemeljenost – one se upijaju oblikujući stavove utemeljene na prihvaćenim vrijednostima. To je neizbježan slučaj populacije koja je gorenavedenim uticajima najviše izložena – djece. Objašnjenje se, prije svega, može pronaći u postojanju njihove nedovoljno razvijene kritičke svijesti u stanju da pravi selektivne izbore sadržaja.

2. Socijalizacija i socijalno konstruisanje realnosti

Prema Zagorki Golubović socijalizacija je integrisanje pojedinaca u društveni život kroz proces prilagođavanja društvenim zahtjevima i normama, a što podrazumjeva učenje stavova, vrednota i poželjnih oblika ponašanja. To je proces povezivanja individue sa sredinom u kojoj živi, a koji se odvija putevima identifikacije i individuacije, odnosno socijalnog konstruisanja realnosti. Onaj fotosintetički, dvostruki proces: interiorizacije socio-kulturnog iskustva a onda internalizacije ličnog u društveno, graviranje ličnih znakova u sociokulturni kontekst. Čovjek u procesu socijalizacije „mora integrisati kulturu datog društva u strukturu svoje ličnosti“². Što bi značilo da on „kultiviše individualni organizam“³, upravo kroz ova dva, međusobno uslovljena procesa.

Identifikacija je poistovjećivanje sa „važnim drugim“ čiju ulogu, kroz odrastanje, preuzimaju različiti subjekti (roditelji, društvo, vaspitači, fiktivni likovi...). Ona je na djelu od samog rođenja i naš je prvi korak u osmišljavanju *sebstva*. Ne postoji razdjelna tačka koja bi ovaj proces, tako bitan za nastanak ličnosti, odvojila od individuacije kao sinonima za razvoj mišljenja i sposobnosti sagledavanja različitih pristupa određenim situacijama, ponekad dijametralno suprotnih onimakoji se kulturom plasiraju kao ispravni. Kod nekih ljudi

teorija je tzv. *zadovoljenje potreba* gdje se medij posmatra kao sredstvo dokolice, ili stvar za pribavljanje informacija, ili ispunjavanja slobodnog vremena, koja je, sa druge strane, u svojim postavkama prilično naivna.

²Golubović, Zagorka „Antropologija“, Beograd, 2007, str.532

³ Ibid.

identifikacija je jedini mogući oblik postojanja. Kod drugih, ona je poraz ličnog integriteta. Razlog mog posvećivanja pažnje ovom pitanju je činjenica da su procesi socijalizacije i socijalne konstrukcije realnosti uvijek i u najvišoj mjeri prisutni kod djece i to bez izuzetka. Oni, kao što je rečeno, oblikuju prve poglede na okolinu i služe kao indikatori širih socijalnih *background*-a iz kojih dijele upija „svoje stavove“. Ova pretpostavka će biti dokazana na primjerima koje navodim u nastavku.

Iz toga slijedi da je proces socijalizacije (sa akcentom na identifikaciju) od izrazitog značaja za oblikovanje ličnosti. Važan relikat freudovske psihoanalize dokazuje da se do šeste/sedme godine života osnovne crte ličnosti formiraju kroz svojevrsan klistir između *Id*-a, *Ega* i *Super* – *ega*. Super-ego je pokušaj poraza slobodnog pojedinca, u bovoarskom kontekstu, od strane preovlađujućih socijalnih formacija. Patrijarhalna halucinacija u malom, porodica u djetetu, ono što je društvu očeva vrijedno, vaskrslo u ono što njihovo dijete smatra prihvatljivim.

Posebno značajna faza, u tom smislu, počinje od pete godine života, zbog čega se ovo istraživanje fokusira na uzrast do devete godine –period u kom su se društveni kanoni već upleli u formiranje djeteta. To ne znači da su ova djeca „oblikovana“, već da društvo konstantno i prepredeno radi na indoktrinaciji socio-kulturnih kodova. U ovoj dobi počinju da se izražavaju stavovi o dobrom i lošem, prihvatljivom i neprihvatljivom, razvijaju se estetski kriterijumi za ružno i lijepo, prepoznaju se karakteristike muškog i ženskog, iako djeca i dalje nijesu dovoljno sposobna da racionalno objasne (opisati je nešto sasvim drugo) zašto je nešto dobro, prihvatljivo, lijepo. Kad to čine, kako ću pokazati, koriste neuvjerljive argumente i iskaze u kojima se naziru uticaji okoline o kojima pišem. Nesumljivo je da postoji jasna potreba djece da kvalifikuju primljene informacije i sintetišu ih unutar postojećih saznanja o svojoj okolini. Iz tih razloga, a kako je rečeno, socijalizacija nikada nije jednosmjernan proces. Ona uključuje socijalnu konstrukciju realnosti podrazumijevajući time angažovanje mentalnih kapaciteta (*shema*: vidi u nastavku) u cilju razumijevanja i kreiranja značenja unutar društvene interakcije.

To prema Lemiševoj, u konačnom, znači da se djeca socijalizuju u skladu sa preovlađujućim shvatanjima polnih uloga, što će reći da su ona „u stanju“ da opišu kako to djevojčice a kako dječaci (društveno prihvatljivo) treba da se ponašaju i izgledaju. Predstave o rodnom ulogama stižu susretima sa ženama i muškarcima u stvarnom životu ali i asimilacijom medijskih prikaza roda.

3. Televizija kao faktor socijalizacije i fazeološka razvojna teorija

*„Roditelji nikako ne mogu da kontrolišu
televiziju koja je svuda i uvijek prisutna.“*

Kamila Palja

„Kao prvo, djeca oba pola, svih uzrasta, rasa, religija, klasa, kao i geografskih regija gledaju televiziju redovno, nevjerovatno uživaju u njoj i od televizije nauče više nego od bilo kog drugog faktora u procesu socijalizacije.“⁴ To je, vjerujem, slučaj i kod djece u Crnoj Gori. Na osnovu razgovora sa vaspitačicama/učiteljicama i fokus grupama, može se pretpostaviti da djeca u urbanoj sredini (na primjeru Podgorice) u prosjeku svaki dan gledaju televiziju. Prilikom izlaganja prikupljenog materijala pokazaću koliko se vremenski i sadržinski razlikuju iskustva djece različitog uzrasta kad je u pitanju „konzumiranje“ televizije.

U prvim redovima ovog rada potegla sam za teorijom ograničenog uticaja objašnjavajući isprepletanost različitih faktora u formativnim procesima kod djece. U cilju jasnijeg izlaganja načina reprodukcije medijskih sadržaja kod ovog uzrasta, koristim bihejvioralistički pristup razvoju čovjeka kroz primjenu teorije o „fazama“. „Faza“ je jedinstven razvojni period koji karakterišu određene bihejvioralne i kognitivne osobenosti objedinjene u koncept „scheme“. Prema istraživanjima psihoanalize, svaki pojedinac prolazi kroz iste faze razvoja, prelazeći iz jedne u drugu (dinamika razvoja se razlikuje od slučaja do slučaja), zbog čega se smatra da se svaka naredna bazira na prethodnim fazama.⁵ Prema tome, dječja pažnja usmjerena ka televiziji može se razumjeti kao *aktivna kognitivna integracija gledaoca, televizijskog sadržaja i okruženja unutar*

⁴ Lemiš, 2008, str.9

⁵ Žan Pijaže, rodonačelnik teorije o fazama identifikuje četiri osnovne od kojih se svaka odlikuje karakterističnim mentalnim strukturama- „shemama“. U toku prve dvije godine, dijete prolazi kroz „senzomotornu“ fazu, gdje se mentalne sheme oblikuju zahvaljujući čulima i aktivnostima djeteta. „Preoperaciona“ faza, između druge i sedme godine, uglavnom se odlikuje učenjem jezika i razvojem simboličkog razmišljanja. U toku „konkretno operacione“ faze, koja otprilike traje od sedme do dvanaeste godine, sheme se razvijaju tako da dijete može, u interakciji sa spoljnim svijetom, da vrši misaone transformacije. Posljednja je „formalno operaciona“ faza, u adolescentskom periodu, kada se razvijaju sposobnosti apstraktnog i logičkog razmišljanja. Više vidjeti u Ibid. Lemiš, str.65-66.

*kog se odvija gledanje televizije*⁶. Održavanje vizuelne pažnje zavisice od ustanovljenih kognitivnih shema na osnovu kojih dijete razumije sadržaj koji gleda. Dakle, kognitivna shema organizuje informacije do kojih dijete dolazi posrednim(drugi ljudi, mediji-televizija) ili neposrednim iskustvom. Dijete ove impute dobija iz različitih izvora i obrađuje posredstvom shema. Tako Lemiševa navodi primjer kako rodne sheme utiču na način na koji djeca različito reaguju na sadržaje koji uključuju ženske i muške likove, na koji obrađuju i pamte sadržaj, određuju da li je to za njih relevantno, kao i na njihovu procjenu i preferencije prema određenim likovima. Važi opšte pravilo da se djeca obično sa više pažnje i preciznije sjećaju likova koji odgovaraju njihovim očekivanjima o tradicionalno shvaćenim polnim ulogama.⁷

4. Metodologija

Kako bi se dokazale rečene pretpostavke, na osnovu upoznavanja sa širom literaturom posvećenom ovim pitanjima, odlučila sam se za primjenu kvalitativnih pristupa istraživanju. Pokazalo se da su ovi pristupi, u kojima se koristi posmatranje učesnika i usmjereni intervjui, izuzetno značajni za dokumentovanje i analizu dinamike samog čina gledanja televizije, piše Lemiševa. Prije svega, **fokus grupa**⁸ **djece bila je uzrasta od 5 do 9 godina**. Imajući u vidu da je televizija izrazito zastupljena u svakodnevniciove djece, kao i nalaze psihoanalize o formiranju ličnosti, izabran je ovaj uzrast. „Mnoga istraživanja o medijima i djeci fokusiraju se na ovaj uzrastjer pažnja koju ona usmjera vaju ka gledanju televizije može se održati duži vremenski period u tim godinama nego kasnije kada koncentracija za gledanjem pada usljed promjena koje nastaju na kognitivnom, emocionalnom, fizičkom, društvenom planu”⁹. Istraživanje je rađeno sa uzorkom od oko **150-oro djece iz tri škole i jednog vrtića**

⁶ Lemiš, 2008, str.68

⁷ Lemiš, 2008, str. 89

⁸ „Fokus grupe ne mogu ispitati ili ustanoviti uzročno-posljedične veze. Štaviše, sprovode se na tako malom uzorku da rezultati ne mogu biti reprezentativni. To znači da se dobijeni podaci ne mogu generalizovati za populaciju u cjelini. Metoda fokus grupe preporučuje se kao pretfaza za neka dalja istraživanja”; Gunter, Barrie:“Media Research Methods. Measuring Audiences, Reactions and Impact, London, SAGE, 2000, 47. Preuzeto iz Blažević, Nensi: *Djeca i mediji – odgoj na „televizijski” način*, stručni članak, Nova prisutnost 10 (2012)3.

⁹ Lemiš, 2008.

u **Podgorici**¹⁰. Uzorak i nalazi ovog istraživanja nijesu reprezentativni, budući da je iz objektivnih razloga rađeno samo na području glavnog grada Podgorice, ali mogu biti indikativni iz više aspekata i služiti kao uvod u obimnija i ozbiljnija istraživačka angažovanja u budućnosti. Istraživanja koja su rađena u regionu, sa posebnim osvrtnom na skorija u Hrvatskoj¹¹, pokazuju da najvećim dijelom djeca gledaju crtane filmove i reklame. Zbog toga je, između ostalog, kao **predmet ovog istraživanja uzet animirani film „Snežana i sedam patuljaka“**¹². Ovo je prvi Disney-ev¹³ animirani film, snimljen još 1937. godine, u društvenom kontekstu bitno različitom od današnjeg. Međutim, njegova popularnost i nakon više decenija ostaje značajna (čemu svjedoči činjenica da ga je većina djece iz fokus grupe ranije gledala), mada ih sada privlače drugačiji animirani filmovi kao što su: Vinx, Pepa prase, Beyblade itd.

Sljedeća bitna stvar koja mi je, u prethodnim razgovorima sa pedagozima ovih ustanova sugerisana, jeste izrazita popularnost animiranog filma kao medija kod djece ove dobi, ali da sama dužina trajanja (u originalu oko 60 minuta) može predstavljati problem zbog neminovnog pada koncentracije nakon pola sata gledanja u grupi. Iz tih razloga sam napravila **kraću verziju filma "Snežana i sedam patuljaka", u trajanju od oko 40 minuta** (izbačeni su djelovi manje bitni za glavni tok priče). Međutim, kao što sam navela, većina djece je ranije gledala ovaj film, štaviše mogli su da objasne koji djelovi nedostaju, tako da skraćivanje filma nije predstavljalo značajan problem u pogledu objektivnosti istraživanja. Ono je svakako ostavilo više vremena za razgovor i razmjenu stavova o onome što su gledali. Ovo je vrlo bitan momenat jer, kako

¹⁰ Imena ustanova, vaspitačica/učiteljica, kao i imena djece u ovom radu neće biti navođena što je bio svojevrsan dogovor sa direktorima ovih institucija i preduslov za organizovanje radionice sa djecom. Dobijanje potrebnih saglasnosti roditelja za isticanje imena djece u radu dodatno bi komplikovala procedure. Stoga ću, primjenom indukcije, izvući određene zaključke u vezi sa karakteristikama grupe sa kojom sam radila, a koji se dalje u narednim istraživanjima mogu/moraju dokazivati.

¹¹ Blažević, Nensi: *Djeca i mediji- odgoj na „televizijski“ način*, stručni članak, Nova prisutnost 10 (2012)3, str. 479-493

¹² "Disney-s Snow White is a piece of popular culture present in a huge number of comparatively richer homes with children all over the world, with endless possibilities of interpretations. On the other hand, it has been a topic of research, both as an international fairy tale (popular text) and as a cartoon." Slapšak, Svetlana: *Film and mythourgy: Disney's Snow White and the Seven Dwarfs*, preuzeto sa http://cameralucida.eu/novi/index.php?option=com_content&view=article&id=68:snow-white-1&catid=1:strane

¹³ Disney-eva korporacija ostaje najznačajniji kontrubutor medijskih programa za djecu.

će se pokazati, ekstremno mali broj djece uopšte razgovara sa roditeljima o sadržaju koji gleda, čime se povećava njihova izloženost uticajima i porukama koje se medijima plasiraju. Moja uloga je bila u postavljanju pitanja („Ispitivačica“ u daljem tekstu) o tome koliko im se svidio film i zbog čega, koji lik u filmu, kakav je on/ona, notiranju neverbalne komunikacije međunjima i identifikovanju njihovih stavova.

Prikupljeni podaci, na osnovu napravljenih transkripta razgovora, biće predstavljeni po institucijama, da bih, služeći se komparativnim metodom, na kraju izvela određene zaključke.

Glavni cilj je bio ispitati ključnu pretpostavku: na temelju teorije o postojanju rodnihih kognitivnih shema koje djeca angažuju prilikom gledanja televizije, odnosno animiranih filmova, pretpostavlja se da animirani filmovi više **osnažuju postojeće rodne stereotipe i stavove o rodnihih ulogama koji su stečeni socijalizacijom, nego što utiču na formiranje novih stavova**. Odnosno, animirane filmove, djeca u urbanom području, na primjeru Podgorice, interpretiraju u skladu sa dominantnim patrijarhalnim rodnihih obrascima na snazi u Crnoj Gori. Pravo bi iznenađenje bilo otići u ruralnije krajeve.

5. Istraživanje

5.1 JPU Vrtić

1. Da li i koliko često gledaju crtane filmove?

Djeca predškolskog uzrasta (pet godina) gledaju crtane filmove skoro svaki dan nakon vrtića. U razgovoru sa vaspitačicom rečeno mi je da je njihova institucija nedavno radila anketu koju su popunjavali roditelji, a na osnovu koje se došlo do podataka da djeca svaki dan provedu u **prosijeku od 2 do 4 sata uz uz televizor i gledanje animiranih filmova**. Iz tog razloga se ovi filmovi u vrtićima više ne koriste kao kao „nastavno sredstvo“ jer vrijeme koje provode zajedno, jedino je koje im ostaje za socijalizaciju i društvene igre. Ovo naročito ima smisla ako se uzmu u obzir podaci o sve većoj upotrebi računara od strane djece najmlađeg uzrasta, čime se društvena interakcija sa vršnjacima bitno osiromašuje.

Djeca ovog uzrasta, u skladu sa godinama, koriste dosta pojednostavljen jezik izražavanja svojih navika i doživljaja crtanih filmova. Sa druge strane, i kod njih se primjećuje izraženo dihotomno poimanje stvarnosti gdje se sve pojave kvalifikuju kao: dobro-loše, jako-slabo, žensko-muško, lijepo-ružno itd.

2. Koji im je omiljeni crtani film i zašto?

Uglavnom su govorili u glas, bez nekog utvrđenog redosljeda. Dječak se javlja da kaže kako voli da gleda **Spajdermena**. Djevojčice odmah reaguju i govore da ne vole da gledaju Spajdermena. Dječaci vole da gledaju Spajdermena **jer je on jak, i jer spašava dobre ljude**. Drugi dječak kaže da voli da gleda Kralja Dinosaurusa. Jedna djevojčica objašnjava kako voli da gleda Hello Kitty i prepričava sadržaj epizode: „One su se našle kod jedne babe, i kad su one izašle ujutru da beru jagode, **a baba je bila zla**, i onda je došao jedan princ i htio da ih spase, ali baba ga je zaledila.“ Druge djevojčice govore da vole: Pepeljugu, Snežanu, Arijel. Oko polovina grupe, koja je brojala tridesetoro djece, rekla je da je ranije gledala Snežanu i sedam patuljaka.

3. Da li razgovaraju sa roditeljima o crtanom filmu koji su gledali? Kako dolaze do crtanih filmova?

Ova grupa petogodišnjaka uglavnom **gleda crtane filmove sama, bez prisustva roditelja**. Niko od njih nije rekao da po završetku nekog programa, ili crtalog filma u ovom slučaju, razgovara sa svojim roditeljima o tome što je gledao/gledala.

4. Neverbalna komunikacija i ponašanje tokom gledanja Snežane i sedam patuljaka.

Djeca predškolskog uzrasta su imala problema sa koncentracijom i osjećala su potrebu da naglas opisuju ono što se dešava u crtanom filmu, te da se prepiru sa drugovima/drugaricama šta će se desiti u nekoj od narednih scena. Dječaci manje skoncentrisani; naime jedan odbija da gleda i konstantno priča sa drugom pored sebe, štaviše izgovara: „**Neću da gledam ženski crtani**“. Ipak, uz intervencije vaspitačice, u solidno mirnoj atmosferi, odgledan je crtani film.

5. Šta im se najviše svidjelo u animiranom filmu „Snežana i sedam patuljaka“?

Djevojčica kaže da je **srećna što postoji princ koji spašava Snežanu**. Ispitivačica: „Kakva je Snežana?“ Javljaju se djeca: dobra, **lijepa, poštena** - ovo je rekao dječak. Jedna djevojčica: „**Poljubio je princ**“; Dječak: „**Ima lijepu haljinu**“. Shvataju da je vještica htjela da ubije Snežanu jer hoće da ona bude najljepša. Ne odobravaju taj čin. Odjednom jedna uzvikuje: „**Ja sam Snežana**“. Ispitivačica: „Zašto?“ Djevojčica: „Jer mi se sviđa.“ Ispitivačica: „Šta se desilo sa Snežanom?“ Uglas odgovaraju nadopunjujući se: On je poljubio i **ona se udala**.

Dječaci uglavnom odgovaraju: „Princ, zato jer je dobar.“; Ispitivačica: „Koji dio?“; Dječak 1: „Kad je poveo Snežanu.“ Ispitivačica: „Da li bi ti volio

da budeš neki princ?“ Dječak 1: „**Ne, nego kapetan.**“; Dječak 2: „Meni se najviše svidjela baba roga, onda kad je dala Snežani jabuku.“; Dječak 3: „Ja bih volio da **princ ima sablje.**“. Ispitivačica: „Šta je uradio princ pa je bio dobar?“, uglavnom u glas odgovaraju da je on spasio Snežanu. Drugi dječak kaže da mu se svidjela Snežana, upitan zašto odgovara: „Zato.“

Djevojčicama se svidjela „Snežana, jer je dobra“. Ispitivačica: „Koji dio ti se najviše svidio?“ Djevojčica 1: „Kad je poljubio Snežanu!“. Jedna djevojčica kaže da joj se svidio konj. Ispitivačica: „Koje je boje bio?“ Djevojčica: „Bijeli“. A zašto joj se svidio: „Jer je podigao Snežanu i kralja i poveo ih.“

Ispitivačica: „Kad bi sad došla dobra vila i pitala vas ko biste željeli da budete, šta biste poželjeli?“ Dječaci: „Princ“; jedan kaže da bi volio da bude „zla vještica“. Djevojčica 1: „Arijel“; Djevojčica 2: „Uspavana ljepotica“, Ostale: „Snežana“. Ispitivačica: „Da li vi volite da gledate crtane filmove u kojimaima prinčeva i princeza?“ Djevojčice oduševljeno odgovaraju potvrdno, dječaci izražavaju stav da ne vole, da im je to dosadno, ti „ženski crtani“. Oni vole, kako kažu, „**muške crtane**“ kao Spajdermena, **Betmena** - „**one gdje se bore.**“

5.2 JU Osnovna škola 1

Istraživanje sa djecom uzrasta **šest godina** rađeno je u vrijeme produženog boravka u osnovnoj školi, nakon časova, kada im je koncentracija bila na dosta niskom nivou.¹⁴ Sa druge strane, djeca su pokazala solidno poznavanje bajki koje se uče u školi (Crvenkapa, pa i Snežana). Na pitanje koje crtane najviše vole da gledaju, dječaci su uglavnom odgovarali: Beyblade, Ledeno doba, Štrumfovi, Pink Panter, Inspektor Gadžet, dok su djevojčice rekle da vole da gledaju Crvenkapu, Barbi ili Uspavanu ljepoticu.

Prije uključivanja crtanog filma upitani su da li poznaju priču o Snežani i sedam patuljaka. Većina djece je odgovorila potvrdno. Jedna djevojčica je ostalima ispičala sadržaj priče: „Bila jednom **jedna djevojka, kose crna, lica bijelog kao snijeg.** Na nju je bila ljubomorna majka i protjerala je u šumu. Onda je Snežana došla do kućice sedam patuljaka. Onda vidjela sedam kreveta i na jedan zaspala; onda su došli sedam patuljaka i zadržali su je gore. Oni kažu: „Ko je ova djevojka?“. Oni su pokušali da je probude, ali nisu mogli. Onda se ona sama probudila i začudila se ko je to. Ona su oni rekli: „Mi smo patuljci, nećemo ti ništa uraditi“. Onda je ugovorio gazda moraš da **čistiš čitav**

¹⁴Školske pripreme za doček Deda Mraza dodatno su otežavale mogućnost da se djeca posvete gledanju crtanog filma.

dan kuću kad se god probudiš. Onda su oni otišli i rekli su joj: „**Čuvaj kuću**“. Onda se majka njena pretvorila u vješticu. Onda je ubrala zrele jabuke, i stavila na njih. Onda je zatim pokucala na vrata. Nije htjela da joj otvori vrata, ali, jeste prozor. Onda je rekla: „Izvoli da pojedesh jednu jabuku“. Onda je zatim vrisnula i pala na pod. Onda je princ postavio neko staklo u šumi i nju stavio. I ona se oporavila i onda je rekla svojim prijateljima: „Ja sam odlučila da ću da odem sa princom ali ću se vratiti kod vas“. **I živjeli su srećno do kraja života.**

Kada je u pitanju gledanje crtanog filma, pokazali su veliku nepažnju i poteškoće u koncentrisanju. Bili su zaokupljeni ili pričom sa drugom/drugaricom o onome što se dešava na crtanom, ili su odlazili sa mjesta da urade domaći zadatak (završe crtanje nekog rada), ili do učiteljice koja je radila na pripremama za doček Deda Mraza. Iz tih razloga u jednom trenutku je i izgašen crtani film. Činjenica da su poznavali priču i gledali crtani i da je njihova drugarica prethodno ispričala o čemu se radi, vjerovatno je dodatno uticala na pokazanu malu pažnju. Nepažnja drugih prenosila se i na one koji su htjeli da gledaju (uglavnom djevojčice). Oni su ih umirivali čime se stvarao svojevrsan nered.

Na osnovu ovog slučaja teško da se može zaključiti o manjem značaju crtanih filmova, jer, iako nisu mogli sa pažnjom da ga prate tokom časa, oni su ih gledali kući. Štaviše, većina njih je rekla da je ranije gledala i Snežanu.

I pored umanjene usredsređenosti na crtani film, u razgovoru sa djetecom moglo se doći do nekih informacija o tome šta im se najviše dopalo u filmu. Tako bi djevojčica **voljela da bude Snežana jer ona pomaže ljudima**. Na pitanje „kakva je Snežana“ dječak odgovara da: „**Ima crnu kosu, zlatnu haljinu i lijepo lice**“. On bi volio da bude princ. Jer bi volio da **spasi Snežanu**. Ispitivačica: „A kakav je princ?“ Dječak: „Ima bijelog konja.“ Druge djevojčice bi voljele da budu Snežana uglavnom jer je **lijepa i dobra**. Jedna bi voljela da bude lane. Dječak nakon nje dodaje da bi bio jelen, „jer je jelen jak“. Druga djevojčica bi više voljela da bude **Barbi nego Snežana**. I par njenih drugarica. Jer Barbi spasava svoje drugarice. Ona nema princa. A da li bi voljela da ima? Odgovara: „NE!“

5.3 JU Osnovna škola 2

Još jedna radionica organizovana je sa mješovitom grupom djece uzrasta 7 i 8 godina. U ovoj grupi zapažena je izrazita dinamika razmjene stavova i zainteresovanost za izražavanje svog mišljenja. Time je rad sa ovom djecom

bio podsticajan i pružio vrlo zanimljive inpute. Naime, prilikom predstavljanja djeci, i upoznavanja sa radionicom, te nakon što je učiteljica rekla da će se gledati crtani film, dječak je odmah uskočio: „**Je li neki ratni?**“. Na pitanje da li voli takve crtane filmove, rekao je da su mu to omiljeni, što je pozdravljeno odobravanjem od strane jedne grupe dječaka. Ono što treba primijetiti je da su u ovoj grupi dječaci bili dominantniji i uglavnom otvoreniji za razgovor. Radi lakše analize dobijenih odgovora, sistematizovaću ih prema već utvrđenim pitanjima.

1. Da li i koliko često gledaju crtane filmove? Kako dolaze do crtanih filmova?

Sva djeca su odgovorila potvrdno. Ipak, praksa gledanja crtanih filmova razlikuje se od jednog do drugog. Tako, na primjer, jedna od njih je izjavila da gleda crtane uglavnom u bioskopu, drugi su rekli da ih gledaju samo vikendom, par njih na računar pronađe omiljene crtane, dok opet, neki gledaju i po „dva-tri sata svaki dan“. Djevojčica govori kako gleda crtane filmove svaki dan, ujutru, dok je još sama kući.

2. Koji im je omiljeni crtani film i zašto?

Dječak: Vampirski dnevnici; Naruto (Ispitivačica: „O čemu se tamo radi?“ Dječak 1: „Ubijaš druge ljude.“ Ispitivačica: „A da li ti voliš da gledaš takve crtane?“ Dječaci u glas: „Daa!“); Bilježnica smrti (Ispitivačica: „O čemu se tu radi?“ Dječak 2: „Sa neba je pala ta bilježnica smrti. I kao tu bilježncu smrti vodi kao neki duh. I kao taj dječak, on sebe naziva pravdom i tako on ubija loše ljude, bilježi njihovo pravo ime i prezime.“ Ispitivačica: „Šta je to pravda, po tebi?“ Dječak 2: „Nije baš to što on radi, da ubijam, po meni je pravda da ih zatvorim na jedno pet godina.“); Pet legendi.

Djevojčica: Bratz (Ispitivačica: „Zašto?“ Djevojčica 1: „Ja bih voljela da postanem kao ona, da oblačim **neke lijepe suknje i da se šminkam.**“); Mija i ja; Razigrana Mimi.

3. Da li razgovaraju sa roditeljima o crtanom filmu koji su gledali?

I ova grupa djece je izjavila da uglavnom ne razgovara sa roditeljima o onome što su gledali. Zanimljivi su odgovori jedne djevojčice koje navodim u cjelini: „Ja idem **sama u bioskop**. U stvari, mene su roditelji povelili, i ostavili, i ja sam sama gledala, a poslije smo razgovarali o tome da li mi se svidio crtani film; da li bih voljela opet da idem u bioskop?“ Ispitivačica: „Koji si posljednji crtani film gledala?“ Djevojčica: „Hotel Transilvanija.“ Ispitivačica: „I, da li ti se svidio?“ Djevojčica: „Jeste, jer je **kraj baš romantičan**, jer su svi na kraju pjevali.“

Otprilike desetoro (ukupno tridesettroje) njih je izjavilo kako ranijenije gledalo Disney-eve crtane filmove, ali su svi rekli da su gledali Snežanu i sedam patuljaka i da su još ranije čitali (učili u školi) priču o njoj. Međutim, kada im je predloženo da odgledamo crtani film, svi dječaci su (njih oko petnaestoro) rekli da ne bi gledali Snežanu, nego neki drugi crtani. U nastavku slijedi vrlo zanimljiv razgovor sa dječacima, budući da su oni bili najveći protivnici gledanja ovog filma.

Ispitivačica: „Zašto ne želiš da gledaš Snežanu i sedam patuljaka?“
Dječak 1: „Zato što je to **ženski crtani!**“ Ispitivačica: „Jesi li ga gledao ranije?“
Dječak 1: „**Nisam.**“ Ispitivačica: „Kako znaš da je ženski ako ga nijesi gledao?“
Dječak 1: „**Pošto ima žensko ime!**“ Ispitivačica: „A o čemu se radi u tom crtanom?“
Dječak 1: „**Ne znam, ženski je i neću da gledam.**“; Ispitivačica: „Zašto ti ne želiš da gledaš Snežanu i sedam patuljaka?“
Dječak 2: „Zato što je **glavni lik žensko**, a gdje je glavni lik žena to je ženski crtani.“ Ispitivačica: „Ali, tamo postoji princ“
Dječak 2: „**Princ je prećeran za moj ukus.**“; Dječak 3: „**Ja volim ratne crtane filmove.**“; Dječak 4: „Ja ne volim da u svakom crtanom bude srećan kraj, jer prosto imam takav osjećaj da neće biti, jer kakav početak takav kraj. U nekim crtanima glupim ne volim da bude srećan kraj.“ Ispitivačica: „Kako to?“
Dječak 4: „Pa kao Snežana odjednom oživi. Ja ne vjerujem u magiju.“ Ispitivačica: „Zašto ti ne voliš Snežanu i sedam patuljaka?“
Dječak 4: „Zato što je to ženski crtani. Zato što **ove djevojčice koje glume u tom crtanom uvijek dobijaju najveću pažnju. Trebaju malo i muškarci da dobiju pažnju.**“; Dječak 5: „Ni ja ne volim Snežanu jer zašto je ona morala da bude glavni lik crtanog, a princ se tek pominje na kraju priče“. Smeta mu jer je Snežani posvećena pažnja; Dječak 6: „Ja ne volim Snežanu i sedam patuljaka jer **ja mrzim kad se neko vjenča u crtanom filmu! Mrzim kad se ljube.**“ Ispitivačica: „Zašto?“
Dječak 6: „Zato što jednostavno mrzim to, bljak!“ Ispitivačica: „Da li ti misliš da je princ pokazao svoju slabost ako se poljubio sa Snežanom?“
Dječak 6: „**Da!**“ Ispitivačica: „Kako ti zamišljaš princa?“
Dječak 6: „U bijelo odijelo, da ima krunu i da je mršav.“ Ispitivačica: „Da li bi valjao crtani film u kojem postoji takav princ?“
Dječak 6: „**Ne, ako se pominje žensko.**“ Ispitivačica: „Zašto?“
Dječak 6: „Zato što mrzim djevojčice!“ Ispitivačica: „Da li svi dječaci mrze djevojčice?“ U glas: Daaaa. Jedna djevojčica kaže: „Ne mrzi Petar, ne mrzi Petar.“ Djevojčica se uključuje: „A kad odrasteš (govori ime druga) i kad oćeš da se vjenčaš šta ćeš onda?“ Ispitivačica: „A da li bi svi ovdje voljeli da se vjenčaju?“ Dječaci, opet u glas: „Nee!“ Ispitivačica: „**A ko bi volio da se vjenča?**“ **Dižu ruke sve djevojčice i dva dječaka.**

Nastavljajući priču o tome zašto ne vole Snežanu i sedam patuljaka, pitam jednog dječaka: „A kad bi ti našao neku djevojčicu sjutra koja voli da gleda Snežanu, šta bi uradio?“ Dječak 7: „**Ja bih joj slomio televizor!**“ (nastaje opšti smijeh).

Ispitivačica: „Pošto ste rekli da poznajete priču o Snežani i sedam patuljaka, ko bi od vas htio da mi ispriča o čemu se radi u tom crtanom?“ Dječak 8: „Ja mislim da se tu radi o djevojki koja je imala svoju **zlobnu majku**, i koja je gledala u ogledalo i pitala ko je najljepši (upada drugi dječak 9: „Ogledalce, ogledalce, ko je najljepši na svijetu?“).“ Djevojčica nastavlja: „Onda je dovela lovca i rekla mu: „Ubij Snežanu, i onda ću te posvetiti.“ Dječak 10 prekida: „Lovac nije ubio Snežanu nego svinju.“ Ispitivačica: „A kako ti to znaš?“ (pitala sam ga to iz razloga što je ovo bio jedan od dječaka koji je rekao da nije gledao crtani i da neće ni da gleda) „Lako, jer mi je sestra ispričala, a ona je svaki Disney-ev crtani pogledala!“, odgovara on.

Djevojčica ustaje i nastavlja priču: „Onda je opet zla maćeha upitala: „Ogledalce, ogledalce, ko je najljepši na svijetu?“ Da je ta zla maćeha lijepa, ali da je Snežana još ljepša. I zato se maćeha tako naljutila i umočila jabuku u otrov – prerušila u staru baku i poslala tamo gdje živi Snežana.“ Ispitivačica: „Šta se desilo sa Snežanom kad je pošla u šumu?“ Djevojčica 2: Naišla na baku, hoćeš jabuku, uzela, otrovala se i pala“. Ispitivačica: „A gdje je princ u toj priči?“ Dječak 11: „Ne znam, nikad nisam čuo za ovaj crtani.“ Ispitivačica: „Pa zašto nisi raspoložen da ga pogledamo, šta ako ti se sviđa?“ Dječak 11: „**Meni se on neće svidjeti, znam.**“

U toku razgovora, jedan dječak koji je, uzgred budi rečeno, bio protiv gledanja crtanog filma, uzvikuje: „Kad će više crtani film?“ Ponovo postavljam pitanje da li su raspoloženi da sad pogledamo, dok skoro svi (sa izuzetkom dvojice) sa oduševljenjem potvrđuju želju da zajedno pustimo Snežanu i sedam patuljaka.

4. Neverbalna komunikacija i ponašanje tokom gledanja Snežane i sedam patuljaka.

Grupa je sa **velikom pažnjom** gledala crtani film, izuzev par dječaka koji su među sobom pričali a koji su ostali pri tvrdnji da im se neće svidjeti (ono što je primjećeno je da su i oni, u par navrata, skoncentrisano gledali određene djelove crtanog filma). Jedan dječak, koji je bio najglasniji protivnik gledanja Snežane i sedam patuljaka, imao je „specijalan zadatak“ – da nakon filma objasni svojim drugarima zbog čega mu se ne sviđa crtani.

5. Šta im se najviše svidjelo u animiranom filmu „Snežana i sedam patuljaka“?

Prije svega, djeca su primijetila da su pojedine scene izostavljene. To je naglasio Dječak 10 koji je ranije rekao kako nije gledao crtani, ali zna sadržaj jer mu je sestra ispričala. Na pitanje da li im se svidio crtani film, većina djece, odgovorila je potvrdno. „Najljepši dio mi je kad je vještica napravila otrov da ubije Snežanu“, komentariše Dječak 3. Dječak koji je imao svoj „specijalan zadatak“ kaže da mu se ovaj crtani nije svidio zato što je bio **baš blag**, objašnjavajući da mu je blago to što su se ljubili a i opasne scene nijesu uopšte toliko opasne. Ispitivačica: „Koja scena ti se najviše svidjela?“ Dječak 7: „Kad je baba ubila Snežanu.“ Ispitivačica: „Je li ti žao Snežanu?“ Dječak 7: „Ne.“ Ispitivačica: „Je li Snežana loša?“ Dječak 7: „U crtanom nije, ali ja ne volim ovaj crtani!“ „Meni je najljepša scena kad je kraj“, govori djevojčica, „**zato što princ vjenča nju i lijepa je.**“ Ostalim dječacima uglavnom se svidjela vještica. Djevojčice su sa neodobravanjem pričale o njoj.

Djevojčica: „Meni se najviše svidjelo kad je **pravila pitu.**“ Ispitivačica: „A da li bi ti voljela da praviš pitu, ko bi sve volio da pravi pitu?“ Sve (samo) djevojčice dižu ruku. Ispitivačica: „Ko bi volio da jede pitu?“ Svi (i dječaci) dižu ruke. U tom se javlja druga djevojčica koja objašnjava kako je majka učila da pravi pitu.

6. Kakva je Snežana, princ, patuljci, maćeha?

Uglavnom djevojčice su kako im se sviđa Snežana i kako bi htjele da budu kao ona. Dječaci ne bi htjeli da budu kao princ. Neki bi htjeli biti kao patuljak: Ljutko. Na pitanje kakva je Snežana, jedna djevojčica odgovara da joj je bolja Pepeljuga od Snežane, i da više voli Pepeljugu. Ispitivačica: „Zašto, je li ona tebi bolja?“ Djevojčica: „**Jeste, jer ona čisti po kućama.**“ „Ali sve su jednake.“, uskače druga djevojčica. Ispitivačica: „Šta još radi Snežana?“ „**Čisti, pere, sprema, trlja**“, uglas govore djevojčice. „**Ljubi se**“, nadovezuje se dječak.

5.4 JU Osnovna škola 3

1. Da li i koliko često gledaju crtane filmove?

Djeca uzrasta od 9 godina uglavnom svaki dan, nakon škole, u vrijeme koje koriste kao slobodno, gledaju crtane filmove. I ova grupa je većinom gledala Snežanu i sedam patuljaka. Sa druge strane pokazala je oduševljenu spremnost da zajedno, još jednom, odgledamo ovaj crtani, što je pokazatelj *per se* da djeci ne smeta da više puta gledaju iste sadržaje, čime dodatno snaži uticaj (ne)otkrivenih poruka plasiranih putem medija.

2. Koji im je omiljeni crtani film i zašto?

Ovo pitanje je, kao i u prethodnim slučajevima, postavljeno kako bi se proniklo u karakter animiranih filmova koji privlače djevojčice i dječake. Na osnovu odgovora koji su sumirani u nastavku, donijeću i određene zaključke.

Djevojčice: Bratz (sviđaju joj se lutke); Barbie („**Barbi se šminka i oblači** a meni je to najljepše.“); Pipi duga čarapa (zašto – ne zna); Crvenkapa („jer je **lijepa i dobra**“); Mija i ja („Djevojčica se pretvara u Vilu i **spašava svijet**. Ima i zla vještica koja je stara i uzima rogove od jednoroga kako bi bila mlada.“); Vinx („prave zamke od cvjetova“); Špijunka („**spašava svijet** kad je u nevolji“).

Dječak: Petar Pan; Sunđer Bob („Nikad nije namršten i samo voli da se igra.“), Transformersi („to su roboti koji se pretvaraju u auta“); Naruto („**jer se bore**“); Goku.

3. Da li razgovaraju sa roditeljima o crtanom filmu koji su gledali?

Djeca uglavnom ne razgovarajusa roditeljima o crtanim filmovima. U ovoj grupi (spojena su dva odjeljenja), samo je dvoje reklo da ponekad priča sa roditeljima o tome što su gledali. Jedna djevojčica prokomentarisala je kako majka negoduje kada gleda crtane filmove jer, kako je rekla, za nju nijesucrtani, pošto je ona odrasla.

4. Kako dolaze do crtanih filmova?

Skoro većina djece **sama** bira crtane filmove. Prate ih u redovnim terminima na televiziji, pronalaze na You tube-u, ili im roditelji, po njihovoj želji, kupuju. Većina njih je potvrdila da je gledala neke Disney-eve animirane filmove. Na pitanje da li im je problem da tokom trajanja crtalog filma u dužini više od jednog časa budu skoncentrisani, uglavnom su djevojčice rekle da, kad je u pitanju interesantan crtani film, one mogu da ga gledaju dugo.

5. Neverbalna komunikacija i ponašanje tokom gledanja Snežane i sedam patuljaka.

Djeca uzrasta od devet godina bila su izrazito skoncentrisana na gledanje crtalog filma, uz zanemarljivu intervenciju učiteljice.

6. Šta im se najviše svidjelo u animiranom filmu „Snežana i sedam patuljaka“?

Djevojčice: Djevojčica 1: „Meni se najviše svidjelo kad je princ poljubio Snežanu.“ Ispitivačica: „A što ti misliš o činu maćehe da ubije Snežanu zbog ljepote?“ Djevojčica 1: „Mislim da je to sebično.“ Ispitivačica: „A da li takvi ljudi stvarno postoje?“ Djevojčica 1: „Postoje.“; Djevojčica 2: „Kad je Snežana došla u kuću patuljaka. Otišla do nekih tanjira da jedu i u krevetić.“; Ispitiva-

čica: „Zašto su patuljci neuredni?“ Djevojčica 3: „Nemaju nikog da im raspremi. **Treba im ženska ruka.**“; Djevojčica 4: „Kad je Snežana plesala sa patuljcima.“; Djevojčica 5: „Kad su ušli u kuću, Snežana i životinje.“; Ispitivačica: „Zašto su životinje pomogle Snežani?“ Djevojčica 6: „Jer je bila **slatka i dobra prema njima.**“; Djevojčica 7: „Kad je Snežana prvi put došla u kuću i odmah odlučila da **čisti i sprema.**“ Ispitivačica: „A je li morala to da radi?“ Djevojčica 7: „Nije, ali je ona navikla. (prekida je dječak: „Nije mi jasno kako maćeha može da naredi tako?“) **Može, kao što meni majka naređuje da čistim!**“; Djevojčica 8: „Kad su se poljubili!“

Dječaci: Dječak 1: „Kad su se pretvorila dva patuljka u jednog visokog.“; Dječak 2: „Kad životinje vode Snežanu u kuću.“; Dječak 3: „Kad su ušli u kuću.“

7. Kakva je Snežana, princ, patuljci, maćeha?

Djevojčice: Djevojčica 1: „Ja bih voljela da budem Snežana.“ Djevojčica 2: „Ja Pepeljuga“; Ispitivačica: „Zašto je maćeha naredila da ubiju Snežanu?“ Djevojčica 3: „**Jer je zla.** Zato što je Snežana ljepša.“ Ispitivačica: „Šta je mogla da uradi a da ne ubije Snežanu.“ Djevojčica 3: „Da postane dobra, a ne zla maćeha. Da napravi neki napitak i da se proljepša“; Djevojčica 4: „Snežana je **čistila i prala.**“; Ispitivačica: „A da li bi ti pristala da budeš kao Snežana, da si lijepa, ali da moraš da čistiš i pereš i čekaš svog princa?“ Djevojčica 4: „Snežana je toliko toga preživjela kad je bila sa onom jabukom, ona je toliko bola preživjela da ja ne bih bila. **Ja bih bila princ.**“ (upada druga djevojčica: „Ja ne bih, ja bih Snežana“); Ispitivačica: „Kakav je odnos između patuljaka i Snežane?“ Djevojčica 5: „Kao da su joj braća i da ih pazi i da im sprema da jede.“ Ispitivačica: „A što oni nju ne bi pazili?“ Djevojčica 5: „**Pa pazili su je, rekli su joj da se čuva?**“; Ispitivačica: „Ko bi ti voljela da budeš?“ Djevojčica 6: „Snežana.“ Ispitivačica: „Zašto?“ Djevojčica 6: „**Jer je lijepa.**“; Ispitivačica: „Da li je Snežani bilo teško da radi?“ Djevojčica 7: „Ona iz **dobrote radi ono što pere, ako je pjevala to znači da joj nije teško.**“

Dječaci: Dječak 1: „Snežana je bila **ljepša zato što je bila mlađa.**“; Ispitivačica: „Kako su se sreli princ i Snežana?“ Dječak 2: „Ona je pjevala golubovima i čistila, a on ju je čuo, a ne bi je čuo da nije pjevala“; Ispitivačica: „Oni su se samo tad sreli, pa zašto je onda tražio?“ Dječak 3: „Jer su se zaljubili.“; Ispitivačica: „Kakva je Snežana?“ Dječak 4: „**Lijepa, dobra, jer je pomagala patuljcima i pravila im da jedu.**“; Ispitivačica: „Kakav je princ?“ Dječak 5: „Nije negativan. Uporan.“; Ispitivačica: „Kakva je Snežana?“ Dječak 6: „Dobra, druželjubiva jer voli životinje, druži se sa patuljcima, pomogla je patuljcima, hra-

nila. Zato je dobra.“; Dječak 7: „Ona je svojim glasom privukla princa.“; Ispitivačica: „Da je vještica princu dala jabuku, da li bi je on uzeo?“ Dječak 8: „Ne bi, jer bi on slušao ptičice jer su oni vjerni prijatelji.“ (djevojčice misle da bi i princ uzeo jabuku).

8. Razumijevanje poruka

Djeca uzrasta od devet godina pokazala su značajan stepen sposobnosti analize onoga što su gledali. Do zaključaka o porukama crtano film došlo se kroz razgovor i tokom gorenavedene „analize“ likova. Prepoznate poruke su:

Dječak 1: „Nikad ne ne slušajte i uzimajte stvari od nepoznate osobe!“; Dječak 2: „Ko je uporan naći će ono što traži!“; Djevojčica 1: „Dobro se dobrim vraća.“; Dječak 3: „Ljubav je najjača, treba samo da slušamo svoje srce da bismo postigli ono što smo zamislili.“; Dječak 4: „Dobro je pobijedilo zlo.“; Djevojčica 2: „Prinčeva i princezina ljubav je pobijedila prema maćehi.“

6. Problemi u istraživanju

Pored nereprezentativnog uzorka moram pomenuti da su djeca u svojim odgovorima ponekad ponavljala ono što je prethodno njihov drug/drukarica rekao ponašajući se, u nezanemarljivoj mjeri, *društveno prihvatljivo*. Ako bi jedan dječak izjavio da ne voli Snežanu i sedam patuljaka jer smatra da je to ženski crtani, odmah bi bio podržan od strane većine dječaka te grupe. Iako ovo može biti svojevrsan problem zbog manjka iskrenosti u odgovorima djece, smatram ga korisnim podatkom koji potvrđuje sociološke pretpostavke o uticaju okruženja na dijete. Ako se takva situacija primijeni na istraživanja o rodnom stereotipima, mogli bismo doći do zaključaka koji upućuju da će djeca kroz formiranje svojih stavova prije prihvatiti ono što društvo (u kome su) valorizuje kao normalno i dobro, nego li usvojiti primjere „drugacijeg“.

7. Zaključna razmatranja

Navedeni razgovori sa djecom uzrasta od 5 do 9 godina, indikativni su u pravcu usvajanja teze da crtani filmovi, kakav je i Snežana i sedam patuljaka, kao jedan od najgledanijih filmova prema svim parametrima, utiču na osnaživanje postojećih rodno-stereotipnih uloga koje su ova djeca stekla procesima socijalizacije. Na osnovu toga možemo zaključiti da animirani filmovi tipa *Snežane* su deskriptivni prije nego perskriptivni u pogledu prikazivanja rodni uloga. Odgovori djece ovog uzrasta upućuju na šire društvene kontekste suptilno razotkrivajući šta je to što naše društvo, još uvijek, smatra „nor-

malnim", prihvatljivim i pozitivnim ponašanjem. Likovi u animiranim filmovima (ali i crtanim filmovima koji danas privlače djecu) predstavljaju bogate uzora za identifikaciju i oponašanje. Dječaci se uglavnom identifikuju s djelovanjem i karakteristikama kao što su aktivnost, snaga, takmičarski duh, isključivanje emocija, agresivnost, dok superjunaci poput Betmena, Spajdermena, ili junaka iz „novopečenih“ filmova Beyblade, Inspektor Gadžet, Vampirski dnevnici, Naruto, Transformersi itd. imaju posebnu ulogu u razvoju muškog identiteta – sintetišu tradicionalno priznate karakteristike snažnih muškaraca - heroja. Djevojčice se, sa druge strane, povezuju sa emotivnim, brižnim, pasivnim likovima koje čekaju da budu spašene od strane svojih prinčeva, junaka. Snežana, a kako će se pokazati u sprovođenju dalje analize Disney-evih animiranih crtana i većina njegovih junakinja, ostaje cijenjena, prije svega, zbog svoje ljepote (klasične priče u „bukvarima“ uvijek počinju opisom njenog tena, kose i usana). Lijepu i bespomoćnu, nužno ju je zaštititi, ona je – ono što predstavlja poželjnu udavaču. Klasična Disney-eva „podvala“: neznavena djevojka koja nudi svoje usluge, potpuno odsječena od društva žena, negirajući njihovo znanje i iskustvo, spremna da izgubi svoju mobilnost i služi glavi kuće, nakon što je dokazala da može kontrolisati djecu i seksualnost u epizodi sa patuljcima“¹⁵

Na osnovu angažovanja kognitivnih „shema“ djeca, uzimajući u obzir prethodno stečena iskustva i znanja, usvajaju ono što osnažuje već ukorijenjene rodne stereotipe. „Tradicionalno shvatanje rodnih uloga toliko je duboko utkano u sva društva i kulture da djeca imaju obilje prilika da ga internalizuju.“¹⁶ Uzimam za primjer njihove komentare koji se odnose na udaju ili na kvalifikovanje obavljanja kućnih poslova kao ženskih. Postojanje predrasuda u tom smislu, takođe im nije strano, što je činjenica koja generalno poražava napore za otvorenijim prihvatanjem potencijalno subverzivnog i rodno netipičnog ponašanja likova koji se, još uvijek u maloj mjeri, pojavljuju u medijima. Tako, na primjer, protivljenje gledanju „Snežane i sedam patuljaka“, zbog toga što je to „ženski“ crtani film ili zbog toga što je „blag“, govori o efikasnom kodiranju njihove svijesti u skladu sa stereotipima koji važe u patrijarhalnim socijalnim formacijama, a koji se odnose na rod uopšte. Lemiševa u svom istraživanju o konstrukciji roda putem uticaja televizije na djecu prepoznaje određene naznake koje upućuju da su djevojčice otvorenije za prihvatanje

¹⁵Slapšak, Svetlana: *Film and mythourgy: Disney's Snow White and the Seven Dwarfs*

¹⁶ Lemiš, 2008, 167.

uloga koje se tradicionalno povezuju sa muškarcima¹⁷ nego dječaci koji se više opiru prihvatanju uloga, koje se tradicionalno povezuju za žene.¹⁸

Bez obzira na moguće opadanje popularnosti filma „Snežana i sedam patuljaka“ među dječacima, i pojavljivanje drugih crtanih filmova, jedan od zaključaka na osnovu obavljenih razgovora jeste značaj konvencionalne ljepote (kakva je Snežanina, ili kakve su Vinx, Barbie i dr.) za djevojčice: privlačan izgled ostaje ključni kriterijum za identifikaciju sa ženskim likovima. Ni jedna od djevojčica se nije poistovjetila sa zlom maćehom – savršeno deseksualizovanom, izopačenom, usamljenom srednjovječnom udovicom koja pati od patološke potrebe za ljepotom. Dok je nekoliko dječaka, iz različitih grupa, izjavilo da bi bilo ona uživajući u potrebi da prkose ulozi „blagog princa - bez mača - koji se ljubi“. U svakom slučaju, tačno je da su se ova djeca uglavnom pozivala na spoljašnje, fizičke atribute pri analizi likova i filma: gotovo uvijek je Snežana bila „lijepa“ pa onda „dobra“, i u tom smislu su uglavnom pokazivala tendenciju da ružan spoljašnji izgled izjednače sa moralnim karakteristikama – ružna maćeha (vještica) je bila zla.

Još jedan od problema u naznaci jeste činjenica da sve manji broj djece razgovara sa starijim ukućanima o onome što gleda. Ona su prepuštena sama sebi, ne procjenjuju niti analiziraju medijske sadržaje prihvatajući uzore identifikacije bez imalo preispitivanja. Oponašaju žive modele iz svog okruženja, primjenjuju patrijarhalne rodne *scan*-ere na filmove (televiziju) koji snaže stereotipne uloge formirajući svoje „čvrste“ identitete. Djevojčice se ohrabruju da iznose svoje emocije, pokazuju nježnosti i koriste „razblažene“ izraze dok je ispoljavanje intimnih emocija kod dječaka uglavnom predmet zazora i stida, nerijetko i agresivnih reakcija u cilju vještačkog dokazivanja svoje muškosti.

Uticaj televizije u prisvajanju stereotipnih percepcija ponašanja i psiholoških karakteristika koje se vežu za muškarce i žene je nesumnjiv. Zabavni programi „čine“ mnogo više od pukog zabavljanja djece, oni komuniciraju informacije o društvenim strukturama i utiču na oblikovanje stavova o nama, drugima i svijetu u cjelini, navodi se u radu Dale Halwey posvećenom uticaju

¹⁷ I u prikazu rezultata mog istraživanja može se vidjeti veća fleksibilnost i otvorenost djevojčica prema priznavanju međusobne važnosti muških i ženskih likova, kao i nepostojanje odlučnog stava o neprihvatnju nečeg što je tipično muško- kao gledanje muških crtanih. Iako su govorile da im se uglavnom ne sviđaju crtani kao što su Transformersi, Beyblade i dr. nisu to činile sa tvrdoglavom odlučnošću kao što je bio slučaj kod dječaka.

¹⁸ Lemiš, 2008

Disney-a na žensku percepciju roda i ljubavi. Halwey dalje navodi da Disney-evo pojednostavljeno prikazivanje rodni uloga, kao u slučaju Snežane i sedam patuljaka, čini patrijarhalne vrijednosti još dostupnijim mlađim generacijama¹⁹.

Televizija je medij za prenos određenih poruka koje, kako je pokazano, utiču na oblikovanje rodno stereotipnog ponašanja kod dječaka i djevojčica. Uticaj televizije nije jednosmjerni i uvijek djeluje sa različitim socijalizatorskim agensima. Posebno privlačan vid medijskog sadržaja, kad su u pitanju djeca uzrasta od 5 do 9 godina, su animirani filmovi, među kojima popularnost Disney-eve Snežane i sedam patuljaka, nakon više od sedam decenija, ne opada. U ovakvim i sličnim sadržajima, usmjerenim prije svega na djecu pomenute dobi, pojavljuju se tzv. „learning models“ – likovi rodno stereotipnih fizičkih i psiholoških osobina koji potvrđuju svoje ispravnosti pronalaze kroz žive modele (roditelja, vaspitača, prijatelja) sa kojima ih djeca upoređuju, pretvarajući ih u objekte identifikacije i idealizacije.

Animirani filmovi, ali i televizija, pretežno se javljaju u funkciji osnaživanja postojećih vrijednosti, i dalje na snazi u neo-liberalnim patrijarhatima. Socijalizacija, poduprta aktivnošću pojedinca koji konstruiše svoju zbilju, neizbježan je proces u izgradnji rodni identiteta. Kao najbitniji faktori socijalizacije javljaju se roditelji: ova studija je pokazala kako se nedovoljno pažnje posvećuje djeci kroz razgovor sa njima. Nisu samo roditelji nosioci odgovornosti. Prije svega, potrebno je raditi na izgradnji šireg, strateškog pristupa izučavanju medija, sistematski i sistematično, čime bi se pažnja skrenula na značaj koji imaju u oblikovanju svijesti pojedinaca. Uvođenjem predmeta u školske kurikulume, poput medijskog opismenjavanja (za početak kroz gledanje crtanih filmova i analizu skrivenih poruka koje se u njima javljaju) bio bi dobar korak. To bi svakako podstaklo i roditelje da se aktivno uključe u zajedničko gledanje medijskih sadržaja za djecu. Jer sve dok im oni kupuju crtane filmove, ili im prepuštaju slobodu u pronalaženju onih koji im se najviše sviđaju, misleći da su time njihova djeca bezbjedna, sve do tad će dječake nastavljati da privlače agresivniji sadržaji i „opasne fantazije“ (npr. Bilježnica smrti), dok će djevojčice uživati u pričama o „međuljudskim odnosima, prijateljstvu i osjećanjima“. Dječaci će nastaviti da se identifikuju sa muškim likovima često prema onome što rade, dok će djevojčice oponašati ženske likove na osnovu

¹⁹Hawley, Dale, Tonn, Theresa: *Disney's influence of females perception of gender and love*, preuzeto sa <http://core.kmi.open.ac.uk/display/506734>

njihovog privlačnog izgleda, uživajući u romantičnim scenama i sanjareći o završetku poput „živjeli su srećno do kraja života“. A kad odrastu, posljedice mogu biti tragične po egzistencijalističku misiju osvajanja sartrovskog „bića za sebe“. I opet, ne idemo nikud i ne radimo ništa.

Literatura

Blažević, Nensi: *Djeca i mediji – odgoj na „televizijski“ način*, stručni članak, Nova prisutnost 10 (2012)3,

Golubović, Zagorka *„Antropologija“*, Beograd, 2007

Hawley, Dale, Tonn, Theresa: *Disney's influence of females perception of gender and love*

Hollows, Joanne: *„Feminism, Femininity and Popular Culture“*, Manchester University Press, 2000

Ilišin, Vlasta: *Mediji u slobodnom vremenu djece i komunikacija o medijskim sadržajima*, izvorni znanstveni rad, Medijska istraživanja (2003)

Lemiš, Dafne: *Deca i televizija*, Beograd, Clio, 2008,

Mia Adessa Towbin, Shelley A. Haddock, Toni Schindler Zimmerman, Lori K. Lund, Litsa Renee Tanner: *Images of Gender, Race, Age, and Sexual Orientation in Disney Feature-Length Animated Films*, *Journal of Feminist Family Therapy* Volume 15, Issue 4, 2004

Palja, Kamila, *„Seks, umetnost i američka kultura“*, Beograd, Zepter book world, 2002

Slapšak, Svetlana: *Film and mythourgy: Disney's Snow White and the Seven Dwarfs*

Deklaracija o medijskoj kulturi

UDK: 316.774:070-057.87

PEDAGOGIJSKO-KOMPARATIVNA ANALIZA ČASOPISA ZA TINEJDŽERE

PEDAGOGIC-COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TEEN FUN MAGAZINES

INES PERIĆ, asistentica
Filozofski fakultet, Mostar

Apstrakt: *Analiza listova za tinejdžere otkriva visoku korelaciju između hrvatskih i inozemnih časopisa s obzirom na sadržaj koji se obrađuje. Teme koje dominiraju obiluju manipulativnim porukama. Najzastupljenije su teme o seksualnosti, modi i medijski eksponiranim osobama. Reklame, odnosno profit, postaje glavni kriterij formiranja sadržaja. Časopisi promoviraju konzumerizam i imitatorstvo medijski poznatih osoba, koji su (nametnuti) idoli mladima.*

Ključne riječi: *Listovi za tinejdžere, manipulacija, mediji*

Abstract: *The analysis of the teen magazines discovers a great correlation between Croatian and foreign magazines, depending on the content in matter. Predominant themes are covered by lots of manipulative messages. The most dominant themes are those of sexuality, fashion and media-exposed persons. Advertising or profit, becomes the main criterion for the formation of the content. Magazines promote consumerism and copying media celebrities who are (to impose) the youth idols.*

Key words: *Teen Magazines, Manipulation, the Media*

1. Uvod

Problem ovog rada je činjenica da je mali broj znanstvenika i/ili pedagoga istraživao teme koje se obrađuju u listovima za tinejdžere koje, osobito srednjoškolke, redovito čitaju, i usvajaju njihove savjete kao standard ponašanja. Rijetki pedagozi u Hrvatskoj, (Vrcelj, Zloković, 2004., te Miliša, Tolić, Vertovšek 2010.), su analizirali pedagogijsku ulogu pojedinih listova za tinejdžere,

a u ovom članku se analiziraju teme više časopisa za mlade u komparativnom periodu od jedenog desetljeća u Hrvatskoj, Italiji i Rusiji. Pored gore spomenutih naših autora/ica, Thomas W. Duschlbauer jedan je od rijetkih pedagoga u Njemačkoj koji je istraživao posljedice medijskog preferiranja forme nad sadržajem, na svijest i ponašanje djece i mladih (Duschlbauer, 2004.), a Noam Chomsky među prvima analizira medije s aspekta indoktrinacije mladih. Manipulator želi ugušiti kreativnost i kritičnost mladih, a svi bi trebali biti „pasivni potrošači“ (Chomsky, 2002.). „U suvremenom društvu koje prati sofisticirana tehnologija, mediji su na raskrižju putova između udovoljavanja potrebama javnosti s jedne strane, a s druge strane potrebe njihova mijenjanja. Mediji upravo imaju tu moć. Stoga treba analizirati njihovu ambivalentnu ulogu, iz koje slijedi njihova potencijalno odgojno - obrazovna, ali i manipulativna uloga. Hrvatska nema jasnu obrazovnu politiku u zaštiti djece i mladih od ove vrste manipulacije“ (Miliša, 2006., 7).

Stanley Hall je među prvima predstavio ideju adolescencije kao specifične životne faze, u svom djelu *Adolescencija* iz 1904. (prema: Massoni, 2006.). Tek nekoliko desetljeća poslije (oko 1940-ih), naziv tinejdžer je ušao u široku cirkulaciju u diskursu popularne kulture. U tom desetljeću su tinejdžeri postali i zasebna potrošačka kategorija sa svojom vlastitom modom i proizvodima namijenjenim upravo njima. Nije slučajnost da se u 1940- ima pojavio i *Seventeen*, prvi tinejdžerski časopis u SAD-u, koji je i danas među najčitanijim časopisima za mlade u svijetu, a koji je dao tematski okvir, s gotovo unisonim sadržajima, koji koriste svi časopisi za mlade u Europi. Ekonomija industrije časopisa zahtijevala je da *Seventeen* „proda“ tinejdžerskoj populaciji novu paradigmu življenja. Njihova prva promotivna kampanja „Upoznajte Teenu“ se pokazala ključnom u konstruiranju tinejdžerki kao potrošača- trenda koji je ostao prisutan do danas (Massoni, 2006.). To je osobito važno istaknuti i zbog činjenice da se u listovima za tinejdžere dopušta anonimnim „stručnjacima“ da dijele savjete mladoj čitalačkoj publici o brojnim važnim pitanjima: seksu, tjelesnom izgledu, ljubavi, emocijama, odnosima, a ipak ponajviše o modi i načinima da potroše teško zarađeni novac svojih roditelja.

2. Metodološki okvir

Cilj rada je ukazati na količinu manipulativnog sadržaja prisutnog u tinejdžerskim časopisima, a nauštrb odgojnog i obrazovnog, te utvrditi postoje li bitne razlike među časopisima s obzirom na vremenski period i na zemlju u kojoj se objavljuju.

U radu se polazi od slijedećih afirmativnih hipoteza:

1. ne postoje značajne razlike u odabiru tema koje obrađuju hrvatski i inozemni časopisi za mlade;
2. ne postoje značajne razlike u odabiru tema koje su obrađivane u časopisima u razdoblju između 2003. i 2006. i u razdoblju između 2009. i 2012.;
3. tinejdžerski časopisi propagiraju seksualnu slobodu, konzumerizam i poistovjećivanje s poznatim osobama i (s)tvarima;
4. u tinejdžerskim časopisima dominira (izravno i prikriveno) oglašavanje.

U radu su korištene metoda analize sadržaja i komparativna metoda. Uzo-rak čine dva hrvatska časopisa za tinejdžere („Teen“ i „Ok!“), tri talijanska („Young eighteen“, „Top girl“ i „Cioe“) i jedan ruski („Elle Girl“). Časopisi obuhvaćaju razdoblje između 2003. i 2012. godine. Ovako dugi vremenski interval je uzet kako bi se, na relativno malom uzorku, uvidjelo ima li u tom vremenskom razdoblju bitnijih odmakâ u tematskim sadržajima analiziranih časopisa.

3. Utjecaj medija na mlade

Suvremeni svijet otvara mladima brojne mogućnosti, međutim, uz brojnije mogućnosti dolazi i veći broj opasnosti. Na mlade ljude se pokušava utjecati na razne načine, neizravno putem utjecaja na njihovu okolinu, u prvom redu roditelje, a vrlo izravno putem specijaliziranih informacija namijenjenih upravo njima. Tako se adolescentima određuje kako bi trebali izgledati, kako se ponašati, s kim se družiti, što konzumirati i slično. Drugim riječima, njihove roditelje zamjenjuju mediji kao univerzalni roditelji širokog globalnog utjecaja. „Budući da knjige nisu najučinkovitija sredstva uvjeravanja, razumljivo je da se manipulatori okreću moćnijim sredstvima: filmu, televiziji, časopisima za tinejdžere, računalima“ (Miliša, 2006., 8).

Utjecaj medija koji se bave problematikom mladih ima svoje pozitivne, ali i negativne strane. Pozitivno je, u svakom slučaju, to da su se aktualizirala mnoga pitanja koja su prije bila svojevrsan tabu. Danas se na naslovnica časopisa za mlade mogu pronaći naslovi o seksualnosti, zanemarivanju, nasilju nad djecom i mladima i sličnim problemima koja su i prije postojala, ali se o njima malo pisalo i znanstveno analiziralo. „Ideologija tijela, zdravlja, zdrave hrane, teme su, koje se uz glazbu i modu, neprestano propagiraju u TV serijama, videospotovima, filmovima i časopisima za mlade“ (Tomić Koludrović,

Leburić, 2001., 30). Takva ideologija, uz nedvojbeno pozitivne, nosi i negativne implikacije. Naime, istraživanje Guillen i Barr (1994.) pokazalo je da su mršavljenje, dijete i tjelesna privlačnost glavni razlozi praćenja nutricionističkih i kondicijskih savjeta u američkom tinejdžerskom časopisu *Seventeen*. Poboljšanje zdravlja i općenita tjelesna dobrobit su manje važni razlozi. Zdravlje, prezentirano u tinejdžerskim časopisima, znači težnju ka savršenom idealu bez analiziranja ostvarivosti tog ideala (Duke, Kreshel, 1998.).

Mediji imaju ambivalentnu ulogu. Oni mogu, na primjer, destigmatizirati problem ovisnosti ali mogu i poticati na ovisnosti o (s)tvarima. Djeca imitiraju junake koje gledaju na televiziji iako to oponašanje najčešće nije doslovno. „S obzirom na to da su zločesti – vrlo često privlačni, a i u medijima se ubojice i nasilnici vrlo često prikazuju na zabavan i simpatičan način, te uzimajući u obzir moć i privlačnost samih medija kao modela, oponašanje nasilja iz medija ne mora biti doslovno i izravno, ali je uvijek potencijalno moguće“ (Zgrabljic Rotar, 2005., 9). Isto vrijedi i za tinejdžerske časopise. Mladi čitatelji nisu naivne i pasivne žrtve i neće automatski prihvatiti sve što im se servira u časopisima sve dok su im (u „stvarnom životu“) dostupni alternativni modeli ponašanja (Simić, 2006.).

4. Listovi za tinejdžere u Hrvatskoj

4.1 Časopis OK!

Časopis OK! je proizvod medijskog maga Europapress Holdinga – naklada 90 000 primjeraka. Već deset godina je načitaniji mjesečnik u Hrvatskoj, etablirao se kao vodeći tinejdžerski časopis i u Srbiji, a u Bosni i Hercegovini se uspješno prodaju i srpsko i hrvatsko izdanje. Iz ovoga se može zaključiti da je OK! najprodavaniji tinejdžerski časopis u regiji. Časopis je prepun izravnog i prikriivenog oglašavanja i poznatih ličnosti tzv. *teen* idola. U nastavku se navode najfrekventnije teme i sadržaji tijekom 2003., 2004., 2010. i 2012. godine.

Stvarni život je tematski najsadržajnija rubrika i potencijalni nositelj pozitivnih odgojnih poruka. Međutim, taj se potencijal uvijek ne iskorištava. Naslovi „istinitih“ priča tijekom 2003./2004. godine bili su: „Moja je prijateljica umrla u školi“, „Obiteljski problemi“, „Obiteljski pakao“, „Zlostavljao me mamin dečko“ i sl. Ove priče destigmatiziraju problematiku obiteljskog nasilja i dodiruju problematiku smrti voljene osobe te mogu biti nositelji snažnih odgojnih poruka. No, međutim, mogu se pronaći i naslovi poput „Moj profesor i ja: pogrešna ljubav“, „Ljubav me odvela u kriminal“, „Kako preživjeti

moru školovanja?“ koji ne samo da nameću tinejdžerima potrebu za društveno neprihvatljivim ljubavnim avanturama već i prikazuju školu kao mjesto mučenja koje treba „preživjeti“. Međutim, u brojevima iz 2010. i 2012. može se primijetiti promjena na bolje. Pa tako, nalazimo više poučnih priča poput one o djevojci koja je spasila djevojčicu od utapanja, osamnaestogodišnjaku koji se posvetio borbi protiv nasilja (br. 223, 2010.), te priče o tinejdžerima koji boluju od rijetkih bolesti, pa čak i tekst o dečku koji se podvrgnuo promjeni spola (br. 249, 2012.). Razvidno je da časopisi idu u korak sa promjenama u društvu, pa su tako i oni, očekivano, pod utjecajem sveopće liberalizacije koja je zahvatila i Hrvatsku od dvedesetih godina do danas. Diskutabilno je koliko bi tekst o promjeni spola bio prihvatljiv u *teen* časopisu 2003./04 ili ranije.

Medijske zvijezde prožimaju cijeli časopis. „Intervjui“ i rubrike sa trenutno najpopularnijim tinejdžerskim zvijezdama su banalni i površni i jedino što se mijenja od 2003. do 2012. su idoli o kojima se piše. Najčešće se radi o instant zvijezdama i pobjednicima raznih *reality showova*. Takvim pristupom se mladima nameću unisoni sadržaji, a svi oni koji se ne uklapaju u zadani obrazac bivaju stigmatizirani i prisiljeni na prihvaćanje površnih i manipulativnih sadržaja poput: „TV – stars“, (pjevači, glumci, sportaši, serije, ali i najseksi žena i muškarac), „Kad slavne „pukne“ pubertet“ („U školi sam bio mali debil“) top liste i ispovijesti zvijezda (2003./2004.). Rubrike „Zoom“, „Star Report“ (2010./2012.) „O njemu se priča“, „Gossip Girl/Boy“ (br. 223, 2010.), „Priča se, priča se“ (br. 249, 2012.) sve se redom bave zvijezdama, gdje su sada, što ih zanima i sl. „Cool Girl“ govori o poznatim tinejdžerima; „OK! History“ o nekoć popularnim zvijezdama; „Fan Info Pošta“ odgovara na pitanja o poznatima, bilo da su pjevači, glumci, sportaši (br. 223, 2010.). Jedino je rubrika „Rock Block“ (br. 223, 2010.) odnosno „Rock Star“ (br. 249, 2012.) rezervirana za ljubitelje rock pjevača/grupa, međutim ta rubrika zauzima samo dvije stranice od 115. Poznata lica su prikazana kao uspješni mladi ljudi sa karijerom pri čemu se ne daje nikakva druga karijerna opcija osim da se postane „bogat i slavan“. To implicira da su jedino bogati i slavni uspješni i da je svejedno što se mora raditi za cijenu popularnosti. Ne analizira se kako se došlo do popularnosti, kojim odricanjima, niti koje negativne strane popularnost nosi. Cijena morala i gubljenje vlastitog identiteta nisu bitni. Samo u nekolicini tekstova 2003./04. se životi slavnih ne opisuju poput bajki i analizira se pitanje koliko se mladih ljudi ne zna nositi sa slavom koja često ima posljedice poput depresije, dokoličarenja i ovisnosti (članak „Je li slava opasna?“, br. 132, 2003.). Taj tekst govori o tome kako slavu najteže podnose tinejdžeri, a u drugom pod nazivom „Iza

kulisa“ se citira izjava poznatog pjevača Robbie Williamsa („Slava i sjaj postoje samo na površini, sve drugo je manipulacija“!). U trećem tekstu - ispovijedi jedne tinejdžerice koja je hodala sa idolom, a kasnije je našla smisao života s „običnim dečkom“, napisano je... „Naučila sam da nije važno koliko je netko slavan ili bogat, nego kako se ponaša i što mu je u srcu“. Časopisi iz 2010. i 2012. ne donose promjene po ovom pitanju. Od mnoštva kratkih članaka koji se tiču zvijezda tek nekolicina ima pozitivan predznak, poput teksta (br. 222, 2010.) o glumici i pjevačici koja se bavi humanitarnim radom i poziva sve svoje obožavatelje da slijede njen primjer ili priče o Emmi Watson, popularnoj mladoj glumici, koja govori o potrebi za prirodnosti i umjerenosti (br. 249, 2012.).

Ljubav: „Napravi prvi korak“, „Kako su slavne cure ulovile slavne dečke“, „Totalno sam zaljubljena“, ljubavni „jadi“ i „praktični savjeti“ o ljubavnim „jadima“: „Kako osvojiti svoju simpatiju za 14 dana“, „Kako pronaći pravu ljubav?“, „Što dečki očekuju od cura?“, „Kako odabrati poklon za Valentinovo?“, „Kako pobijediti sram?“, „Male tajne zavođenja“ (2003/04). „Summer Love“ nudi savjete o ljetnim avanturama i savršenom poljupcu (br.221, 2010.). Prilog „Tajne srca“ (2010./2012.) je u potpunosti posvećen djevojkama, kao, uostalom, i svi ostali tekstovi „ljubavnog“ sadržaja. Implicitno se nameće da djevojka jedino vrijedi kada ima dečka i jedino tada može biti u potpunosti sretna. Do istog zaključka dolazi i Chow (2004.) te navodi kako sudionice u njenom istraživanju naglašavaju poruku tinejdžerskih časopisa kako djevojka nije lijepa ukoliko nema dečka. Isto tako, muško-ženski odnosi se banaliziraju te su dječaci stavljeni u ulogu onih koji se ne moraju previše truditi, a djevojke su te koje moraju znati što se dječacima sviđa, a što ne, kako ga osvojiti, što on zaista misli kada kaže nešto, te čak i kako manipulirati njime kako bi dobila ono što želiš. Ovakav pristup ostavlja dojam uvoda za teme koje se, do u detalje, analiziraju u časopisima za starije djevojke (Cosmopolitan i sl.). Time se propušta prilika da se ukaže na važnost komunikacije, konstruktivnog rješavanja sukoba, pa i da se pridonesu razvoju socijalnih i emocionalnih kompetencija kod mladih čitatelja.

Moda: „Škola Stila“, „100 % o tebi“, „Modna Pitalica“, „Škola Ljepote“, „Fashion mix“, „Beauty mix“ rubrike su koje daju savjete o ljepoti, šminkanju, odijevanju, odnosno kako postići tzv. *cool look*. Od 2003. do 2012. promijenili su se samo nazivi rubrika, a sadržaj je ostao isti. „Škola stila za cool cure“ ili „Fashion mix“ je rubrika na osam stranica posvećenih samo modi (2010., 2012.). Sam naziv implicira da su cure koje se drže ovih modnih savjeta i

kupuju proizvode koji se reklamiraju na svakoj stranici ove rubrike *cool*. Takva implicitna poruka, kod onih koji te proizvode ne mogu priuštiti (a s obzirom na ekonomsku situaciju u RH, to je velika većina), izaziva frustraciju te se stvara dojam da je jedino posjedovanje stvari i praćenje modnih trendova garancija za uspjeh u životu. Time se „manipulira potrebama mladih“ (Miliša, 2006.) i stvara nova generacija nekritičnih potrošača.

Otvorena pisma: Na dvije stranice, u rubrici „Tvoji problemi“, uredništvo odgovara na pisma čitatelja. „Što učiniti kada te ostavi dečko, što misliš je je tvoj stil dosadan, frendica želi tvog dečka, volite se, ali ne možete zajedno, želiš najbolju zaštitu za ljetnu ljubav“ (br. 223, 2010.). Pitanje seksualne naravi uokvireno je, jer je sponzorirano od strane proizvođača prezervativa (br. 223, 2010.). Umjesto savjeta da promisli prije stupanja u spolni odnos ili da pričeka dok ne bude spremna, čitateljicu se upoznaje s različitim vrstama zaštite tog proizvođača. Reklame, odnosno profit postaju jedini kriterij formiranja sadržaja. U 2012. u ovoj rubrici nema reklame, ali je, zanimljivo, ponovno pitanje seksualne naravi uokvireno i označeno kao izdvojeno. Kopacz (2006.) je, analizirajući poljske tinejdžerske časopise, došao do sličnih rezultata. Naime, autor naglašava da je većina pisama (i odgovora na njih), ustvari, prikriveno oglašavanje. Najčešće se „preporučuju“ sredstva za intimnu higijenu i kontracepcijski proizvodi. To uključuje (kao i kod nas) konkretne proizvođače kondoma, vaginalnih spužvica i kontracepcijskih pilula. Direktni oglasi, u ovoj rubrici, su odvojeni od ostatka teksta tankom crnom linijom sa oznakom „oglas“ printanom sitnim slovima.

Prvi seks: Seksualna tematika je najzastupljena, kako eksplicitno, tako i implicitno. Tinejdžerski seks je predstavljen kao sveprisutan i poželjan. Iako se daju savjeti da se u seksualne odnose ne smije srljati i da je potrebno koristiti zaštitu, s druge strane, implicitna poruka je da su seksualne avanture sastavni dio života tinejdžera, pa su tako u časopisu iz 2012. prisutne i dvije „Intimne ispovijesti“ u kojima se detaljno opisuju „vrući poljupci i dodiri“. Također čitateljice se potiče da nose oskudnu, usku, odjeću koja ih čini privlačnima, ali da se istovremeno suzdržavaju od seksualne aktivnosti (Durham, 1998.). Tako se šalju kontradiktorne poruke koje mogu dodatno zbuniti tinejdžerice u, ionako, burnom životnom razdoblju. Indikativno je da se u RH vodi rasprava o zdravstvenom odgoju u školama dok se, s druge strane, ova tema, bez rasprave, i uz malobrojne znanstvene analize, servira mladima u tinejdžerskim časopisima. Samim time, mi kao društvo, prešutno dopuštamo medijima da postanu dominantan čimbenik u odgoju djece i mladih.

Zanimljivo je da su Vrcelj i Zloković (2004., 552) pratile pedagoške poruke časopisa OK i došle do zaključka da taj časopis „obiluje savjetima koji estetiziraju tijelo i promiču hedonistički koncept života.“

4.2 Časopis Teen

Časopisi Teen i Ok! imaju istog vlasnika (EPH), te, prema tome, ne čudi sličnost u izgledu, koncepciji, sadržaju i prisutnosti (istih) reklama u časopisu. Učestale teme i sadržaji tijekom 2003./2004., u usporedbi s 2012. su navedene u nastavku. **Stvarni život:** naravno dominira ljubavna tematika, „Ukrala sam joj simpatiju“, „Bila sam zaljubljena u krivog“, „Imam dvije simpatije“, „Priateljica hoda s mojim bivšim“, „Zaljubila sam se u zavodnika moje mame“, „Užas - moj dečko puši travu!“, „Ljubljenje s mononukleozom“, „Na internetu sam nabasala na pedofila“, „Zaljubljena u krivog dečka“, „Doživjela sam dvije avanture“, „Moj prvi poljubac“, „Sestra mi je preotela dečka“ (2003./2004.). Rubrike Stvarni život nema u izdanju iz rujna 2012. godine. Časopis Teen odustaje, sa svojim prilozima, od ozbiljnijih tema te se orijentira na površne sadržaje. Jedina rubrika koja se bavi realnim tinejdžerskim problemima je „Teen povjerljivo“ (ekvivalent „Otvorenim pismima“ u časopisu OK!) gdje čitatelji šalju svoja pitanja o tijelu, intimi, ljubavi, prijateljstvu itd. Međutim, prema Simić (2006.) upravo je ta rubrika najproblematičniji aspekt savjetovanja kojeg nude tinejdžerski časopisi. Iluzija potpunog autoriteta u području seksa, seksualnosti i djelovanja ljudskog uma se osigurava doktorskim titulama dviju stručnih savjetnica (specijalistice za ženske bolesti i porodništvo i psihijatrice). Međutim, upravo te stručnjakinje često nude savjete diskutabilne vrijednosti, poput savjeta o depilaciji ili estetskoj kirurgiji (povećanje grudi- u broju 12, 2002., prema Simić, 2006.) te na taj način podupiru kozmetičku industriju i industriju ljepote umjesto da propagiraju istinsko zdravlje- kako mentalno tako i tjelesno.

Medijske zvijezde: Kao i u OK!-u, ovo je jedna od najzastupljenijih tema, što posebno dolazi do izražaja u broju iz rujna 2012. Iako su ovakvi sadržaji bili prisutni i tijekom 2003./2004. („Holivudski magneti za cure“, „Deset najtužnijih slavnih prekida“, „Što sve zvijezde čine za izgled?“, član grupe Hladno pivo: „Najdraži mi je bio profesor koji je uvijek dolazio pijan“, „Zaljubljujem se tri- četiri puta na dan“ - Ivana Brkić (pjevačica)), u broju iz 2012. zauzimaju više od trećine tematike časopisa.

Ljubav: Uglavnom su radi o seksualnim problemima ili pitanjima poput: „O čemu pričaju dečki kad nisi u blizini?“, „Iskorištava te ili ne“, „Do-

živi i ti ljetnu romancu“, „Prvi seks dan poslije“, „26 vrućih pitanja o seksu“, „Zašto se pališ na otkačene dečke“, „Istina o dečkima i seksu“ (2003./ 2004.). U svim tekstovima implicitno su prisutni podvojeni standardi. Naime, seks je prikazan kao neodoljivi poriv kod mladića, dok kod djevojaka takav poriv nije prisutan ili je potisnut, ali one, s druge strane, imaju odgovornost zadovoljavanja seksualnih potreba muškaraca, u isto vrijeme štiteći sebe i odlučujući koliko „daleko“ se smije ići (Clarke, 2009.). U izdanju iz rujna 2012. samo jedan tekst se može svrstati pod ovu temu: „Ove jeseni do savršenog dečka“ (zanimljivo je da je prvi savjet pod ovim naslovom: „Ne razmišljaj o tome da moraš pronaći dečka!“ - u potpunosti kontradiktorna poruka).

Moda: „Skidajte se do kraja“, „Oslikaj svoje tijelo“, „Kako da te primijeti- u odijevanju“, „Pronađi pravi grudnjak“, „Odaberi svoje najtraperice“ (2003./2004.). U broju iz rujna 2012., uz medijske zvijezde, moda je najzastupljenija rubrika („Modna policija“. „Teen modno-beauty pitalica“, „Ritam ulice“, „Teen beauty“). Te rubrike ostavljaju prostor za prikriveno oglašavanje, te stoga ne čudi da se ova tema proširuje nauštrb drugih (ozbiljnijih) sadržaja. Taj trend je prisutan već godinama, pa su tako Evans i sur. (1991.) analizirajući tada najpopularnije američke tinejdžerske časopise (*Sassy*, *Seventeen* i *Young*) otkrili da je 35 % sadržaja fokusirano na modne teme.

Zabava, dokoličarenje: „Upomoć! Počela je škola“ - naziv ne odgovara sadržaju jer se u tekstu navode poticajne poruke o organizaciji vremena ili učenju bez muke (br. 9, 2004.). U rujanskom broju iz 2012. (br. 9) obrnuta situacija- obećavajući naslovom („School is cool!“), ali površan sadržaj. Pod temom nove školske godine na dvije stranice se govori o modi za školu („Školska modna pista“- uz sveprisutno reklamiranje), zatim slijede površni testovi („Koja je tvoja uloga u razredu“, „Što profači misle o tebi“), a savjeti za lakše učenje se nude predstavljanjem aplikacija za mobitel (reklamiranje *smartphone-ova*). Implicitna poruka je da je škola *cool* mjesto za pokazivanje nove odjeće i mobitela. Zatim testovi: Kako provesti najluđe praznike? Kako potrošiti mjesečni džeparac? (2003./2004.) i nezaobilazno pitanje: Koliko si cool? (br. 9, 2012.). Također se predlažu najbolje kompjuterske igrice za „ubijanje dosade“ (br. 9, 2012.).

Parlaonica, Školska zona: Uređivačka politika časopisa „Teen“ se vidno promijenila tijekom istraživanog razdoblja. Naime, svi (donekle) ozbiljniji sadržaji prisutni u brojevima iz 2003./04. nisu prisutni u analiziranom broju iz 2012. Pa tako ni ove dvije navedene rubrike u kojima se diskutiralo o temama

poput: Kada je vrijeme za prvi seks?, Sama na more?, te predstavljalo određene škole. Očito je takav sadržaj zauzimao previše reklamnog prostora.

Kao što je vidljivo iz najzastupljenijih rubrika u navedenim časopisima, mladima se želi učiniti imitaciju zanimljivom. Mladi tražeći svoj identitet oponašaju idole, a manipulatori im u tome pomažu te im na taj način prividno umanjuju krizu identiteta. Mladi se zavode krivim moralno posrnulim idolima te postaju pasivni oponašatelji tuđih želja. Mediji izazivaju želju za kupovanjem. „Imati“ se nudi kao jedini izbor svakog pojedinca, što je prva zamka u procesu manipuliranja potrebama mladih. O tome su detaljnije pisali Miliša i Ćurko u prvom poglavlju knjige Tamna strana ekrana (Miliša, (ur.), 2012.). Rubrika o predstavljanju škola iz 2003./2004, iako je imala nedostataka, (nije se prikazivalo po čemu je ta škola drugačija niti tko su najbolji učenici sa, na primjer, regionalnih ili državnih natjecanja) bila je pozitivan primjer sadržaja. I umjesto da se s godinama, uz savjete stručnjaka, unaprjeđivala, bilo ju je lakše ugasi i na njeno mjesto staviti još koju reklamu. U anketi iz kolovoza 2004. cure i dečki pokazuju da su svjesni svih rizika odmora (droga, alkohol, vožnja na motorima, cigarete, autostopiranje, nesmotrene sportske akrobacije) te time dokazuju svoju odgovornost i zrelost, a urednica u broju od listopada 2004. kaže: „Vjerujemo da su mama i tata jedne od onih osoba koje te u trenu mogu izbaciti iz takta i... zato doznaj kako im možeš doskočiti“ te time pokazuje svoju neodgovornost i – nezrelost.

Teen i OK! kao da mladima podilaze temama iz oblasti daleke im stvarnosti, a, istovremeno, nameću teme o *showbusinessu*! Usprkos činjenici da tinejdžeri najčešće eksperimentiraju s raznim opijatima, o tome se najmanje piše u istim novinama. Dominantne teme su o lagodnom životu, a vrlo malo o teretu slave i odricanjima koja su uslijedila do dolaska na „tron“ popularnosti. Mladi ljudi danas više nego ikada postaju taocima reklamiranja. Imitirajući neke idole koji se agresivno medijski promoviraju, mladi i sami postaju oholi i netolerantni.

5. Inozemni listovi za tinejdžere

U nastavku će se analizirati sadržaji triju časopisa za mlade izdanih u Italiji: „Young 18“ (br. 30, lipanj, 2005.), „Top girl“ (br. 88, lipanj, 2005.) i „Cioe“ (br. 43, lipanj 2006.). i jednog ruskog „Elle Girl“ (br. 198, listopad, 2009.)

Stvarni život: Naslovi koji prevladavaju u ovim rubrikama su slični onima u hrvatskim tinejdžerskim časopisima što samo dokazuje da su globalizacija i masovni mediji odigrali svoju ulogu te da tinejdžeri diljem zapadnog

svijeta dijele jednaka iskustva i imaju iste probleme. Teme su: „Moj dečko se drogira“; „Smršavila sam 30 kg i osjećam se ponovno rođena“; „Na kratko sam pokušala biti porno zvijezda“; „On je presladak ali jednostavno nije dovoljno macho“; „Zlostavljala sam svoju prijateljicu“; „Nakon jedne provedene noći s njim“; „Volim ružno pače!“; „Prijateljica me izbjegava“; „Kao da sam nevidljiva“; „Zaljubljene smo u istog dečka“; „Da li da napravim prvi korak“ (Cioe', br. 43, 2006). U ruskom „Elle Girl“ nalazi se samo jedan tekst koji se može svrstati u ovu rubriku- „Naš blog“ koji je, u stvari, blog jedne tinejdžerice koja na dvije stranice časopisa piše o svojoj svakodnevnicu.

Medijske zvijezde: Nezaobilazna tema i inozemnih časopisa za mlade su estradne ličnosti. Kao što je i očekivano najviše se piše o onim zvijezdama koje su trenutno najpopularnije u određenoj zemlji i to je jedina razlika između talijanskih časopisa (iz 2005./06.) i ruskog (iz 2009.). No dok je u žutom tisku (namijenjenom odraslima), inače, mnogo mjesta posvećeno raznim konfliktima, ljubavnim vezama i intrigama poznatih, u listovima za tinejdžere naglasak se stavlja na njihov put do slave čime se odašilje poruka da, ukoliko imitiraju poznate zvijezde, i čitatelji mogu postati popularni, bogati i slavni poput njih. Nude se i konkretni savjeti: „Napravi identičnu frizuru kao Beyonce“, „Kako biti glamurozna poput Christine Aguliera“, „Usta poput Mille Jovovich“, „Biti uspješna kao Scarlet Johansson ili kao show princeza Hillary Duff...“ (Young 18, br. 30, Top girl br. 88, 2005.). Ruski časopis, s druge strane, donosi tri intervjua sa mladim zvijezdama (dvjema američkim i jednom ruskom). Intervju sa američkom glumicom i pjevačicom Miley Cyrus koja je još poznata kao Hannah Montana (Elle Girl, br. 198, 2009.) ima pozitivan prizvuk. U intervjuu mlada zvijezda govori o svojem životu, privatnim i poslovnim planovima, ljubavi, slavi te naglašava da se ne vidi kao uzor mladima jer ne dijeli nikakve savjete već samo radi zanimljiv posao i živi zanimljivim životom, ali to ne znači da je zato sretnija od drugih. Druga dva intervjua se svode na reklamiranje filmova u kojima gluma dva intervjuirana glumca. Zanimljivo je da, neovisno u kojoj zemlji časopis izlazi, idoli o kojima se piše su većinom jednaki. To su, obično američke zvijezde iz raznih područja *showbusinessa* što je, još jedan dokaz snažnog utjecaja medija i globalizacije.

Ljubav: Postizanje potpune spolne zrelosti ne znači i izlazak iz burnog razdoblja adolescencije. Problemi s kojima se adolescent susreće i situacije koje mora rješavati bitno su različiti od onih s kojima se susretao u dječjoj dobi. Već i seksualna zrelost sama po sebi donosi niz problematičnih i konfliktnih situacija. Današnji adolescenti žive u vremenu, s jedne strane, velikih nada i per-

spektiva, a s druge, kriza i neizvjesnosti. U svakodnevnom životu, adolescencija vrlo često znači zajednički život više generacija u istom prostoru, produženo vrijeme školovanja koje odgađa ekonomsku nezavisnost i emocionalno sazrijevanje, uskraćivanje informacija vezanih uz seksualnost ili primanje zbunjajućih poruka vezanih uz seksualnost (dok društvo ignorira adolescentsku seksualnost ili ju pokušava nadzirati, s druge strane, mediji je promoviraju i eksploatiraju). Iz ponuđenih naslova poput: „Izlet, ljubav... preokret!“; „Ja i bivši dečko moje najbolje prijateljice“; „Prevario te, pokajao se... da li ćeš mu oprostiti?“; „Volim ga ali on me smatra samo prijateljom“; „Seks nam je katastrofa!“; „On ne razgovara sa mnom dok vodimo ljubav“; „Ne znam čuvati tajnu“; „Koliko si hrabra u krevetu“; „U krevetu misli više na mene nego na sebe“; „Što nikada ne smiješ priznati svome dečku“; „Moja prijateljica me guši“; „Da li nakupljaš bijes u sebi“; „Izgubila sam mjesecnicu zbog njega“; „Tijekom seksa on uvijek želi biti gore“; „Kontroliraj njegov mobitel“; „Bez njega jedva živim“; „U modi je otkrivati svoju intimu“ (Young 18, br. 30, Top girl br. 88, 2005.), vidljivo je da mediji puno više računa vode o vlastitoj tiraži nego o tome na koji način će njihove poruke utjecati na mlade. Pedagoški su nedopustive poruke iz tih časopisa mladima da je sramota biti sam kada svi drugi imaju partnera, da treba tražiti partnere s kojima se slažeš u seksu, a opet s druge strane tom istom partneru trebaš prešutjeti prijevaru ili neke „grijehe“ iz prošlosti jer ćeš na taj način samo ugroziti svoju vezu, u krevetu trebaš biti hrabra da bi on bio zadovoljan... Stvara se ozračje isforsirane vizije mladenačkih odnosa i toga kako bi oni trebali izgledati dok se u pozadini krije dobro osmišljena kampanja ustrajnih medija koji proračunato idu sve dalje znajući da sve njihove ideje padaju na plodno tlo, ne vodeći računa o posljedicama i o onom što slijedi nakon toga. Zanimljivo je da ova rubrika nije posebno zastupljena u ruskom časopisu. Tematika „ljubavi“ se provlači kroz druge rubrike, ali ne može se izdvojiti nijedan tekst koji je ekvivalentan gore navedenima.

Moda: Životni uzori su poznate javne osobe, lijepe i bogate, i kroz formulacije tipa „budi kao on ili ona“ daju se krivi modeli ponašanja poticali i naslovima koji „vrište“ s naslovnica časopisa za mlade: „Rock idioli“; „Vodič za shopping“; „Živjela školska moda“; „Gotička strast je in“; „Manija za čiz-mama“; „Vodič za blagdanski shopping“; „Budi trendy – dandy“; „Yappiji“; „Mladi u New Yorku“; „Staro + novo=glamurozan look“; „Mladi i moda u Barceloni“; „Crveno je u modi“; „Kopiraj njen look – budi sport chick poput Beatrice Borromeo“; „Želiš li biti blijeda poput Nicol ili preplanula poput

Melisse“; „Budi poput poznatih zvijezda“; „Nauči od nje: želim kovrče poput Beyonce“; „Jesenski look: crvena usta su in“; „Glamurozna kao Christina Aguilera“; „Street look – nije jeftin kao što izgleda“; „Budi najmodernija djevojka od svih“; „Lijepa i u jesen“; „Ljetna ljepota: kako se ne udebljati niti grama!“; „Imaš li osmjeh kao Hillary?“. Sve je posvećeno formi a ne sadržaju. Individualnost u potpunosti nestaje te se forsira imitiranje u *photoshopu* obrađenih lica koja nas svakodnevno gledaju s raznih naslovnica, kao i naslovi poput ovih: „Neka tvoja koža procvjeta“; „Crno je romantično“; „Što jesti pod odmorom u školi“; „Kako imati prekrasne zube“; „Zanosne kovrče“; „Okrijepi se a da u svoj organizam ne uneseš niti jednu kaloriju!“; „Tajne izgleda pravih zvijezda“; „Sjajna kosa“; „Make-up: tri pogreške koje si nikako ne smiješ dopustiti“; „Uh... kako lijepi miris!“; „Duffy“; „Budi trendy na uzvišen način“; „Star look – budi kao one“... (Young 18, br. 30, Top girl br. 88, 2005.). Slična situacija je prisutna i u časopisima u Rusiji. U ruskom izdanju časopisa „Elle Girl“ (br. 198, 2009.) nalazimo prilog „stvar mjeseca“ u kojem se, u skladu s godišnjim dobom, reklamiraju kaputi. Preko čitave stranice slika je kaputa, a sa strane su stavljeni modni dodaci koji se nose u Parizu i Londonu, svi proizvodi imaju istaknute cijene i marke. Vidljivo je da se i u Rusiji slušaju modni diktati iz zapadnih prijestolnica koje diktiraju što je „in“ i „cool“ te sezone. Međutim, već u sljedećem prilogu „Moskva, ja te volim“ naglašava se, Rusima svojstveno, domoljublje, međutim, opet uz modni editorijal koji reklamira zapadnjačku dizajnersku modu (uz naglašavanje imena dizajnera i cijene na svakoj stranici). Časopis i inače obiluje (izravnim) reklamama, dok je u ovom prilogu reklama prikrivena kroz modni editorijal. Rubrika „Specijalni projekt“ (br. 198, 2009.) je, u biti, nagradna igra čija pobjednica dobiva modno snimanje i objavu fotografija u samom časopisu. Pobjednica, u ovom broju, je 15-godišnjakinja čiji je seksepil naglašen uz pomoć odjeće i šminke čime se postiglo da izgleda mnogo starije. Takav trend, sveprisutan kako u tinejdžerskim časopisima, tako i u ostalim medijima, Durham (2008.) naziva medijskom seksualizacijom. U rubrici moda nalazi se još i prilog „tajni savjetnik“ koji je ekvivalentan prilogu iz OK!-a „modna pitalica“, a razlikuju se po tome što se ovdje prilikom savjetovanja sugeriraju konkretni modni *brandovi* (br. 198, 2009.). Sve stranice u rubrici „moda“ sadrže reklame, kako izravne, tako i prikrivene. Iz svega navedenog je vidljivo da se rubrika Moda svodi na reklamiranje određenih proizvoda te slanje implicitne poruke da privlačan izgled mora biti prioritet svakog tinejdžera.

Otvorena pisma: Miliša, Tolić i Vertovšek (2010., 105) izdvajaju jedno iznimno poučno pismo mlade čitateljice pod naslovom „SEKS? NE HVALA!“ (Cioe', br. 43, 2006.), a koja je uputila uredništvu „Imam 15 godina te smatram da vaš časopis previše prostora daje seksu. Mislim da djevojke moje dobi uopće ne zanima seks niti išta o njemu. Iako se vremena mijenjaju smatram da nekakav sram još uvijek postoji. Ne mislim pri tom da biste u potpunosti trebali izbaciti tu temu no način na koji o njoj pišete dovodi do zaključka da je svaka djevojka obavezna izgubiti djevičanstvo prije nego dosegne punoljetnost. Ja bih željela više članaka o prijateljstvu, ratu u svijetu, o tome kako biti odan. Jer nitko ne uspijeva biti u potpunosti odan u današnje vrijeme. Tamy“. U odgovoru urednici časopisa govore Tamy kako ona nije ništa dužna činiti bez obzira na to što se o tome piše te da na taj način oni mladima žele približiti neke činjenice za koje su i oni sami sigurni da ih zanimaju. Pri kraju uz pohvalu za predložene ideje za članke o prijateljstvu, ratu i lojalnosti navode: „Kako bilo, ukoliko ti takva vrsta članaka stvara nelagodu, preskoči te stranice i posveti se drugim temama. Vidjet ćeš da ćeš za koju godinu ti također s užitkom čitati baš to kao i ostale super djevojke malo starije od tebe!“ (Cioe', br. 43, 2006).

Svakako je pozitivno da postoje tinejdžeri koji su sposobni kritički pristupati sadržajima koji im se serviraju u medijima te jasno i argumentirano iznijeti svoje mišljenje, međutim odgovor uredništva te implicitna poruka koju taj odgovor šalje je zabrinjavajuća. Naime, neozbiljno je i krajnje nepedagoški ismijavati mladu djevojku koja se usprotivila unificiranom i/ili nametnutom ponašanju kojim su mladi svakodnevno „bombardirani“ s raznih strana. Upravo su listovi za tinejdžere često ti koji naročito naglasak stavljaju na erotizirane teme, prikazujući seks kao imperativ i kriterij uspješnosti. Članci u tim časopisima perfidno nameću norme ponašanja, a mladi ljudi često, zbog niza ograničenja (ekonomskih, društvenih, kulturoloških, obiteljskih, privatnih), ne mogu pratiti nametnute obrasce poželjnog, pa dolazi do niza psiho-socijalnih problema (anoreksija, bulimija, seksualna fiksacija, eksperimentalno ponašanje, zdravstveno rizično ponašanje i sl.).

Ista rubrika (pod nazivom „Guru“) je prisutna i u ruskom časopisu (br. 198, 2009.). Međutim, ovdje se može izdvojiti pozitivan primjer odgovora na pitanje vezano uz spolni odnos u kojem se čitateljici savjetuje da dobro razmisli i pričekala dok ne bude spremna. Ne spominje se i ne preporučuje kontracepcija niti, u ovoj rubrici, ima ikakvog oblika oglašavanja (za razliku od hrvatskih časopisa).

Testovi: Testovi koji se često nalaze u časopisima za mlade nemaju pedagošku vrijednost. Naslovi testova u inozemnim časopisima su slični onima u Hrvatskoj: „Koji je tvoj idealan tip dečka?“, „Što o tebi misle drugi?“, „Znaš li čuvati tajnu?“, „Kojemu tipu ljubavnice, prijateljice ili zvijezde najviše odgovaraš?“, „Koliko si „vruća“ ljeti?“, „Jesi li spremna ti biti ta koja će napraviti prvi korak?“, „Kojemu tipu mobitela odgovaraš?“, „Da li mu se stvarno sviđaš?“, „Ljeto te baca u izazov?“, „Da li te stvarno voli?“, „Ima li drugu ili si mu ti jedina?“, „Što voli na tebi?“, „Kako ga osvojiti?“ (Cioe', br. 43, 2006). Ruski časopis također „ispituje“ trivijalne stvari poput stava prema humoru, tko je glavni u vezi i u kojem kazalištu bi mogli glumiti (br. 198, 2009.). Također je prisutan i test „Povijest lica“ koji, navodi se, „uz pomoć psihologije“ pomaže tinejdžerima spoznati pravu istinu o sebi. U testu se, ustvari, ne temelju pitanja o frizuri i najdražem komadu odjeće u ormaru zaključuje koji je „tvoj stil šminkanja“. Implicitna je poruka da naš stil šminkanja, frizura i odjeća odaju pravu istinu o nama, a riječ „psihologija“ se rabi samo kako bi se ovom plitkom sadržaju dao legitimitet, a bez ikakvog psihologijskog utemeljenja.

Vidljivo je da se testovi temelje na aspektima zaljubljivanja, dopadljivosti, načina zabave, a ne razvoju vještina komunikacije i socijalne inteligencije u odgoju. Ono što je najintrigantnije je podudarnost talijanskog lista za tinejdžere s njemačkim (Bravo, kolovoz 2004. prema Miliša, Tolić, Vertovšek, 2010.) s istim pitanjem na koje se odgovor nudi putem testa: „Kojemu tipu mobitela pripadaš?“. To je najpogubniji način manipuliranja potrebama mladih gdje je stvar iznad čovjeka i, što je odavno zapisano, zadnji vid otuđenja čovjeka (od samog sebe) je kada se stvari personaliziraju a pojedinac depersonalizira- fetiški karakter robe. Bitno je da se mladi čovjek kritički zna distancirati od takvog načina nametanja mišljenja i steći vještinu odupiranja.

6. Zaključak

U radu je naglašen očiti nedostatak pedagoških tekstova u časopisima za mlade te prisutnost površnog i manipulativnog sadržaja (s) prikrivenim oglašavanjem. Pokazalo se da ne postoje značajne razlike u odabiru tema koje obrađuju hrvatski i inozemni časopisi čime se potvrdila prva hipoteza. Teme prisutne u svim analiziranim časopisima se mogu svrstati u pet kategorija Stvarni život, Medijske zvijezde, Ljubav, Moda, Otvorena pisma.

Druga hipoteza o nepostojanju značajnih razlika u odabiru tema obrađivanih u časopisima u razdoblju između 2003. i 2006. i u razdoblju između 2009. i 2012. nije potvrđena budući da se, u slučaju hrvatskog časopisa „Teen“,

bilježi povećanje površnog i manipulativnog sadržaja, nauštrb (potencijalno) odgojnog. Treća i četvrta hipoteza su potvrđene budući da je analiza sadržaja pokazala da su najzastupljenije rubrike one o medijskim zvijezdama, modi i seksualnosti, kao i da izravno i prikryveno oglašavanje zauzima veliki dio svakog od analiziranih časopisa.

Ključnu ulogu u zaštiti mladih od ovih manipulativnih sadržaja ima medijska pedagogija i odgoj za medije, koji razvijaju odgovarajuće kompetencije. Ključne kompetencije su one medijske koje uključuju sve sposobnosti koje pojedinac mora usvojiti unutar medijski zasićenog društva. To se prvenstveno odnosi na sposobnost kritičke refleksije i dekodiranja medijskih simbola (Miliša, Tolić, 2008.) Zbog toga, medijska pedagogija mora pronaći svoje mjesto u nacionalnim i školskim kurikulumima kako bi, prvenstveno nastavnici, a preko njih i roditelji i učenici, usvojili medijske kompetencije te time ponudili alternativu medijskoj manipulaciji, inverziji vrijednosti i propagiranju konzumerizma što je prisutno u svim medijima, a posebno onima koji perfidno ciljaju na mladu publiku. Medijske kompetencije su nužne kako bi mladi mogli odgovoriti izazovima novih medija. A izazovi su jasni u situaciji kada je glavni cilj svih listova za tinejdžere podizanje tiraže sa senzacionalističkim priložima i sveprisutnim reklamama, dok su istinski interesi mladih zanemareni. Naročito naglasak se stavlja na erotizirane teme, prikazujući seks kao imperativ i kriterij uspješnosti. Sve to su pedagoški nedopustive poruke časopisa, jer se sustavno zanemaruje intelektualni, emocionalni i socijalni razvoj mladih čitatelja. Umjesto toga, kao suštinska pitanja se nude: kako biti zavodljiv, biti u modnom trendu, biti „faca“ i imati najnovija „čuda“ tehnike. Dominantnu kulturnu poruku koju časopisi za mlade šalju tinejdžericama je najbolje sažela Pipher (1994.): „Budi lijepa, ali ljepota je površna. Budi seksi, ali ne seksualna. Budi iskrena, ali nemoj povrijediti ničije osjećaje. Budi samostalna, ali budi ljubazna. Budi pametna, ali ne toliko pametna da ugrožavaš dečke.“

Literatura

- Chomsky, N. (2002.), *Propaganda i javno mišljenje*, V.B.Z., Zagreb.
- Chow, J. (2004.) Adolescents' perceptions of popular teen magazines. *Journal of Advanced Nursing* 48 (2), 132–139.
- Clarke, J. (2009.) Women's work, worry and fear: the portrayal of sexuality and sexual health in US magazines for teenage and middle-aged women, 2000–2007. *Culture, Health & Sexuality*, 11 (4), 415–429.

Duke, L., Kreshel, P. J. (1998.) Negotiating femininity: girls in early adolescence read teen magazines. *Journal of Communication Inquiry* 22(1), 48–71.

Durham, M. G. (1998.) Dilemmas of desire: representations of adolescent sexuality in two teen magazines. *Youth and Society* 29(3), 369–390.

Durham, M. G. (2008.) *The Lolita Effect: The Media Sexualization of Young Girls and What We Can Do about it*. The Overlook Press, New York.

Duschlbauer, T.W. (2004.) *Medium macht manipulation*, Wilhelm Braumuller Universitat, Wien.

Evans E. D., Rutberg J., Sather C., Turner C. (1991.) Content analysis of contemporary teen magazines for adolescent females. *Youth & Society* 23, 99–120.

Guillen, E. O., Barr, S. I. (1994.) Nutrition, dieting, and fitness messages in a magazine for adolescent women, 1970–1990. *Journal of Adolescent Health* 15, 464–472.

Kopacz, M. (2006.) Sexual Development and Behaviour Issues in Polish Teenage Magazines. *Central European Journal of Public Health*, 14 (4), 193–199.

Massoni, K. (2006.) „Teena Goes to Market’’: Seventeen Magazine and the Early Construction of the Teen Girl (As) Consumer. *The Journal of American Culture*, 29 (1), 31–42.

Miliša, Z. (2006) *Manipuliranje potrebama mladih*. MarkoM usluge d.o.o., Zagreb.

Miliša, Z., Tolić, M. (2008.) Određenje medijske pedagogije s komunikacijskog aspekta. *Medianali*, 2 (4), 113–130.

Miliša, Z., Tolić, M., Vertovšek, N. (2010.), *Mladi- ogoj za medije*, M.E.P., Zagreb

Miliša, Z., Ćurko, B. (2012.) *Odgoj za kritičko mišljenje i medijska manipulacija*. U: Miliša, Z. (ur.) *Tamna strana ekrana*, Tivatiskara, Varaždin, 11–24.

Pipher, M. (1994.) *Reviving Ophelia: Saving the Selves of Adolescent Girls*. Ballantine, New York.

Simić, M. (2006.) Sex and the Globalization of Female Teenagehood: Croatian and Serbian Teen Magazines of the New Era. U: Moranjak Bamburać, N., Jusić T., Isanović, A. (ur.) *Stereotyping: Representation of Women in Print Media in South East Europe*, Media Centar, Sarajevo, 161–186.

Tomić Koludrović, I., Leburić, A. (2001.), *Skeptična generacija*, AGM, Zagreb.

Vrcelj, S., Zloković, J. (2004.), Savjeti u medijima. U: Zbornik radova međunarodnog znanstvenog simpozija Mediji v izobraževanju, Pedagoška fakulteta univerze v Kopru, Visokoškolsko središče Novo Mesto, Visoka škola za upravljanje i poslovanje, Novo Mesto, 548-553.

Zgrabljic Rotar, N. (2005.) Mediji- Medijska pismenost, medijski sadržaji i medijski utjecaji. U: Zgrabljic Rotar, N. (ur.) Medijska pismenost i civilno društvo, Media Centar, Sarajevo, 9-45.

OK!, siječanj 2003., br.132.

OK!, travanj, 2003., br. 135.

OK!, srpanj, 2003., br. 138.

OK!, rujan, 2003., br. 140.

OK!, prosinac, 2003., br. 143.

OK!, siječanj, 2004., br. 144.

OK!, veljača, 2004., br. 145.

OK! lipanj, 2004., br. 149.

OK!, listopad, 2004., br. 153.

OK! prosinac, 2004., br. 155.

OK!, lipanj 2010., br. 221.

OK!, srpanj 2010., br. 222.

OK!, kolovoz 2010., br. 223.

OK!, listopad 2012., br. 249.

Teen, veljača 2003., br. 2.

Teen, lipanj 2003., br. 6.

Teen, rujan 2003., br. 9.

Teen, studeni 2003., br. 11.

Teen, prosinac 2003, br. 12.

Teen, siječanj 2004., br. 1.

Teen, ožujak 2004., br. 3.

Teen, svibanj 2004, br. 5.

Teen, srpanj 2004, br. 7.

Teen, kolovoz 2004, br. 8.

Teen, rujan 2012., br. 9.

Young 18, lipanj 2005., br. 30.

Top girl, lipanj, 2005., br. 88.

Cioe, lipanj 2006., br. 43.

Elle Girl, listopad 2009, br. 198.

INFORMISANJE MLADIH PUTEM MEDIJA

INFORMING THE YOUTH THROUGH THE MEDIA

JELENA MILJANIĆ,
članica Upravnog odbora Evropske agencije za informisanje i
savjetovanje mladih (ERYICA)

Apstrakt: Ovaj rad ima za cilj da predstavi osnovne probleme sa kojima se mladi ljudi danas suočavaju kada je u pitanju njihovo informisanje putem medija, koji danas predstavljaju osnovni i često jedini izvor informacija. Takođe, obrađuje se i veoma važno pitanje bezbjednost mladih tokom procesa njihovog informisanja putem medija, koje postaje sve aktuelnije i otvara mnoga neriješena pitanja i dileme.

Ključne riječi: Informisanje, mladi, mediji, govor mržnje, bezbjednost

Abstract: This paper aims to present the main problems that young people face today when it comes to their information through the media, which today are the primary and often the only source of information. It also deals with a very important issue of security of young people in the process of informing through the media, which is becoming more actual and raises many unanswered questions and dilemmas.

Keywords: Information, Youth, Media, Hate Speech, Safety

*Uspješnost komunikacije se ne mjeri
namjerom poruke,
već njenim efektom.*

1. Uvod

Informisanje mladih je proces koji ima za cilj da osnaži mlade ljude da donesu informisane odluke koje će im pomoći da naprave pozitivne životne izbore i postanu samostalni. Osim toga, informisanje mladih ima za cilj i da omogući mladima da učestvuju u životu društvene zajednice u kojoj žive, kao i u donošenju odluka o svim pitanjima od značaja za njihovu sadašnjost i budućnost. U tom smislu, tradicionalni i novi mediji su jedan od najznačajnijih kanala i instrumenata informisanja mladih, čija informativna uloga u ovom slučaju utiče ne samo na demokratski ambijent i transparentnost društvenih procesa, već i na razvoj mladih, njihove svakodnevne odluke ali i životne izbore. Ovim značaj medija za mlade postaje ogroman, kako za njihov lični razvoj tako i doprinos društvu.

Još jedan značajan aspekt informisanja mladih putem medija jeste pitanje bezbjednosti mladih u medijskom prostoru. Naime, posebno novi mediji, kao što su novinski portali, blogovi, forumi i društvene mreže otvaraju nebrojene mogućnosti za ugrožavanje bezbjednosti i dobrobiti mladih, kroz sadržaje koji sadrže govor mržnje, verbalno nasilje, kao i novinske tekstove koji dovode u pitanje sigurnost ličnih podataka i privatnosti mladih.

2. Informisanje mladih putem medija – uloga i odgovornost medija u informisanju mladih

U kompleksnim društvima i u integrisanoj Evropi koja nudi brojne izazove i mogućnosti, pristup informacijama i sposobnost njihovog analiziranja i korišćenja postaje sve važnija za mlade Evropljane. Informisanje mladih im može pomoći da ostvare svoje težnje i može promovisati njihovo učešće u društvu, kao aktivnih građana. Informacije treba da budu pružene na način koji proširuje izbore dostupne mladim ljudima, i promoviše njihovu autonomiju i osnaživanje. Poštovanje demokratije, ljudskih prava i osnovnih sloboda podrazumijeva pravo svih mladih ljudi na pristup potpunim, objektivnim, razumljivim i pouzdanim informacijama, o svim pitanjima i potrebama koje oni izraze. Ovo pravo na informacije je prepoznato u Univerzalnoj deklaraciji ljudskih prava, u Konvenciji o pravima djeteta, u Evropskoj konvenciji za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda, i u preporuci br. R (90) 7 Saveta Evrope koja se tiče informisanja i savjetovanja mladih u Evropi. Ovo pravo je i osnova

aktivnosti Evropske unije na polju informisanja mladih.¹ Ovako glasi preambula Evropske povelje o informisanju mladih, kreirane od strane Evropske agencije za informisanje mladih (ERYICA), krovne organizacije koja umrežava institucije i organizacije koje se bave razvojem informisanja mladih u 30-ak evropskih zemalja.

Informisanje mladih je, dakle, proces koji ima za cilj da osnaži mlade ljude da donesu informisane odluke koje će im pomoći da naprave pozitivne životne izbore i postanu samostalni. Osim toga, informisanje mladih ima za cilj i da omogući mladima da učestvuju u životu društvene zajednice u kojoj žive, kao i u donošenju odluka o svim pitanjima od značaja za njihovu sadašnjost i budućnost.

Informisanje mladih uključuje podsticanje mladih ljudi da aktivno koriste izvore informacija, razvijaju vještine korištenja informacija (informacijska pismenost), kao osnovu za lični napredak, pomažući im na taj način da razviju samostalnost i koriste svoje resurse.

U širem smislu, informisanje mladih podrazumijeva objedinjavanje i distribuiranje informacija za mlade, o pitanjima od njihovog interesa u ličnom, društvenom, i profesionalnom razvoju, na način koji je mladima blizak i razumljiv, na mjestima gdje im je prijatno da ih koriste, koristeći sve dostupne kanale informisanja i vrste kontakta sa svim grupama mladih, i poštujući principe informisanja mladih.

U razvijenim zemljama, informisanje mladih se sistematski i sistemski vrši kroz mreže info centara za mlade, gdje im obučeni profesionalci pružaju informacije iz svih oblasti bitnih za njihov lični i društveni razvoj. Ovu funkciju bi trebalo da jednako kvalitetno i odgovorno dopunjavaju sve institucije i organizacije, a posebno mediji, kao najmasovniji i najuticajniji kanal komunikacije i distribucije informacija.

U tom smislu, tradicionalni i novi mediji su jedan od najznačajnijih kanala i instrumenata informisanja mladih, čija informativna uloga u ovom slučaju utiče ne samo na demokratski ambijent i transparentnost društvenih procesa, već i na razvoj mladih, njihove svakodnevne odluke ali i životne izbore. Ovim značaj medija za mlade postaje ogroman, kako za njihov lični razvoj tako i doprinos društvu.

¹ EVROPSKA POVELJA O INFORMISANJU MLADIH, usvojena u Bratislavi (Slovačka) 19. novembra 2004. na 15. generalnoj skupštini Evropske agencije za informisanje i savjetovanje mladih (ERYICA), <http://eryica.org/page/european-youth-information-charter-0>

Tačne, razumljive informacije, prenešene jezikom koji mladi razumiju, uobličene tako da jednostavno mogu da se iskoriste, omogućavaju mladima da iskoriste sve prilike koje im se pružaju za obrazovanje, zapošljavanje, razvoj talenata i vještina, korištenje slobodnog vremena, učešće u donošenu odluka i životu zajednice.

Često se mladima zamjera neaktivnost i nemotivisanost. A još češće je uzrok istih neinformisanost mladih o mogućnostima koje postoje i načinima stvaranja onih mogućnosti koje nedostaju. Još češće mladi nemaju mjesto ni način da saznaju kako, primjera radi, mogu da utiču na odluke koje se donose u njihovo ime, ili pak kako da apliciraju za stipendiju u inostranstvu. Od ovih mogućnosti ih dijeli samo jedna informacija, samo jedan napor medija, institucija, organizacija, da distribuiraju relevantne informacije onima kojima su namijenjene i kojima mogu koristiti.

Demokratija, promjene, građansko društvo, pravna država – vrlo često korišteni termini u medijima, vrlo često eksploatisane teme. Uloga medija u promociji i postizanju istih jeste ključna. Međutim, ukoliko se informacije o ovim ili bilo kojim drugim društvenim procesima prenose na način i u formatu nerazumljivom i neprivlačnom mladima, vrlo je teško očekivati da će mladi čuti a kamoli iskoristiti ponuđene informacije. Karakteristike kvalitetne, upotrebljive informacije jesu jasnoća, relevantnost, tačnost, i prilagođenost ciljnoj grupi. Jedan od osnovnih postulata uspješne komunikacije jeste da se ona ne mjeri namjerom već ishodom.

Uloga i obaveza medija, dakle, nije samo puko prenošenje podataka, već i njihovo prilagođavanje ciljnoj grupi, sa ciljem razumijevanja i korištenja prezentovanih podataka od strane mladih slušalaca, gledalaca, čitalaca. Ovdje nije riječ samo o prilagođenosti jezika koji se koristi za prenošenje informacije već i o prilagođenosti prezentovanja informacija određenim grupama mladih, kao što su mladi sa invaliditetom, za koje je potrebno omogućiti dostupnost informacija koje se prenose putem elektornskih i štampanih medija. Svakako, transformacija podatka u upotrebljivu informaciju, imajući u vidu sve specifičnosti pripranika ciljne grupe, jeste jedna od obaveza i uloga medija.

Da bi informacija bila upotrebljiva, potrebno je i da onaj ko je prima, u ovom slučaju mlada osoba, bude informacijski pismen/a, i da ima vještine prepoznavanja, odabira, analize, korištenja informacije na pravi način.

Informacijska pismenost predstavlja set znanja i vještina koje osobi omogućavaju da prepozna kad joj je informacija potrebna, da pronade, proci-

jeni i efikasno iskoristi potrebnu informaciju (American Library association, 1989).

Informacijska pismenost bi trebalo da se stiče kroz sistem formalnog obrazovanja, programe neformalnog obrazovanja, ali i medijske sadržaje, jer je odgovornost svakog distributera informacija da obezbijedi njihovu optimalnu upotrebljivost, pa i kroz podsticanje informacijske pismenosti.

3. Informisanje mladih putem medija i bezbjednost mladih

Još jedan značajan aspekt informisanja mladih putem medija jeste pitanje bezbjednosti mladih u medijskom prostoru. Naime, posebno novi mediji, kao što su novinski portali, blogovi, forumi i društvene mreže otvaraju nebrojene mogućnosti za ugrožavanje bezbjednosti i dobrobiti mladih, kroz sadržaje koji sadrže govor mržnje, verbalno nasilje, kao i novinske tekstove koji dovode u pitanje sigurnost ličnih podataka i privatnosti mladih.

Ovo su pitanja koja moraju biti u fokusu svih medija, kako pri svakodnevnom kreiranju sadržaja, tako i pri kreiranju opšte politike poslovanja i djelovanja samog medija.

Imajući u vidu visok nivo interaktivnosti novi medija, pojave koje su generisane od strane samih korisnika, treba da budu predmet posebne pažnje medija. Komentari čitalaca online novinskih portala, koji promovišu mržnju i pozivaju na nasilje, redovna su pojava. Ovakvi sadržaji predstavljaju direktnu izloženost mladih štetnim sadržajima koji direktno ili indirektno negativno utiču na njihovo trenutno ili trajno osjećanje bezbjednosti, dostojanstva i sigurnosti. Komentari koji pozivaju na mržnju ili nasilje prema osobama drugačije seksualne orijentacije, nacionalne ili političke pripadnosti, direktno ugrožavaju osjećaj sigurnosti mladih pripadnika ovih društvenih grupa.

Sve veći problem govora mržnje na internetu prepoznao je i Savjet Evrope, pa će ova organizacija, zajedno sa zemljama članicama, započeti evropsku kampanju za mlade i sa mladima, a protiv govora mržnje na internetu. Kampanja² će početi 31. marta tekuće godine, a sadržaće niz evropskih i nacionalnih aktivnosti usmjerenih na suzbijanje govora mržnje na internetu, sa posebnim akcentom na mlade kao ugroženu ciljnu grupu, ali i glavne aktiviste na suzbijanju ovog problema.

² <http://act4hre.coe.int> - Projekat "Suzbijanje govora mržnje na internetu", Savjet Evrope

4. Zaključak

Imajući u vidu nespornu činjenicu da se proces informisanja mladih danas odvija prvenstveno putem medija, važno je prepoznavati potencijalne probleme, koji nastaju iz ove interakcije i razgovarati o njima. Takođe, poželjno je i potrebno vršiti kontinuiranu edukaciju mladih o značaju razumijevanja medija i medijskih sadržaja, t.j. učiti mlade medijskoj pismenosti i medijskoj kulturi.

Mediji moraju imati odgovornost za svaki sadržaj generisan od strane korisnika, koji može imati elemente verbalnog nasilja, uznemiravanja ili govora mržnje prema pojedincu ili grupi. Iako većina online medija ima politiku upravljanja ovakvim pojavama, potrebno je preduzeti intenzivne mjere na rješavanju ovog problema, kako u okviru medija, tako i u okviru obrazovnog sistema, rada sa mladima kroz programe neformalnog obrazovanja, kao i sve druge oblike rada sa mladima, institucionalne mehanizme i zakonske instrumente kada je to potrebno i moguće.

Literatura

Evropska povelja o informisanju mladih, usvojena u Bratislavi (Slovačka) 19. novembra 2004. godine, na 15. generalnoj skupštini Evropske agencije za informisanje i savjetovanje mladih (ERYICA), <http://eryica.org/page/european-youth-information-charter-0>

Principi informisanja mladih putem interneta, usvojeni u Rotterdamu, 5. decembra 2009. godine, na 20. generalnoj skupštini Evropske agencije za informisanje i savjetovanje mladih (ERYICA), <http://eryica.org/page/principles-online-youth-information>

Vodič za kvalitet i sigurnost na internetu - priručnik za informisanje mladih putem interneta, Evropska agencija za informisanje i savjetovanje mladih (ERYICA), <http://eryica.org/news/guide-safety-and-quality-online-new-look>

<http://act4hre.coe.int> - Projekat "Suzbijanje govora mržnje na internetu", Savjet Evrope

Osnovna polazišta za suzbijanje govora mržnje na internetu, Gavan Titley, Britanski institut za ljudska prava, Laszlo Foldi, Savjet Evrope, 2012, <http://act4hre.coe.int>

Govor mržnje na internetu na Zapadnom Balkanu, Godišnji izvještaj za 2010. godinu, Regionalni centar za manjine

PRIVATNOST NA INTERNETU

PRIVACY ON THE INTERNET

MIRJANA PERIŠIĆ,

Agencija za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama

Apstrakt: Uticaj interneta na život pojedinca može biti dvosmjernan. S jedne strane dobijamo dragocjene informacije i stičemo znanja dok smo s druge strane suočeni sa izazovom mogućih zloupotreba. Objavlivanjem informacija iz našeg privatnog života na društvenim mrežama preuzimamo odgovornost i rizik da lični podaci koje smo učinili dostupnim određenom broju ljudi dalje budu obrađivani u neprimjerene svrhe. Stoga, treba iskoristiti mehanizme zaštite koje internet nudi i na taj način smanjiti rizik od mogućih zloupotreba.

Ključne riječi: Privatnost, društvene mreže, mrežna krađa identiteta, pravo na zaborav

Abstract: The influence of the Internet on an individual's life can be two-way. On the one hand we get valuable information and acquire knowledge, while on the other hand we are faced with the challenge of possible abuse. By publishing the information arising from our private lives on social networks, we undertake responsibility and risk for further making our personal data that we have made available to a certain number of people, processed for inappropriate purposes. Therefore, we must use the protection mechanisms of the Internet and thus reduce the risk of possible abuse.

Keywords: Privacy, Social Networks, Network Identity Theft, the Right to Forget

1. Uvod

Da li smo se odrekli privatnosti i gdje je granica u onome što želimo da drugi znaju o nama? Osnivač Fejsbuka-a Mark Zuckerberg je kazao: „Privatnost kao društvena norma je pitanje prošlosti“. Ovakva definicija tvorca jedne od najpopularnijih društvenih mreža navodi na razmišljanje, da li je moguće sačuvati privatnost?

Pravo na privatnost i na zaštitu ličnih podataka su zajemčeni najvišim pravnim aktom, Ustavom Crne Gore, ali bezbijeđenost naših ličnih podataka zavisi od djelovanja svih društvenih subjekata a ponajviše nas kao pojedinaca. Privatnost nije nešto čega se stidimo, već nešto što ne želimo da drugi znaju o nama tj.što želimo da dijelimo samo sa određenim krugom ljudi. Suštinski značaj ovog prava spoznajemo tek onda kada, mimo naše volje, u javnost dospiju informacije iz našeg ličnog i porodičnog života.

U eri informacionih tehnologija svako on nas je u većoj ili manjoj mjeri konzument interneta i drugih sredstava modernih komunikacija. Nesporne su prednosti koje internet nudi. Prije svega, probijene su barijere širenja znanja i iskustava, brzog informisanja i komunikacije ,bilo kada i bilo gdje. Na taj način internet je postao veoma uticajan medij. Interesantan je podatak da se internet u najmanjoj mjeri koristi u svrhu obrazovanja i za obavljanje poslova dok se najviše koristi za razmjenu elektronske pošte i zabavu.

2. Privatnost na društvenim mrežama

Fenomen koji nije zaobišao ni Crnu Goru jesu društvene mreže. Rijetki su slučajevi da neko, naročito pripadnik mlađe populacije, nema profil na Fejsbuku ili Tviteru. Putem društvenih mreža se vrši svakodnevna razmjena ličnih podataka: objavljuju se fotografije, statusi, informacije o tome gdje se nalazimo, s kim se družimo, šta radimo, kako provodimo slobodno vrijeme, kakva su nam interesovanja... Zahvaljujući tome, korisnici koji imaju pristup takvim podacima na osnovu istih vrše profilaciju naše ličnosti. Obzirom da na društvenim mrežama postoje mnogobrojne stranice našim „lajkom“ (time što kliknemo da nam se stranica dopada) dodatno otkrivamo svoj ukus i sklonosti.

Pravila o privatnosti na društvenim mrežama se mogu posmatrati kao određena vrsta ugovornog odnosa između društvene mreže i korisnika u pogledu obrade ličnih podataka što podrazumijeva niz prava i obaveza. Društvena mreža će posjedovati podatke koje pojedinac plasira a činiće ih dostupnim samo licima za koje je dobila saglasnost da to čini. Dakle, pojedinac pri-

hvata da određene informacije budu dostupne ili nedostupne drugim korisnicima na način što ima mogućnost izbora da dozvoli odnosno zabrani pristup ličnim podacima.

Društvene mreže su obezbijedile opcije za podešavanje privatnosti, zato je važno da prije nego postanemo konzumenti nekog sadržaja izučimo uputstvo za upotrebu. Na primjer, na Fejsbuku postoji mogućnost „podešavanja privatnosti“ koja omogućava da svakom od naših „prijatelja“ dodijelimo određeni obim prava na naše lične podatke. Dakle, možemo birati ko može da vidi naše fotografije, statute i sl.. Prilikom objavljivanja statusa, u kojima se po pravilu iznose trenutna osjećanja i utisci, jako je bitno voditi računa da u njima ne saopštavamo npr. gdje putujemo i na koliko dana, jer ovakav podatak može da bude zeleno svijetlo nekome ko ima namjeru da obije našu kuću.

3. Lozinka

Za pristup Fejsbuku, Tviteru ili imejl nalogu potrebno je posjedovati lozinku. Prilikom odabira lozinke treba voditi računa da ona bude što duža i sačinjena kako od slova, tako i od brojeva ili simbola, dakle da se radi o kombinovanoj lozinki; da bude dovoljno jednostavna kako bismo je lako upamtili, ali i dovoljno komplikovana da je drugi ne mogu nahotično pogoditi. Lozinka nikada ne treba da bude sačinjena od ličnog imena ili prezimena, imena brata, sestre ili kućnog ljubimca, datuma rođenja i sl.. Ovakve lozinke se pretpostavljaju i uvijek će se prve isprobati od strane nekog ko ima namjeru da zaviri u naše podatke na internetu.

4. Mrežna krađa identiteta (Phishing)

Jedna od opasnosti koja vreba na internetu je mrežna krađa identiteta koja se najčešće vrši putem e-mail poruka. Nije preporučljivo pokretati bilo kakav sadržaj koji je primljen sa nepoznate adrese. Dakle, ne treba odgovarati na imejl poruke nepoznatog pošiljaoca u kojima nas najčešće obavještavaju da smo dobitnici na lutriji ili nasljednici pozamašne sume novca.

Vođenjem dalje prepiske pošiljac će pokušati da dođe u posjed naših ličnih podataka, prije svega broja bankovnog računa, i da zatraži određenu novčanu transakciju koja je neophodna kako bi se realizovao transfer novca. Nakon toga ćemo biti upućivani na lažne web sajtove koji po svojoj sadržini i formi podsjećaju na servis koji koristimo. Kako je na taj način izvršena mrežna krađa identiteta, naši lični podaci će se dalje nezakonito obrađivati.

5. Umjesto zaključka: Imamo li “pravo na zaborav”?

Student prava iz Austrije je od jedne društvene mreže zatražio informaciju o podacima koji se čuvaju na njegovom profilu. Bio je iznenađen da je kao odgovor dobio 1.224 stranice informacija među kojima su bile i one koje je on smatrao da je obrisao.

Veći obim informacija objavljenih na internetu predstavlja i veći potencijalni rizik od ugrožavanja prava na privatnost. Prije svakog objavljivanja ličnih podataka moramo biti svjesni da internet pamti i da to što smo obrisali neki podatak nije garancija da se on ne može naći na globalnoj mreži. Evropska komisija se zalaže da se građanima omogući pravo na zaborav tako da je istakla niz prijedloga kojima se pooštravaju pravila o zaštiti ličnih podataka i poštovanju privatnosti korisnika. Kompanije iz EU područja će na zahtjev pojedinca morati da uklone sve njegove lične podatke koji se nalaze na internetu. Ovakav pristup bi prouzrokovao porast stepena povjerenja u onlajn servise jer bi obrada ličnih podataka bila proizvod volje lica čiji se podaci obrađuju.

Pitanje zaštite pojedinca u odnosu na zloupotrebu njegovih ličnih podataka na internetu odnosno pitanje utvrđivanja odgovornosti i krivice onoga ko je počinio povredu nije ni malo jednostavno. Subjekti koji su odgovorni za adekvatnu obradu ličnih podataka su rasprostranjeni širom svijeta, stoga je jako teško utvrditi ko je i odakle počinio prekršaj, prije svega imajući u vidu mogućnost korišćenja vajarles konekcija. Dakle, moramo voditi računa da drugim licima ne činimo dostupnim sadržaje čijim bi objavljivanjem pretrpjeli štetu i da dobro razmislimo o obimu informacijama koje plasiramo na internetu jer nekada i mi sami možemo biti krivci za posljedice koje će uslijediti.

UDK: 316.774:654.1:17

OSNOVNE KARAKTERISTIKE PROFESIJE I LIČNOSTI TELEVIZIJSKOG REPORTERA

MAIN PROFESSION AND PERSONALITY FEATURES OF THE TELEVISION REPORTER

MIRKO JAKOVLJEVIĆ,
magistrant na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu

Apstrakt: U vreme velike ekspanzije mas medija a pogotovo elektronskih i njihovog uticaja na javno mnjenje televizija ima veliku ulogu. Opstaje u svojevrsnoj utakmici sa internetom i drugim oblicima savremenih sredstava komunikacija. Televizijski reporter je zanimanje od ključnog značaja u pripremi televizijskog programa. Njegova uloga, mesto i značaj u sistemu hijerarhije televizijskih poslova gotovo da je od neprocenjive važnosti za funkcionisanje medija i sam rejting medija. Svakako da i formirana ličnost televizijskog reportera određuje profil njegovog aktiviteta i delovanja. Cilj ovog rada je da profesiju televizijskog reportera sagleda uz svih uglova uzimajući u obzir i samu televiziju kao medij sa svojim složenim mehanizmom delovanja, njenom funkcijom i ulogom u društvu i najvažnije da sagleda ličnost televizijskog reportera.

Ključne reči: Televizijski reporter, televizija, profesija, komunikacija, ličnost

Abstract: In the time of the great expansion of the mass media, especially electronic and their impact on the public television involve a big role. It survives in a kind of competition with the Internet and other forms of modern communication. TV reporter's interest is crucial in the preparation of television programs. Its role and importance in the system hierarchy television business is almost invaluable in the performing the media and the media rating of alone. Certainly, television personality and the formed reporters profile determines its

activity and action. The aim of this paper is to examine the professions grade of television reporters to all corners of considering itself as the medium of television with its complex mechanism of action, its function and role in society, and most important to recognise the personality of television reporters.

Keywords: *Television Reporters, Television, Profession, Communication, Personality*

1. Uvod

Televizija je jedno od najmoćnijih sredstava masovnih komunikacija. Kod nas i u svetu ima veliku ulogu u kreiranju javnog mnjenja. Neobjašnjiva je sposobnost televizijskog signala da se uvuče u svaki kutak društvene realnosti i da ga oblikuje po ukusu onih koji su direktni nosioci vlasti. Privilegija televizije je dakle, da saopštava istinu ma kakva ona bila. To naravno treba da podrazumeva da se prema svim pitanjima i odnosi onako kako su i postavljeni osnovni novinarski postulati i standardi i da se poštuju principi etičkog kodeksa novinarske profesije. Zato je profesija televizijski reporter društveno odgovorna, zahtevna i veoma važna. Sa svim osobenostima i karakteristikama ličnosti onih koji obavljaju taj posao, profesiji televizijski reporter nije ukazivana dovoljna pažnja.

Cilj rada je da ukaže na sve potrebne preduslove koje televizijski reporter treba da ispuni kako bi se, primenom svih pravila u opisu tog zanimanja, poštovali principi etičkog kodeksa i izbeglo neprofesionalno izveštavanje a reporteri kao direktni učesnici i kreatori javnog mnjenja i reprezentanti medija za koga rade bili poštovani i ugledni članovi društva.

2. Uloga i mesto televizijskog reportera

Televizija je dobila ime kombinovanjem grčke reči **tele** (daleko) i latinske reči **visio** (vidim). U najslobodnijem prevodu definicija televizije je gledanje slike na daljinu. Upravo je to osnovni postulat koji moraju da poštuju novinari koji rade u elektronskom mediju zvanom televizija. I, odmah treba podvući da je novinar- novinar u štampanim medijima a reporter-novinar u elektronskim medijima. Njihov rad karakteriše, pre svega, to što "razmišljaju" slikom. Slika je ta poruka koja sa određenim, i to odgovarajućim tekstom- "offom", čini rubriku odnosno prilog. Televizijski reporter, dakle šalje poruku javnosti putem "upakovane" slike i teksta.

Međutim, "upakovana rubrika" kao finalni proizvod, rezultat je rada čitavog tima ljudi. Urednika, reportera, snimatelja, asistenta snimatelja i vozača ekipe, pa do ljudi zaposlenih u samoj realizaciji emisije i tehnici. Svako iz ekipe podjednako je važan u plasiranju rubrike do gledalaca, ali je uloga televizijskog reportera ovde na prvom mestu. Naime, upravo od njegovog "osećaja" za temu, ideje za realizaciju, zavisi i kvalitet snimka a posredno i rejting same medijske kuće.

Posao reportera ne poznaje radno vreme. On je uvek na zadatku. Njegova uloga je da opažanjem procesa u životnom okruženju, ali i praćenjem društveno-političkih tokova prikuplja informacije u oblasti delovanja.

Bitan uslov za uspešnu realizaciju pripreme priloga je i pravovremeno reagovanje reportera na uočenu pojavu.

Odmah po opažanju, reporter obaveštava urednika deska, (u žargonu desk je glavna prostorija informativnog programa, mesto gde se sa cele teritorije pokrivenosti televizijskim signalom određene televizijske stanice slivaju vesti), odnosno, urednika informativnog programa bilo na redakcijskom sastanku ili kada je događaj označen kao "hitno", mobilnim telefonom i šalje poziv snimateljskoj ekipi da mu se pridruži na terenu kako bi što pre informacija došla do gledalaca. Televizijska vest je, u žargonu se kaže, spora vest ako se poredi sa radijskom veću jer informacija putem radijskih talasa može odmah biti plasirana direktno putem, recimo, mobilnog telefona. Televizija je u tom pogledu sporija jer je potrebno vreme da se prilog izmontira. Međutim, vreme plasiranja televizijske slike do gledalaca u današnjoj eri elektronike i kompijuterske digitalne tehnologije znatno je skraćeno. Pomenućemo velike mogućnosti digitalne tehnologije, recimo, "ap linkova" tako da se putem satelitskih veza vrlo brzo može plasirati informacija. Jedan od takvih digitalnih sistema je nemački satelit Europäische Telekommunikations-Satelliten-Organisation (Eutelsat) lansiran za televizijske i telekomunikacione potrebe još 1977.godine da bi se kasnije proširio novim satelitima Hot Bird 1,2,3. Moguće je zahvaljujući savremenim tehnologijama "biti prvi" i kada je u pitanju plasman televizijske vesti.

Kada je reč o takozvanim "sporovoznim" priložima njihova priprema je daleko studioznija. Zadatak reportera je da permanentno bude aktuelan. Na svakom redakcijskom sastanku neophodno je da na pitanje urednika ima odgovor i temu koju će toga dana obrađivati. U nekadašnjem TV Centru Jagodina Poslovne Jedinice Srbija Danas Radio televizije Srbije urednik je tražio od svakog reportera po tri predložene teme koje će potencijalno biti snimljene i

montirane. To je prilika da se televizijski reporteri koji u profesiju unose ono istraživačko, dokažu i pokažu javnosti.

Upravo je pomenuti odnos urednik-televizijski reporter bitan uslov stvaranja rejtinga određene televizijske stanice. I ta magična reč – rejting, sinonim je za sadržaj programske šeme televizijske stanice a samim tim i za njen finansijski opstanak na sve probirljivijem i ekonomski nemilosrdnom tržištu.

Koncept brojnih televizijskih redakcija u današnjim tržišnim uslovima rada predviđa da televizijski reporter pored osnovnog poznavanja funcionisanja elektronskih medija, mora da poznaje i tehniku snimanja video kamerama. Time je u televizijska zanimanja na velika vrata ušetao televizijski reporter-snimatelj. Osoba koja pored poznavanja novinarskog-reporterskog posla može da snimi tehnički prihvatljive kadrove na određenom događaju. Snimatelj-reporter sve više je zastupljen u brojnim televizijskim redakcijama jer se time u uslovima sve većeg broja privatnih televizijskih emitera racionalnije upošljavaju kadrovi.

Zanimanje televizijski reporter u sebi sublimira neprestano strujanje ali i najvažnije vladanje informacijama. Televizijski reporter je i u osnovi značenja tog zanimanja televizijski reporter samo ako ima "šesto čulo" i instinkt u koji, prvo on, a zatim i urednik veruje. Mentalni sklop televizijskog reportera istraživača karakteriše i iskustvo, ali i spremnost da se postavi pitanje. Da! Da se postavi pitanje onom ko bi o određenom problemu mogao nešto da zna. I da uvek uz karakteristiku ličnosti ima dozu hrabrosti da pojavu koju prepozna reporterski obradi i javnosti plasira. Na kraju odnos televizijski reporter- gledalac najbitniji je u procesu proizvodnje televizijskih informacija. Stvaranje poverenja gledalaca je dug i težak posao televizijskog reportera. Toliko složen a sa druge strane jednim objavljivanjem neproverene informacije dugogodišnji trud može se dovesti u pitanje. Nikada ne treba zaboraviti iz vida činjenicu da javnost reporterske greške ne oprašta i da se jednom izgubljeno poverenje gledalaca nikada ne vraća. Zato ovde možemo da podvučemo onu novinarsku istinu da se dva puta proveriti pre nego što se objavi.

3. Televizija kao sredstvo masovnih komunikacija

Pokušaj pokretanja televizije vezuje se za davnu 1888. godinu. Naime, još tada je nemački fizičar Paul Nipkov patentirao katodnu cev. Taj neverovatan izum podstakao je i druge naučnike da krenu u pravcu daljeg razvoja tadašnje elektronike, ali je Vladimir Zvorkin i pogotovo škotski inženjer Džon Logi Berd 1920. god. prezentovao spravu koja je pokrenula savremenu tehnološku

revoluciju- televizor. U sledećih desetak godina javlja se ekspanzija televizije (u slobodnom prevodu- prenosu slike na daljinu). Ovde treba reći da je u Srbiji i tadašnjoj Jugoslaviji prva demonstracija televizije bila 1938. god. u organizaciji holandske firme "Filips". Televizija se i eksperimentalno najbrže razvija u Americi, a u Evropi, posebno u Nemačkoj. I dok se sredinom četrdesetih godina u Americi javlja televizija u boji Evropa zahvaćena ratnim dejstvima zapostavlja razvoj televizije. Ipak, najplodonosnije godine u razvoju televizije su pedesete godine prošlog veka. Talas emitovanja televizijskog signala nije zaobišao ni Srbiju i tadašnju Jugoslaviju. Stogodišnjica rođenja Nikole Tesle bio je odličan povod da se jednom od utemeljivača radio-difuzije u svetu u Srbiji oduže emitovanjem televizijskog programa na Tehničkoj velikoj školi u Beogradu, jula 1956. god.

Radio Beograd je, naime od 1955. vodio akciju za pokretanje televizije koja će po tehničkim mogućnostima biti na nivou tadašnjih evropskih televizijskih stanica. Tako je u februaru 1958. god. Radio Beograd prerastao u Radio televiziju Beograd a od 23. avgusta do 2. septembra iz za tadašnje prilike najsavremenijeg studija na Balkanu emitovan je program svih novinarskih žanrova punih jedanaest dana. Kontinuirano emitovanje televizijskog programa kod nas je počelo 28. novembra 1958.god. Sve do raspada prethodne Jugoslavije emitovan je zajednički televizijski program uživo ili iz studija. Izrađeni su sistemi predajnika i linkovskih veza a po svojoj impozantnosti izdvajao se televizijski toranj na Avali, visok 202,85 metara prvi betonski televizijski toranj u svetu jednakostraničnog trougla, srušen u bombardovanju Srbije 1999.god. Od samog početka rada Televizija Beograd bila je prisutna u svetu. Pamtiće se prenosi pomračenja Sunca, sa Jastrepca 1961.god., učešće u prvom satelitskom prenosu iz Evrope u Ameriku, prenosu Prvenstva Evrope u Atletici. Program naše televizije tako je na delu svakodnevno opravdavao televiziju kao sredstvo masovnih komunikacija.

Dakle, istovremeno se razvijajući primenom najnovijih elektronskih dostignuća teletekstom, videotekstom,ekspanzijom digitalizacije, televizija je ostvarivala i važnu informativnu funkciju i veoma brzo preuzela primat u sferi masovnih komunikacija.

Upravo je televizijska tehnologija stvorila neprevaziđen spoj tehnike i ljudi da bude bez premca u plasmanu i prikupljanju informacija i vesti najširoj populaciji. Radiodifuzija je danas najveći svetski fenomen. Na delu je globalizacija medijskog prostora u trci u kojoj je konkurencija izuzetno velika. U uslovima izuzetne tehnološke razvijenosti, gledalac nije više puki posmatrač već

mu je omogućena dvosmerna komunikacija, da pomoću recimo mobilnih SMS poruka aktivno učestvuje u određenim programima. Time je televizija ustvari nastavila sa izgradnjom virtuelnog čudesnog "dodira na daljinu" uz angažovanje svih naših čula na daljinu koje nikoga ne ostavljaju ravnodušnim. Tako je mogućnost da "se bude" kilometrima daleko a u stavri nigde se ne ide iz fotelje, televizija daleko nadmašila druga sredstva masovnih komunikacija. Gotovo da su u drugi plan stavljene knjige, fiksni telefoni, telegraf, radioamaterske stanice. Televizija je doduše učinila da se polako gubi granica koja je razdvajala komunikaciju od obrade informacije. Razvoj televizije koji je uslovljen razvojem elektronike i digitalne tehnologije ubrzao je usavršavanje televizijske opreme pre svega uveo je kompjutere u proces proizvodnje informacija odnosno vesti i time opravdao definiciju da je vest u stvari roba. Različita su mišljenja naučnika i komunikologa o ulozi televizije kao najmoćnijeg sredstva masovnih komunikacija. Istraživanja su jasno pokazala da je recimo od 2001. godine kada je televizijski program bio ravnopravan po broju korisnika sa internetom ponovo televizija preuzela primat. Odgovor leži u činjenici da je veliki broj sajber korisnika i onih koji posao obavljaju preko popularnog neta van radnog vremena, odnosno u slobodno vreme željno zabave i razonode pa se ponovo vraćaju televizijskim aparatima. Naravno jedan od glavnih razloga je i korišćenje televizije u oblasti elektronskog informisanja. Nije na odmet ovde reći da čovek 85 odsto informacija prima putem čula vida. Kvalitetna slika, lepo osmišljena scenografija jednostavno su neophodni uslov za plasiranje informacija. Zato je uloga televizijskog programa pre svega u političkom, ekonomskom i ukupnom životu cele planete nemerljiva. Gotovo toliko snažna i moćna da je televizija postala jednostavno fenomen koji zavređuje multidisciplinarnu naučnu analizu. Proizvodnja i promet informacija i danas se shvata se kao osnovna društvena delatnost. I danas se svakodnevno potvrđuju stavovi Maršala Meklauna o teoriji masovnih komunikacija koja se poklapa sa razvojem postindustrijske društvene teorije. Projekcija globalizacije putem elektronskih medija uz, mnogi su se složili značajno isticanje televizije kao hladno sredstvo masovne komunikacije Meklaunovoj podeli na vruća i hladna sredstva. Jednostavno, televizija je previše vruće sredstvo a ponekad i opasno oružje vladajuće većine u pojedinim zemljama za ostavrenje svojih ciljeva. Zašto? Zato što vizuelni mediji nameću svoje stavove gledaocima. Upravo i Balding u svojim naučnim opservacijama upozorava da značaj televizije nije adekvatno odmeren jer televizija je upravo karakteristična po svojoj sugestibilnosti. Verovatno da Vladimir Zvorkin, kada je 1933.god. postavljao tehničke

temelje televizije, nije je zamišljao kao sredstvo masovnih komunikacija. Gledaoci su jednostavno "bombardovani" informacijama. Zato je televizija i moćno komunikacijsko oružje koje može da promeni ne samo čoveka, već i društvo u celini. To je stav i američkog komunikologa Dejvida Mek Kvina. A kada se govori o totalizaciji društva sociolozi masovnih komunikacija oštro kritikuju ulogu medija pogotovo elektronskih, pre svega televizije. Televizija naime povećava izolaciju i nesposobnost pojedinca a Rajt Mils ide do te mere da jednostavno tvrdi da televizija podstiče stvaranje "psihološke nepismenosti".

4. Dokle dosežu mogućnosti televizije kao sredstva masovnih komunikacija

Elektronski mediji pogotovo televizija spada u jedno od najmoćnijih sredstava masovnih komunikacija. U svetu i kod nas ima veliku ulogu u kreiranju javnog mnjenja. Zato i ne čudi što je televizija "opasna igračka". Velika moć javnog servisa primetna je na svakom koraku. Magična sposobnost televizijskog signala da se uvuče u svaki kutak društvene realnosti i da ga oblikuje po, da tako kažemo ukusu većine u parlamentarnoj skupštini ostaće uvek želja svakog ko pretenduje da osvoji vlast. Posebno je to uočljivo u zemljama koje prolaze tranziciju. Te zemlje su upravo i suočene sa izazovima današnjice i bliske sutrašnjice koje kreiraju upravo ti javni servisi. Privilegija televizije je dakle da saopštava istinu ma kakva ona bila. To naravno podrazumeva da se prema svim pitanjima odnosi onako kako su i postavljeni osnovni novinarski postulati i standardi i da se poštuju etički kodeksi. Novinarski kodeksi su univerzalni za sve medije ali su neki svojstveni upravo televiziji koja zbog velike gledanosti, tehnološke posebnosti, svoje sugestivnosti mora tim pitanjima da posveti veliku pažnju.

Emitovanje pokretnih slika mora da bude pokriveno određenim zakonskim regulativama. Televizijski programi u sebi moraju da imaju emisije sa obrazovnim, informativnim i kulturnim sadržajima. U sadržajima tih emisija je i odgovor na pitanje dokle dosežu mogućnosti televizije. Tu do izražaja dolazi moć televizijske slike. Prizori viđeni na televizijskom ekranu izazivaju neuporedivo jače efekte na gledaoce od recimo uticaja štampanih medija. Naime, gledaocima je omogućeno da vide događaj što je daleko veći uticaj nego recimo najobjektivniji opis u izveštaju novinara štanpanog medija. I tu je skrivena opasnost koja se može sprečiti jedino poštovanjem etičkih kodeksa reporterske profesije. Manipulacija slikom odnosno podmetanje neodgovarajuće slike dešava se nekad nenamerno a istorija je pokazala nekad i namerno,

zarad ostvarivanja "viših ciljeva". Jednostavno televizijski program koji se emituje prezentuje određenu temu, razrađuje je i daje zaključak. Gledalac ne dobija pravo da gledajući emisiju kod kuće, zavaljen u udobnu fotelju iznese odmah svoj sud. To meže učiniti opet ako mu urednik odnosno prenter to omogući objavljivanjem telefonskog broja ili pak davanjem komentara preko SMS poruka. Ali, ovde treba reći da je to opet u "milosti televizije" da pruži šansu gledaocima na povratni flesch back. Kada su određene teme od takozvanog značaja jednostavno uređivačka politika je slepa sluškinja zvaničnog državnog stava. Televizije koje su u takozvanom nezavisnom korpusu imaju znatno manju vidljivost a samim tim i manji uticaj na javno mnjenje. Televizija je na našim prostorima dokazala odavno da je prekršila i pisana i nepisana etička i moralna pravila. Čak se i danas krše, a publici je ostavljeno da sama pronade put do istine. Nekada i između redova. Došlo se do takve situacije da se publika "navikla" na takve sadržaje. Ne treba izgubiti iz vida da je u zemljama našeg okruženja besneo rat, da je naše područje bilo izloženo katastrofalnim prirodnim katastrofama, zemljotresima, poplavama.

Činjenica je i da retko koja televizijska stanica ima napisane smernice za urednike. Ako ih i ima, pitanje je dali se i poštuju. Praksa je pokazala da odluku o emitovanju dramatičnih televizijskih snimaka urednik donosi sam ad hoc. Dakle, urednik mora da zna koje će posledice imati emitovani snimak odnosno montirani prilog. To se posebno odnosi na najmlađe gledaoce, decu do 18 godina. Ostavljeno je dakle da urednik na osnovu sopstvenog senzibiliteta donese odluku o emitovanju. Ovde moramo reći i to da je procesom privatizacije elektronskih medija i otvaranjem brojnih komercijalnih televizijskih emitera i uloga urednika u pojedinim medijskim kućama diskreditovana u odnosu na recimo ulogu direktora i vlasnika. Naime, sve više se "direktor pita" odnosno meša u uređivačke poslove tako da nije redak slučaj da odluka o emitovanju nekog, ponekad i ne tako važnog priloga bude donesena "zajedničkim snagama" od strane direktora i urednika odnosno sve više na preporuku direktora. Takvo stanje u našim medijima se opravdava činjenicom da je finansiranje rada elektronskih medija dosta skupo, da su potrebna velika sredstva i da vlasnik želi da uloženi novac sve češće se čuje ne baca uzalud. Tom stanju doprineli su i neodgovorni pojedinci- novinari, televizijski reporteri i drugi zaposleni, urušavajući ugled sopstvene profesije koja je možemo sa sigurnošću tvrditi časna i poštena.

Veliku odgovornost profesije nose upravo sami televizijski reporettri. Pogotovo reporettri istraživači. Očito da je i televizijsko novinarstvo postalo

uskraćeno za one hrabre reportere istraživače koji ne prezaju da istraže temu i adekvatno je plasiraju javnosti. Izgleda da je sve više onih pukih prepisivača saopštenja za štampu koji ne žele da se dovoljno udube u problematiku. Time uskraćuju pravo javnosti da bude pravovremeno, objektivno i tačno informisana i ono najvažnije, takvi reporetri nisi iskreni ni prema samom sebi i profesiji od koje žive. Televizijski reporter mora svakodnevno da koristi velike mogućnosti televizije kao sredstva masovnih komunikacija i da poštenim odnosom prema profesiji predanim radom izveštava javnost. Time će nastaviti dalji razvoj televizije, najmoćnijeg elektronskog medija.

5. Plan i program rada televizijskog reportera

5.1 Operativni plan rada

Operativni rad televizijskog reportera ogleda se u njegovoj spremnosti da u svakom trenutku deluje kako bi plasirao informaciju javnosti. Proces nastajanja montiranog priloga na određenu temu iz oblasti zaštite životne sredine zahteva određene operativne aktivnosti koje karakterišu rad televizijskog reportera.

Rad u redakciji informativnog programa je živa aktivnost. Svakog trenutka može uslediti poziv da se odmah krene tragom informacije na teren. Televizijski reporter zato mora biti spreman na sve izazove novinarske profesije. Da bi svi njemu povereni radni zadaci bili i realizovani televizijski reporter mora da se pridržava operativnog plana rada koji je unapred pripremio i svakako, koji je odobrio urednik odnosno neposredni rukovodilac poslova televizijskog reportera. Kako izgleda operativni plan delovanja televizijskog reportera? Elaboracija ovog plana podrazumeva rad televizijskog reportera u redakciji koja ima u programskoj šemi informativne emisije.

Mesečne aktivnosti: Prikupljanje zanimljivih tema za istraživanje pripremu i emitovanje.

Nedeljne aktivnosti: Obavezno prisustvo nedeljnom redakcijskom sastanku i prezentovanje uredniku plana aktivnosti za narednu nedelju. Istraživanje zanimljivih tema i montiranje priloga za emisiju vesti.

Dnevne aktivnosti: Obavezno prisustvo redakcijskom sastanku i predlaganje uredniku najmanje tri teme koje mogu da zadovolje redakcijske kriterijume za objavljivanje. Permanentno prikupljanje informacija vezanih iz svih oblasti društvenog života. Konstantno održavanje kontakta sa potencijalnim izvorima informacija. Redovno praćenje informacija koje se plasiraju putem

interneta, drugih elektronskih medija, praćenje stručne literature i specijalizovanih časopisa, dnevne štampe.

Operativni plan rada televizijskog reportera u redakcijama svodi se na dnevne aktivnosti date u prethodnoj elaboraciji.

Međutim, svakodnevno se može i mora dopunjavati novim aktivnostima. Novinarstvo kao profesija, a posebno televizijsko novinarstvo je neprekidni interaktivni proces strujanja informacija. Sigurno da se u svakom trenutku može desiti neki nepredvidivi događaj koji može da izbije u prvi plan delovanja televizijskog reportera. To su gotovo po pravilu vesti za takozvani head line odnosno foršpan emisije vesti. Foršpan, od nemačke reči *Vorspann*, predstavlja formu određenog trajanja, kojom se nešto najavljuje i sastavljen je od najatraktivnijih sekvenci montiranog priloga.

Operativni plan rada mora biti u bliskoj vezi sa programskom orijentacijom medija u kome radi televizijski reporter. Jedan drugog ne smeju i ne mogu isključivati. Oni su međusobno protkani neraskidivim nitima.

Informativni program elektronskih medija pored ustaljene emisije vesti prezentuje i specijalizovane emisije posvećene političkim, privrednim, poljoprivrednim, kulturnim, sportskim i drugim sadržajima.

5.2 Metodika aktiviteta televizijskog reportera

Metodologija je nauka o ukupnosti svih oblika i načina istraživanja pomoću kojih se dolazi do objektivnog i sistematskog naučnog saznanja (Vikipedija, def. metodologije). Metod je za televizijskog reportera planski postupak koji se koristi kako bi se postigao cilj ili rešio određeni problem prilikom pripreme televizijske reportaže. Metodologija rada televizijskog reportera svodi se, u jednoj rečenici na istraživanje određene pojave sintezom svih pojedinačnih metoda kojima se ta pojava ispituje. Televizijski reporter u radu na prikupljanju relevantnih podataka za snimanje televizijske reportaže koristi sve metode istraživanja.

Kako metodološki pristupiti poslu, izradi televizijske reportaže pitanje je na koje odgovor svakodnevno daju upravo televizijski reporetri angažovani u informativnim redakcijama elektronskih medija, televizije pre svega, na poslovima prikupljanja informacija u vezi očuvanja svih segmenata kulturnog, privrednog, sportskog i uopšte društvenog života.

Ključ dobrog izveštavanja leži u činjenici više puta dokazanoj u praksi u pripremi televizijskog reportera.

Reportaža može da nastane na dva načina. Prvi je da televizijski reporter dobije zadatak od urednika a drugi je da sam predloži temu koju će obraditi i prezentovati javnosti. Reporter ideje može da pronade i u takozvanim saopštenjima određenih političkih partija, nevladinih organizacija i sl. koje pristizu u redakciju kao i prateći tok i izveštavanju sa recimo, lokalne skupštine.

Jedno od najvažnijih pravila televizijskih reportera jeste da pišu razumljivim rečima i stilom da ga obični svet razume. Mali broj gledalaca će razumeti neke naučne termine u tekstu ili potražiti u rečnicima njihovo značenje. Neophodno je da rečenice budu kratke i jasne. Reporter mora da ume da pita. Ni je sramota pitati da se pojasni neko značenje reči. Bolje je odmah razjasniti šta je nejasno nego da se javnost dovodi u zabludu. Televizijski reporter mora da obrati pažnju da određenoj temi ne da previše značaja. Poverenje gledalaca teško se stiče a lako gubi.

Svi televizijski reporteri pa i novinari uopšte se slažu da je rad na reportaži najvažniji i najlepši trenutak reporterske karijere. Kako uraditi reportažu proučava se na novinarskim fakultetima i to pola školske godine, čitav semestar. Za one koji su izučavali proces nastajanja televizijske reportaže a i za one koji su znanja stekli radeći u dnevnim informativnim redakcijama isto pravilo važi-vremenski okvir trajanja priče ne određuje da li će reportaža biti dobra ili ne. Kada je o televizijskoj reportaži reč prihvatljivo je vreme od 24 ili 52 minuta zbog usvojenih standarda trajanja blokova u televizijskim programskim šemama. Za televizijsku reportažu je potrebna interesantna priča, kvalitetna slika, i muzička podloga. Veoma je bitno da se poštuju standardi prilikom snimanja "sirovog" nemontiranog materijala a to je da odnos bude 7:1. To je sandard koji je poštovan u redakcijama TV centara i dopisništva Radio televizije Beograd. Toliko snimaka je potrebno kako bi se u montaži došlo do kvalitetno upakovane televizijske priče.

Poštujući metodologiju rada televizijski reporter mora tačno da razgraniči šta je u stvari "prava" tema koja može da bude reportaža. Reportaže mogu biti aktuelne i kako se u žargonu nazivaju "sporovozne" odnosno da budu "na regalu". Postoje informativne, privredne, političke, kulturne, sportske, putopisne, obrazovne ali i one koje predstavljaju određene ličnosti. Metodologija rada televizijskog reportera podrazumeva da u radu na televizijskoj reportaži učestvuje brojna ekipa ljudi. Pravilo je da su u ekipi: reporter, snimatelj, asistent snimatelja odnosno ton majstor, reditelj i producent odnosno organizator. Montažer se uključuje na samom kraju procesa nastajanja reportaže kao i muzički urednik koji odabira muzičku podlogu. Međutim u praksi

se sve svodi na dva člana ekipe i to: reportera i snimatelja na terenu i montažera u montažerskoj sobi na kraju procesa. Ponekad je reporter i snimatelj što je sve češća praksa u televizijskim stanicama regionalnog i lokalnog karaktera. Analiziraćemo slučaj kada ekipa nije kompletna, kada je čine reporter, snimatelj i montažer u montaži.

Kada reporter odabere temu i kada je urednik odobri za rad metodološki rad televizijskog reportera tek počinje. Put do ovog trenutka nije ni malo lak. Potrebno je dosta profesionalnog znanja i reporterskog staža da se uradi reportaža koja, urednici vole da kažu "mora da odjekne" odnosno da ostavi poruku gledalištu.

Odobrena tema koja je predmet rada televizijskog reportera je pažljivo odabrana, analizirana iz više uglova a reporter je za nju pripremljen. Televizijski reporetr na teren nosi sinopsis (grč. synopsis predstavlja konkretizaciju ideje za reportažu sa sažeto ispisanom fabulom. Za reportažu sinopsis je, često, dovoljan kao pismena priprema za snimanje). Televizijski reporter treba da bude upoznat i sa zakonskom regulativom iz te oblasti, da ima potencijalne sagovornike i sa jedne i sa druge strane i da je unapred pripremio, ako se radi o nekoj temi istraživačkog novinarstva ključne i pomoćne dokumente. Posebnu pažnju posvetiće da li postoje možda neke prepreke kada je u pitanju etički kodeks novinarske profesije.

Televizijski reporter odlazi na teren u tačno dogovoreno vreme uz prethodnu najavu dolaska. Obaveza reportera je da sa sobom nosi mikrofonski kabl, tape traku, novinarski notes i više od jedne olovke. Iskustvo je potvrdilo najmanje tri. Obaveza snimatelja je da ponese video kameru, stativ, rasvetu, baterijsko napajanje. Neophodno je da u automobilu bude rezervoar ispunjen do vrha a putni nalog ispisan još pre ulaska u vozilo. Televizijski reporter mora da "u glavi" zna šta snimatelj treba da snimi. Naravno reporter se neće mešati u dužinu, recimo švenka (nemački Schwenk. kretanje kamere oko svoje vertikalne ili horizontalne osovine koje ima za cilj da otkrije novi prostor, koriguje kompoziciju, prati aktere i objekte snimanja) ili plana snimanja ljudske figure. Reporter će jasno staviti do znanja snimatelju temu koju rade, planiranu dužinu montiranog filma, broj snimljenih sagovornika (u žargonu se upotrebljava reč sinhron od trenutka kada je razvoj tehnike omogućio da se istovremeno snimaju i montiraju sinhronizovano slika i ton) i lokacije snimanja za takozvano pokrivanje, sliku koja će se koristiti za ilustraciju reporterskog off-a odnosno teksta. To je sve neophodno kako bi snimatelj mogao da obezbedi dovoljno baterijskog punjenja i da planira vreme povratka u redakci-

ju, jer u savremenim uslovima proizvodnje televizijskog programa jedan snimatelj u toku dana mora da obavi više snimanja na terenu. Po dolasku na teren televizijski reporter se predstavlja sagovornicima i počinje realizaciju snimanja. Nepisano je pravilo da se najpre snime "sinhroni" "izjave" odnosno razgovori sa sagovornicima. Televizijski reporter mora unapred da se dogovori sa sagovornicima oko dužine trajanja razgovora.

Prilikom snimanja televizijski reporter mora da vodi računa o nekim bitnim pravilima pojavljivanja na snimku. Osnovno je da bude prikladno odeven što na neki način određuje tema reportaže. Mora da poštuje pravilo pojavljivanja televizijskog reportera na snimku. Mikrofon treba da drži u ruci bližoj sagovorniku tako da ne "prekriva" kadar slike i na dovoljnoj udaljenosti od usta sagovornika. Posebna pažnja se posvećuje da se na snimku ne vidi "ruka" reportera. Ona je u kompoziciji kadra jednostavno višak. Reporter mora s dužnom pažnjom da sasluša odgovor sagovornika do kraja i da mu ne upada u reč. Da predvidi vreme kako bi snimatelj mogao da "prekadrira", snimi sagovornika iz drugog plana ako je potrebno da mu se postavlja više pitanja odnosno samog reportera koji prati izlaganje sagovornika. Treba obratiti pažnju i da se tok snimanje razgovora ne prekida, odnosno da se obezbedi nesmetan rad ekipi jer svaki onovljeni snimak može da izgubi ono izvornu originalnu priču. Primer za to je nenameran ili nameran prolazak deteta ili nekog drugog lica ispred kamere, dobacivanje nepristojnih reči reporteru i sl. Nakon snimljenih tonskih izjava snimatelj nastavlja sa snimanjem kadrova za tzv: "pokrivanje". I ti kadrovi treba da odgovaraju reporterskom tekstu, odnosno "off"-u (engl. off. zvuk sadržaj prostora koji se nalazi van okvira kadra- zvuk čiji je izvor nevidljiv u kadru, privremeno, ili se uopšte ne može videti, npr. spikerski komentar). Da bi u montaži, finalnom postupku "pakovanja" reportaže montažer imao dovoljno kadrova snimatelj mora da snimi i kadrove koji su "živi" koji gledaocima približavaju celu priču. Na primer snimju se sagovornikove oči, ruke i sl. I snimatelj u svom poslu mora da slikom dočara gledaocima mesto dešavanja i trenutak razgovora reportera i sagovornika.

Veoma važan detalj prilikom snimanja "materijala" je snimati takozvani "it- ton". (Skraćenica za internacionalni ton- električni tonski signal koji sadrži originalne ambijente zvučne efekte a ponekad i autentične razgovore sa lica mesta). Inter- ton je ton sa kamere koji dočarava atmosferu prilikom snimanja reportaže. Nekada je upravo inter- ton presudan za pravi utisak na gledaoce i može u pojedinim situacijama mnogo više da kaže od reporterskog off-a. Recimo snimak uzdaha rudara kada izlazi iz okna ili ratara na polju.

Ukoliko je ekipa na terenu sastavljena od dva člana, reportera i snimatelja, reporter je taj koji vodi knjigu snimanja i beleži šta se snima. To je neophodno kako bi se u montaži izbeglo besomučno montanje trake, ali i da reporter ima uvid u snimateljski rad. Ukoliko je ekipa na terenu u kompletnom sastavu popis kadrova obavlja organizator.

Po dolasku u redakciju televizijski reporter najpre precizira termin za montažu i na montažu reportaže odlazi sa pripremljenim tekstom. U novije vreme najpre pregleda snimke sa trake pa napiše tekst i odredi tonske delove sagovornika koje će uzeti za montažu priloga. Čitanje off-a je posebno važno. Reporter posebnu pažnju mora da posveti dikciji i boji glasa. Televizijski reporter, ukoliko čita tekst, a pošto je i autor rubrike to je gotovo preporučljivo mora da "čuva dobar glas". Naime po dikciji i boji glasa televizijski reporeter je prepoznatljiv gledaocima. To je do te mere izraženo da gledaoci kada čuju nekog reportera tačno znaju i koju oblast prati i koja će tema biti. Ali, to je već posebna oblast, možemo slobodno reći nauke o prezentovanju reportaže na televiziji.

Sam proces montaže je veoma dinamičan. Nakon pročitano off-a pristupa se "pakovanju slike". Montaža je veoma važan proces nastajanja reportaže. Montažer u dogovoru sa televizijskim reporetrom odabira kadrove i montira reportažu. Na samom kraju uz pomoć muzičkog urednika ili u dogovoru sa montažerom, televizijski reporter "podvlači" reportažu odgovarajućom muzičkom podlogom. I to je na kraju kruna procesa metodike rada televizijskog reportera. Muzika mora da bude pažljivo odabrana. Jačina na mestima gde nema off-a pravilno upakovana odnosno postavljena tako da reportaži da je završni pečat, ali nikako da skreće i odvlači pažnju gledalaca.

Na kraju televizijski reporter je posao završio onda kada se reportaža emituje. Veliko zadovoljstvo, neopisivo, osetiće nakon prezentovanja reportaže a da li je uspeo znaće po reakciji gledališta. Televizijski reporter zna da je uradio dobar posao ako mu, a praksa je to dokazala, većina kolega kaže da reportažu "nije stigla da odgleda". To je nepisano pravilo i siguran pokazatelj da je televizijski reporter odradio dobro posao.

6. Bitne komponente ličnosti televizijskog reportera

Ličnost je jedan od temeljnih pojmova psihologije koji se odnosi na neponovljiv, relativno čvrsto integrisan, stabilan i kompleksan psihički sklop osobina, koji određuje karakteristično i dosledno ponašanje individue. U te osobine spadaju intelektualne sposobnosti, vrednosti, motivi, emocije, ciljevi i

namere, način ponašanja. Ličnost je dinamička struktura koju čini sistem međusobno povezanih crta (sposobnosti, temperamenta, karaktera), motiva, vrednosti, stavova itd. Najopštije, to je stabilna organizacija individualnih karakteristika čoveka na osnovu koje se svaki pojedinac razlikuje od svih ostalih. Prema Olportu, ličnost je dinamička organizacija onih psiho-fizičkih sistema unutar individue koji određuju njeno karakteristično ponašanje i njen karakterističan način mišljenja. Prema psihoanalizi, ličnost je složen strukturalni i dinamički sistem koji obuhvata veći broj podsistema ili instanci. Jung tome dodaje još i elemente kolektivne podsvesti koji ulaze u strukturu ličnosti.

Po Frojdu, ličnost se sastoji iz tri instance: id (ono), ego (ja) i superego (nad-ja). Samo prva (id) postoji od rođenja, dok se druge dve razvijaju kasnije, kao rezultat životnih okolnosti deteta (odnosa sa roditeljima). *Id* je sila koja nagoni na direktno zadovoljenje telesnih potreba. *Ego* je praktična, racionalna komponenta ličnosti. On počinje da se pojavljuje tokom prve godine života, kao reakcija na činjenicu da se detetove potrebe ne mogu uvek neposredno zadovoljiti. Između treće i četvrte godine razvija se i *Superego* – "moralni agens" ličnosti, koji se razvija kao rezultat identifikacije deteta sa roditeljem istog pola i inkorporacije (unošenja na unutrašnji plan) moralnih standarda odraslih (pre svega roditelja).

Erikson pretpostavlja postojanje libidinalne ili emocionalne energije od samog početka života i pripisuje joj ključnu ulogu u ljudskom psihičkom funkcionisanju. Smatra da se razvoj odvija kroz nekoliko faza, od kojih se neke vremenski poklapaju sa originalnim Frojdovim razvojnim fazama. Ipak, postoje tri osnovne oblasti u kojima Eriksonova teorija značajno odstupa od Frojdove. Prvo, on daleko veći značaj u razvoju ličnosti pridaje egu, razumnom delu ličnosti. Drugo, posmatra pojedinca u širem socijalnom okviru porodice i njenog kulturnog nasleđa, za razliku od Frojda, koji se usredsređuje na trougao majka-otac-dete. Treće, Erikson ističe da svaki pojedinac ima prilike da razreši svoje razvojne krize. Erikson kaže: "Malo je toga što se ne može izlečiti kasnije, a mnogo toga što se može sprečiti da se uopšte dogodi".

6.1 Određenja ličnosti televizijskog reportera

Da bi reporter uspešno odgovorio zahtevima novinarske profesije potreban je određen nivo zrelosti. Zrelost se definiše kao nivo psihičkog i fizičkog razvoja ličnosti koje će joj omogućiti da obavlja zahteve postavljene u redakciji. Zrelost može biti fizička, intelektualna, emocionalna i socijalna.

- Fizička zrelost podrazumeva određeni nivo telesne razvijenosti i razvijenosti fizičkih sposobnosti
- Emocionalna zrelost podrazumeva određeni razvoj emocionalne stabilnosti, kontrole emocija, samopouzdanja, samostalnosti
- Socijalna zrelost se odnosi na mogućnost sticanja specifičnih oblika ponašanja potrebnih za uspostavljanje i održavanje društvenih veza
- Intelektualna zrelost se odnosi na razvijenost intelektualnih funkcija: opažanja, mišljenja, govora, pamćenja i sl.

Svi reporteri ne napreduju istim tempom, ni u fizičkom, emotivnom, socijalnom i intelektualnom razvoju. Početak rada na poslovima reportera u redakciji podrazumeva i zrelost za učenje i sticanje novih znanja. Spremnost zavisi od psihofizičkog razvoja, ranijeg iskustva i stečenih znanja. Testiranje zaposlenih služi:

- Da bi se procenio stepen pripremljenosti reportera za posao,
- Da bi se obratila pažnja na reportere koji imaju potencijalne teškoće u izveštavanju i adaptaciji na zahtevan i društveno odgovoran posao.

Profesija televizijski reporter u osnovi podrazumeva da se njom bavi stabilna-**zrela ličnost**. Ona treba u velikoj meri da ima sledeće **osobine**:

- Sposobna je da sa drugim ličnostima uspostavi usaglašene, tj. harmonične odnose, što podrazumeva visok stepen izjednačenja sopstvenih želja i interesa sa željama i interesima drugih ljudi sa kojima se živi i sarađuje, ili često komunicira..
- Sposobna je da društvu uvek da više nego što ono od nje očekuje. To označava visoki stepen altruizma, težnju da se drugima pruži sve što je čovek sposoban da im da, kako bi se postigla dobrobit svih ili većine ljudi.
- *Pouzdana* je, tj. uživa nepodeljeno poverenje drugih, ne izneverava očekivanja, *odgovorno* izvršava prihvaćene zadatke, diskretna je i nenametljiva.
- U životu i radu je *uporna, izdržljiva*. Ume sebi da postavi ostvarive ciljeve i da se za njih neumorno zalaže, ne plaši se teškoća, neuspeha i odricanja, nego ih smatra podsticajima za još veće zalaganje..
- *Odlučna* je i puna volje za životom i uspehom, što govori da je *ambiciozna*, ali uvek svesna svojih mogućnosti i dometa.
- Ne zavisi od tuđe pomoći, sposobna je da samostalno donosi odluke, *elastična* je, uvek u svemu uzima u obzir vreme, uslove za realizaciju ciljeva, tuđe stavove i mišljenja, pa je u visokom stepenu spremna i sposobna za *kompromise*.

– Celishodno kontroliše upražnjavanje svojih prirodnih nagona (glad, žeđ, seksualna potreba i dr.) i nikada ih ne ostvaruje na štetu drugoga.

7. Zaključak

Profesija televizijskog reportera i sve karakteristike ličnosti osobe koja obavlja taj posao nesumnjivo je veoma složena i kompleksna. Sa svim osobenostima, karakteristikama, profesija reportera u televiziji može se svrstati u veoma zahtevne i društveno odgovorne. Samim tim spada u visoko etičke i moralne profesije. Imajući u vidu složenost i metodiku aktiviteta televizijskog reportera kao i sve karakteristike ličnosti koje mora da poseduje da bi se uopšte bavio tim poslom zaključak je da profesija televizijski reporter spada i u visokorizična stresna zanimanja. Biti tv reporter znači posvetiti se potpuno profesiji. „Živeti u profesiji“ i raditi posao koji podrazumeva da ne postoji radno vreme, da nema slobodnog vremena, vikenda, praznika. Formula uspeha ličnog rada tv reportera, prepoznatljivost njegovih priloga, izveštaja, glasa, poverenja gledalaca svakako da umnogome opredeljuju i rejting medija u kome je zaposlen reporter. Svi uspesi su nesumnjivo rezultat timskog rada redakcije, ali ne treba zaboraviti da redakciju čine pojedinci koji jednostavno moraju da svakodnevno opstaju u trci za pravovremenom, tačnom i objektivnom informacijom. U vreme savremenih tehnologija i današnje vreme koje možemo s pravom okarakterisati kao digitalno okruženje zapaženo mesto zauzima i televizijski reporter. To je uspeo jer je opstao ostvarujući se u profesiji i kao ličnost.

Literatura

- Đurić, D. (2001), *Profesija novinar*, Beograd: NIC Vojska.
- Erikson, E. (1963), *Childhood and Society*, New York: Norton.
- Erikson, E. (1967), *Omladina, kriza, identifikacija*, Titograd: Pobjeda.
- Hock, R. R. (2004), „Koliko ste moralni?“ u: *Četrdeset znanstvenih studija koje su promijenile psihologiju*, Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Mekgark, H. (1978), *Razvoj i promena*, Beograd: Nolit.
- Radovanović, M. (1997), *Ljudska ličnost i mentalna zagađenja životne sredine*, Novi Sad
- Vidanović, I. (2006), *Rečnik socijalnog rada*, Beograd: Vidanović, I.

UDK: 316.774:654.1

**RADIO KAO SREDSTVO MEĐUNARODNE POLITIČKE
PROPAGANDE NAKON DRUGOG SVJETSKOG RATA¹**

**RADIO AS TOOL OF INTERNATIONAL POLITICAL
PROPAGANDA AFTER SECOND WORLD WAR**

mr DRAGIĆ RABRENOVIĆ,
direktor Radija Bijelo Polje

Apstrakt: U ovom radu se bavimo radiom kao medijem koji je imao značajnu propagandnu ulogu u godinama nakon Drugog svjetskog rata. Iako su međunarodna emitovanja započela veoma rano, sa pojavom prvih radio stanica, kulminacija je svakako bila u vremenu hladnog rata. Na jednoj strani komunistička SSSR i savezničke države, a na drugoj strani SAD i ne komunističke evropske države osnivale su radio stanice kao oružje u borbi u tom specifičnom ratu. S obzirom da su radio talasi jedini mogli u određenim trenucima da prelaze „gvozdenu zavjesu“ jasno je koliki su uticaj imale. Međunarodne stanice su osnivali i sa jedne i sa druge strane, a mi ćemo pokušati da kroz metode analize sadržaja i komparacije prikazemo koliki su uticaj imale u stvarnosti. Nakon uvodnog dijela ukratko ćemo se osvrnuti na nastanak i razvoj radio stanica sa međunarodnim emitovanjima, dok ćemo najviše pažnje posvetiti dešavanjima nakon Drugog svjetskog rata. Osvrnućemo se na ulogu radio stanica koje su osnovale SAD kako bi emitovale program u Evropi, kao i na njihov značaj u propagandnim aktivnostima. Pažnju ćemo posvetiti i organizovanim ometanjima rada signala, zatim razlozima koji sa jedne strane opravdavaju i onima koji se protive postojanju ovih stanica, kao i efektima koje su ove stanice imale kao sredstva propagande.

¹ Rad je nastao kao dio magistarskog rada odbranjenog na Fakultetu političkih nauka u Beogradu

Ključne riječi: Radio, propaganda, međunarodna emitovanja, hladni rat

Apstrakt: *In this paper we deal with radio as a medium which had propaganda role in the years after World War II. Although the international broadcasting began very early, shortly after the appearance of the first radio station, the culmination was in the Cold War. On one side of the Communist Soviet Union and its allied countries, and on the other side of the U.S. and not communist European states were founded radio station as a weapon in the fight in that specific war. Because radio waves are each able at times to cross the „Iron Curtain“ is obviously what effect they had. International stations were established on both sides, we will try using the method of content analysis and comparisons to describe how influence was in reality. After the introductory part we briefly consider the emergence and development of the international radio broadcasts, and we will focus on events after World War II. We shall review on the role of radio stations founded by the United States to broadcast the program in Europe, as well as their importance in the propaganda activities. We will pay attention on the organized jamming of radio signals, then the reasons that justify the one hand and those who oppose the existence of these stations, and the effects that these stations had worked as a tools of propaganda.*

Key words: Radio, Propaganda, International Broadcasting, Cold War

1. Uvod

Mogućnost međunarodnog komuniciranja pomoću radio signala uočena je još početkom prošlog vijeka. Stoga se mogu pronaći brojni primjeri koji govore o upotrebi i zloupotrebi radija u propagandne svrhe od strane neke države. Radio stanice su sa programima za inostranstvo u propagandne svrhe započele još 1920-tih godina. Mnoge vlade su posjedovale stanice koje su najpozitivnije opisivale svoje nacije i to na način koji je bio prilagođen slušaocima u inostranstvu, posebno u situacijama kada se podsticao nacionalni biznis ili turizam. Emiteri iz jedne države imali su dosta razloga za uticaj na javnost drugih država, kako za emitovanje religijskih uvjerenja, obrazovanje, kontakt sa iseljenim stanovništvom, poboljšanje trgovine, promociju

turizma ili promociju nacionalnog ugleda. Mnoge su stanice pokrenute od strane religioznih emitera kako bi plasirali religijsko obrazovanje, religioznu muziku ili bogoslužjenje, molitvene programe.² Stanice takođe emituju programe međunarodnoj publici i iz kulturnih razloga, druge uključuju i učenje stranih jezika, kao što je španski *Radio exterior de Espana*, *BBC World Service*, Glas Amerike ili Radio Australija, koji takođe imaju razvijen obrazovni segment. Međutim, jedan od najočiglednijih razloga pokretanja ovih radio stanica svakako je i promocija ideologije. Na primjer, program Radio Moskve od '60-tih do '80-tih bio je baziran na temama 'Šta je komunizam'. U drugim slučajevima svrha je bila da se negativno prikažu proizvodi drugih nacija ili unutrašnji disidenti i buntovnici. Ostali razlozi uključuju emitovanje vijesti kao što to čine *BBC World Service* i Glas Amerike. Kao dodatak ovim programima tokom Sovjetske dominacije istočnom Evropom, Američka stanica Radio Slobodna Evropa (*Radio Free Europe*) pokrenula je sopstveni program za domicilno stanovništvo „iza gvozdene zavjese“.

Pitanjem potrebe i svrhe međunarodnih emitovanja bavili su se razni teoretičari. Tako „međunarodni specijalista za radio-difuziju Dag Bojd (Doug Boyd) postavlja četiri glavna razloga za međunarodna emitovanja nacionalnog programa: 1) da podstakne državni ugled, 2) da promovise državne interese, 3) da uspostavi religijsku i političku indoktrinaciju, 4) da pojača kulturne veze“ (Heil, 2003:4). „Radio-komunikacijom usmerenom na inostranstvo bavi se svojevremeno Mekbrajdova komisija, koja je za potrebe Unesko-a proučavala svetsku komunikacionu situaciju. Ona je uočila sledećih pet ciljeva od kojih su prva četiri legitimna i dopuštena, dok peti dovodi u pitanje pravila međunarodnog fer-pleja koji je prihvaćen od zemalja članica Ujedinjenih nacija. Ti ciljevi su: 1. Da se održi kontakt sa sunarodnicima u prekomorskim zemljama, dobiju vesti od kuće i sačuva privrženost matičnoj kulturi. 2. Da se omogućí uvid u vesti o najnovijim domaćim i međunarodnim dešavanjima, i to u prvom redu slušaocima koji, po proceni emitera, nemaju pristupa informacijama koje su objektivne. 3. Da se međunarodnoj javnosti predstavi društveni, ekonomski i kulturni život vlastite zemlje, kako bi se kod slušalaca izazvalo interesovanje i razumevanje. 4. Da se u inostranstvu šire saznanja o na-

² Na primjer Radio Vatikan je osnovan još 1927. godine. Hrišćanski evangelistički radio (*HCJB international*) ili Svesvjetski radio (*Trans World Radio*) predstavljaju posrednike evangelističkih programa, dok servis Kraljevine Saudijske Arabije obezbjeđuje i administrativne i religiozne programe.

cionalnoj politici zemlje i izlažu njeni stavovi o tekućim događanjima i prilikama u svetu. 5. Da se dovode u pitanje prilike, politika, pa i samo postojanje drugih zemalja uz pomoć agresivne i beskrupulozne propagande“ (Radojković, Stojković, 2004:83).

Imajući u vidu pomenute razloge postojanja međunarodnih emitera u nastavku ćemo pokušati da ukažemo na neke od najčešćih, kao i na samu ulogu i značaj ovih radio stanica u periodu blokovske podjeljenosti svijeta.

2. Nastanak i razvoj međunarodnih emitovanja

Pojava međunarodnih emitovanja zapažena je veoma rano. Međunarodna emitovanja počela su još tokom Prvog svjetskog rata, kada su sile Osovine i savezničke stanice emitovale kominikee koristeći Morseovu azbuku.³ Međutim, uloga radija kao instrumenta informisanja (ali ne manje i propagande) u međunarodnim okvirima uočena je još dvadesetih godina prošlog veka kada je Radio Moskva počela sa emitovanjem programa na stranim jezicima (Radojković, Stojković, 2004:84). Radio Moskva, zvanični servis Sovjetskog saveza započeo je emitovanje na dugim talasima još 1923. godine. Nešto kasnije, 1925. godine iz Ajdhovena u Holandiji radio stanica *PCJ* je, eksperimentišući u oblasti kratkotalasnih frekvencija, započela emitovanje ka Holandskoj istočnoj Indiji, današnja Indonezija (www.bureauafrique.nl). Emitovanje na kratkim talasima 1926. godine iz Nauena je ponovo usmjereno ka SAD i započelo prema Centralnoj i Južnoj Americi i Bliskom Istoku. Međutim, već u januaru 1932. godine njemački garnizon je preuzeo kontrolu nad stanicom u Nauenu i dodao njenim kratkim i duge talase (Wood, 2000:57). Radio-difuzija u Južnoj Aziji započela je 1925. godine u Cejlonu sa istoimenim radiom, pod nazivom Šri Lanka radio-difuzna korporacija (*Sri Lanka Broadcasting Corporation*) koja je najstarija u regionu. Ostali zabilježeni rani međunarodni emitovani sadržaji uključuju i Radio Vatikan, koji je Međunarodna radio unija 1936. godine prepoznala kao „specifičan slučaj“ u radio-difuziji i autorizovala njegovo emitovanje bez ikakvih geografskih ograničenja. Ovom trendu priključio se i kra-

³ Bilo je primjera emitovanja preko granica još u prvim danima radio-difuzije. "Tako je, na primjer, potpuno komercijalna telegrafska stanica iz Njemačkog grada Nauena, izgrađena još 1911. godine, sa 260 metara visokom antenom i predajnikom snage od 100 kW u toku Prvog svjetskog rata poslužila za kontakt sa brodovima i usmjeravanje u mirne luke" (Wood, 2000:57). Američka vojna radio stanica u Nju Brunsviku, u Kanadi je primila 1917. godine signal iz Nauena.

ljevski servis BBC, 19. decembra 1932. godine, kada je započeo transmisiju usmjerenu prema tornjevima u Australiji i Novom Zelandu (www.bbc.co.uk). Iako je ranije pokrenuo program za inostranstvo, *BBC Empire service* za Komonvelt, ipak je sa radio programima na stranim jezicima počeo tek 1938. godine. Slično je bilo i sa francuskim Kolonijalnim radiom koji je bio fokusiran na frankofoni auditorijum ondašnjih francuskih kolonija. Veoma brzo su mnoge druge zemlje uključujući SAD, Albaniju, Bugarsku i Vatikan, počele sa emitovanjem višejezičnog programa namenjenog inostranstvu (Radojković, Stojković, 2004:84).

Radio kao medij međunarodnog komuniciranja u ideološko-propagandne svrhe su intenzivno koristile fašistička Italija i nacistička Njemačka. Kada je Hitler uvidio i isprobao moć kratkih talasa 1933. godine pomoću Sekcije za inostranstvo (*Rundfunk Ausland*), ovaj vid komunikacije se počeo smatrati vitalnim elementom nacističke propagande. Vremenom je jedan sat njemačkog kratkotalasnog emitovanja narastao na dva, a zatim na 18 sati dnevno, da bi se došlo do 24 časovnog emitovanja na 12 jezika. Za potrebe njemačke propagande kratko-talasnom predajniku iz Nauena, koji je od 1926. godine emitovao program za SAD, Centralnu i Južnu Ameriku, pridružen je i kratko-talasni predajnik iz Zesena (Wood, 2000:51). Početkom 1933. godine program je posebno bio usmjeren prema SAD, od 1934. godine prema Južnoj Africi, Južnoj Americi i Istočnoj Aziji, a od 1938. godine prema Južnoj Aziji i Centralnoj Americi. U to vrijeme ključno obilježje međunarodne radio-difuzije bila je promocija nacističke njemačke spoljne politike, pri čemu je propaganda koju je organizovao Gebels, imala ključnu ulogu u anektiranju Austrije i u Minhenskoj krizi 1938. godine. Predajnici sa srednjim talasnim dužinama na periferiji Trećeg Rajha omogućavali su specijalne programe slušaocima u susjednim državama. Međutim, i pored toga, Njemačka je uvijek imala problem da se osloni na spikere u stranom servisu koji bi bili i tehnički kompetentni i lojalni nacističkim idejama. Godine 1945. sve je bilo demontirano zajedno sa Zasenovim predajnikom.

Međunarodna emitovanja su nastavljena u toku Drugog svjetskog rata, čak su intenzivirana i usavršavana. Drugi svjetski rat je završen i dolazi do nove geopolitičke podjele svijeta, ali i do ideološke, pa tako i do medijske borbe na međunarodnom nivou.

3. Radio propaganda nakon Drugog svjetskog rata

Na temelju dvije ideologije, komunizma i kapitalizma, dolazi do nove konfrontacije velikih sila, ovog puta SSSR-a na jednoj i SAD i Velike Britanije na drugoj strani, a svijet zapada u „hladni rat“. Prema Čerčilovim riječima Staljin je spustio „gvozdenu zavjesu“ od „Stetina na Baltiku do Trsta na Jadranu“. Saveznici u ratu postali su protivnici u miru, a novostvorene Ujedinjene nacije bile su razjedinjene. Po završetku rata Sovjetski Savez je umnogome doprinio da na vlast u zemljama istočne Evrope dođe komunistički režim, dok su Sjedinjene Države željele da ostvare uticaj na ostali dio ovog strateški značajnog kontinenta. Tako je u proleće 1947. godine Kongres SAD odobrio Trumanovu doktrinu u pogledu američke pomoći Grčkoj i Turskoj, što do tada nije bio slučaj u američkoj spoljnoj politici. Dva mjeseca kasnije ministar inostranih poslova Džordž Maršal je predložio, a Kongres odmah usvojio, program obilne ekonomske pomoći razrušenim zemljama Evrope (Sorensen, 1975:43-44). Došlo je do otvorene bipolarne podjele svijeta i višedecenijske borbe ideologija. Hladni rat koji je potrajao sve do početka '90-tih godina i raspada Sovjetskog Saveza karakterisala je veoma moćna propagandna mašinerija. Blokowska podjeljenost svijeta, a posebno Evrope, prouzrokovala je stvaranje niza organizacija koje su trebale da sprovedu propagandni rat prema socijalističkim zemljama istočne Evrope. Cilj je bio da se što više oslabe komunističke snage u tim zemljama, otkloni opasnost za Zapad i izvrši transformacija tih sistema. Mediji su veoma dobro poslužili u svrhe rasprostiranja političkih i ideoloških uvjerenja, ali i omalovažavanja protivničkih pogleda, ciljeva i dometa. S obzirom na to da se uloga radija u Drugom svjetskom ratu nije mogla lako zaboraviti, u novoj geopolitičkoj podjeli ovaj medij je takođe imao izuzetno važno mjesto.

Blokowska podjela svijeta bila je kao stvorena za nastavak korišćenja radija u političkoj propagandi. Obje strane su željele da dopru do građana one druge. Radio se masovno koristio jer je mogao da prelazi granice, bio je jeftiniji, dostupniji od ostalih medija i bilo je moguće relativno lako emitovati program na bilo kom svjetskom jeziku. Tako je era hladnog rata dovela do uvećanja međunarodnih programa, pri čemu su komunističke i nekomunističke države pokušavale da utiču jedne na druge, ali i na domaće stanovništvo. Neki od najistaknutijih zapadnih emitera bili su Glas Amerike, *BBC World servis*, Radio Slobodna Evropa i Radio Sloboda (*Radio Free Europe, Radio Liberty*). Dok je najistaknutiji program iz komunističkog bloka bio sovjetski Radio

Moskva (sada Glas Rusije), ali i kineski Radio Peking (sada *China Radio International*).

Iako je nakon Drugog svjetskog rata u Sjedinjenim Državama došlo do reorganizacije odjeljenja za propagandu OWI i Glasa Amerike, dešavanja u svijetu su uslovia da se negativan stav prema propagandnim aktivnostima ipak ubrzo promjeni. Bojazan od širenja komunizma, Staljinovih ambicija ili potreba da se nametnu svijetu kao najveća sila Sjedinje Džave dovodi do tačke kada ozbiljnije pristupaju propagandnim aktivnostima u međunarodnim odnosima.

Prvo je novi pomoćnik ministra za odnose sa javnošću Vilijam Benton uspio da se izbori za iznos od 19 miliona dolara i da se formira jedan stalni Ured za pitanja međunarodnog informisanja i kulture, sastavljen od onoga što je ostalo od OWI i programa Stejt departmenta u oblasti kulture (Sorensen, 1975:43). Nakon toga dolazi do izglasavanja Zakona br. 402 (tzv. Smit - Mun-tov zakon) koji je pružio statutarnu bazu za postojanje stalnog programa informisanja inostranstva. „Ciljevi postavljeni u ovom zakonu bili su - unapređenje boljeg razumjevanja SAD u drugim zemljama i poboljšanje uzajamnog razumjevanja između Amerikanaca i stranaca. Zakon je predviđao postojanje jedne informativne službe koja će slati u inostranstvo podatke o SAD, njenom narodu i politici, (Ured za međunarodno informisanje, *OII - the Office of International information*), kao i jedne službe za razmjenu u oblasti obrazovanja (*OEX - Office educational exchange*). Međutim, ubrzo dolazi do novih reorganizacija i kadrovskih i institucionalnih. Na mjesto Bentona je došao Džordž Alen koji je dobio preko 11 miliona dolara za izgradnju relejnih stanica u inostranstvu da bi se Glas Amerike u mnogim predjelima svijeta, uključujući i Sovjetski Savez, mogao bolje čuti. Već krajem 1949. godine Alen je postavljen za ambasadora u Jugoslaviji, a naslijedio ga je Edvard Baret koji je iz Njusvika došao na položaj pomoćnika ministra inostranih poslova (Sorensen, 1975:47). Beret je 1950. godine uspio da nagovori predsjednika SAD Trumana na aktivnost koju su nazvali „kampanja istine“ postavivši četiri cilja: 1) stvoriti jednu zdravu međunarodnu zajednicu, koja će imati povjerenje u američko rukovodstvo, 2) prikazati Ameriku u pravom svijetlu suprostavljajući se pogrešnom predstavljanju i pogrešnim shvatanjima o njoj, 3) obeshrabriti agresiju ukazujući da Amerika želi mir, ali da je spremna na rat, 4) smanjiti sovjetski uticaj slabljenjem volje njegovih predstavnika u zemlji, istovremeno ohrabrujući nekomunističke snage na drugim mjestima (Sorensen, 1975:48). Kako je potreba za informacijama, ali i za propagandom u zahlađenim međunarodnim odnosima rasla, to

je rasla i potreba za formiranjem jednog odjeljenja za koordinaciju ovim aktivnostima.

U narednom periodu se formiraju uredi, biroi i agencije sa zajedničkim ciljem da se svijetu ukaže na politiku SAD. Tako je već 1953. godine novi predsjednik Ajzenhauer podnio Kongresu plan za organizaciju Uprave za aktivnosti u inostranstvu (*FDA – Foreign Operation Administration*), kao i plan za formiranje Informativne agencije SAD (*USIA – United States Information Agency*), u okviru koje su objedinjeni programi informisanja u inostranstvu kojima su se do tada bavili *IIA*, *NSA*, *TCA* i američke okupacione vlasti u Njemačkoj i Austriji (Sorensen, 1975:76).⁴

USIA je počela sa radom 1. avgusta 1953. godine, a novi direktor je ubrzano krenuo u reorganizaciju započevši novu eru u američkoj propagandi. Međutim, nešto kasnije kada je na čelo Sjedinjenih Država došao Kenedi za direktora Agencije je 1961. godine postavio proslavljenog novinara iz Drugog svjetskog rata Edvarda Maroua (Sorensen, 1975:186). Marou je formirao svoj tim što je posebna era Informativne agencije. Programi za inostranstvo su ujedinijeni, a sigurno je jedno od najvažnijih propagandnih sredstava u tom periodu bio radio. Svi direktori Agencije su mu pridavali posebnu pažnju boreći se kod Kongresa da se uvećaju sredstva za Glas Amerike. Iako je krajem 1940-tih godina došao u situaciju da bude skoro zatvoren, on se kasnije zbog siline hladnog rata naglo razvija. „Glas Amerike je bio radio oružje Informativne agencije SAD od kada je ona formirana, i njegov direktor je potčinjen direktoru USIA, ali je Glas Amerike bio poznatiji od njegove matične kuće“ (Sorensen, 1975:327). Glas Amerike je najveći samostalni element USIA, ali i najskuplji. U okviru Kongresa je najpopularniji, a unutar Agencije izaziva najviše protivrječnosti. Kako to zaključuje Hejl „Glas Amerike se obično doživljava kao zvanična Američka međunarodna radio-difuzna organizacija, ali u stvari je i više od toga“ (2003:3).

U programima Glasa Amerike težište je dato na novostima i informacijama, većina slušalaca bira lokalne stanice kada hoće da sluša zabavni pro-

⁴ Zakon o reorganizaciji je predviđao da direktora i zamjenika bira predsjednik, a potvrđuje Senat. Tako je za prvog direktora 30. jula 1953. godine Ajzenhauer postavio Teodora Strajberga, dok je za prvog zamjenika izabran Skot Vošbern. Stajberg je bio predsjednik odbora radio mreže Mutual Broadcasting System, predsjednik radiostanice WOR u Njujorku, a kao konsultant u Glasu Amerike otišao je u Njemačku da pruži pomoć u organizaciji širokog programa informisanja. Dok je Vošbern bio predsjednik „Crusade for freedom, Inc“ (Pokret za slobodu), organizacije iz koje je proistekla radio stanica „Radio slobodna Evropa“ (Sorensen, 1975:77-78).

gram. Pregledima vijesti Glasa Amerike obično slijede komentari pojedinih vijesti ili potpunije objašnjenje o određenim pitanjima. Zabavni program prikazuje razne aspekte američkog života i kulture, a nekada ima i veću političku primjesu (Sorensen, 1975:334). Danas je to najveća državna i jedina globalna, javno finansirana međunarodna radio-difuzna organizacija. Glas Amerike je početkom ovog vijeka bio slušan na više od 50 jezika od strane više od 90 miliona ljudi nedeljno. Prema Hejlu danas se VOA emituje na više jezika nego bilo koja druga radio-difuzna kuća, na svijetu. Njena emitujuća snaga, omogućena od strane IBB (Međunarodnog biroa za radio-difuziju) ukupno ima više od 36 miliona vati, što je dovoljno da se osvijetli manji grad.

Uprkos kritičarima koji smatraju da je po završetku misije trebalo obustaviti emitovanje programa ove radio stanice, pojedini teoretičari, pa čak i sami vinovnici hladnoratovske podjele poput Vaclava Havela, smatraju da je potreba za vijestima i programom VOA danas čak i veća nego što je bila za vrijeme hladnog rata. „Većina novih demokratija se i same bore za preživljavanje. U 21. vijeku svijet se i dalje inficira katastrofama prouzrokovanim od strane ljudi i prirode. Terorizam, izlivanje nuklearnog otpada, etničko čišćenje, regionalni ratovi, siromaštvo, bolesti i uništavanje prirode“. Osim toga danas Glas Amerike nije samo radio stanica čiji se program može ometati. To je cjelokupni servis, radiodifuzna mreža nove digitalne ere, koja informiše putem različitih predajnih sistema (radio, televizija, Internet, i više od 1500 radio i TV partnerskih stanica) (Heil, 2003:3-4)

Ovaj radio nije bio jedini koji je poslužio u propagandnom ratu. Naime, u Sjedinjenim Državama se po osnivanju Komiteta za slobodnu Evropu (*Free Europe Committee, FEC-a*) i fokusiranja na istočnu Evropu bave preispitivanjem pitanja sovjetskog uticaja u Evropi. Zaključeno je da je potrebno formirati pojedinačne biroe koji će pružati podršku emigrantima kroz počinjanje radio emitovanja i pomoć u objavljivanju publikacija (Johnson, 2010:26-27). „U Sjedinjenim Državama je 2.6.1949. godine osnovan Nacionalni komitet za Slobodnu Evropu (*The National Comitee for free Europe*) sa dva odseka - za štampu i radio program. Odsek za radio program, sada poznat kao 'Radio Slobodna Evropa', počeo je da emituje program 4. jula 1950. godine, prvo prema Čehoslovačkoj, a postepeno je uveden program i za ostale zemlje istočne Evrope i Estoniju. Već početkom naredne godine osnovan je i Američki komitet za Slobodu naroda Sovjetskog Saveza koji je kasnije promenio ime u Američki komitet za oslobođenje naroda Rusije. U okviru ove organizacije osnovan je i Radio Oslobođenje (*Radio Liberation*) koji počinje da emituje program 1. marta

1953. godine“ (Tadić, 2002:61). Ovaj program je bio namjenjen SSSR-u, sa posebnim redakcijama za razne narode, a od januara 1964. godine stanica mijenja ime u Radio Sloboda (*Radio Liberty*).

Kako je tada Sorensen pojasnio „Glas Slobodna Evropa emituje samo prema malim komunističkim zemljama u istočnoj Evropi, Radio Sloboda emituje prema Sovjetskom Savezu, a Radio Slobodna Azija za Sjevernu Koreju, komunističku Kinu, Sjeverni Vijetnam i za susjedne zemlje. Ove stanice najvećim dijelom su popunjene mada ne i upravljane sa emigrantima iz onih zemalja kojima su njihove emisije namjenjene i pružaju jednu alternativu za emisije koje se u duhu partijske linije emituju iz glavnih gradova tih komunističkih zemalja. Spikeri u ovim stanicama ne govore u ime Amerike, kao što to čine njihove kolege u Glasu Amerike, već u ime domovine koju su napustili. To su Česi koji govore Česima, Rusi Rusima i Korejanci Korejancima“ (1975:328). Po završetku rata Glasa Amerike je imao na raspolaganju i jedinstvenu radio stanicu RIAS (*Radio in the American Sector* – Radio u američkom sektoru) za slušaoce u Istočnoj Njemačkoj, kojom je agencija rukovala od 1946. godine. Sorensen je zabilježio da je ova stanica iz zapadnog Berlina emitovala vijesti, pitanja iz odnosa sa javnošću, muziku i zabavni program publici koja je činila 75% odraslog stanovništva Istočne Njemačke (1975:333).

Ove stanice su formirane kao prividno privatne organizacije koje ne posluju na bazi profita, a koje podržavaju američki građani svojim doprinosima. Međutim, još je Sorensen zabilježio da su se ove stanice, kao i Glas Amerike kasnije 1967. godine, našle u nezgodnom položaju, kada je u štampi objavljeno da ih je prvenstveno finansirala CIA (1975:328). Naime, činjenica jeste da Glas Amerike i tzv. „privatne“ radio stanice poput Radija Slobodna Evropa, izvršavaju različite zadatke. Glas Amerike je prije svega glas Sjedinjenih Država, dok ove druge stanice predstavljaju alternativu domaćim medijima. Osim toga, Glas Amerike se razlikuje od ostalih sredstava informisanja USIA-e po tome što njegovi programi idu direktno iz zemlje do publike u inostranstvu i ne podliježu bilo kakvom miješanju (osim ukoliko nijesu u pitanju ometanja) ili cenzuri od strane vlade stranih zemalja.⁵ Za razliku od ovog

⁵ Sorensen je svojevremeno zabilježio da je Glas Amerike program emitovao direktno na 38 jezika u trajanju od 859 časova svake nedjelje. Zauzimao je četvrto mjesto među stanicama koje emituju za međunarodnu javnost mjereno po vremenu u časovima emitovanja. Tada se na prvom mjestu nalazio Sovjetski Savez koji je emitovao 1555 časova sedmično na 67 jezika, druga je bila komunistička Kina sa 1131 časom, treća Ujedinjena arapska republika (Egipat) sa 910

medija sjedišta Radija Slobodna Evropa i Radija Sloboda su van SAD i dan danas teže da budu alternativa domaćim medijima.

Nakon što je CIA prestala da finansira ove programe oni su prešli pod kontrolu Odbora za međunarodni radio program (*Board for International Broadcasting – BIB*) u proleće 1973. godine. Po ujedinjenju ovih stanica oktobra 1976. godine „Radio Slobodna Evropa/Radio Sloboda“ djeluju kao jedna i jedinstvena organizacija. Tadić zaključuje da to zapravo nije bila ni vladina agencija, ni tipično privatna korporacija, već ima i jednih i drugih elemenata. „Cilj rada ove institucije je specifičan: da omogući otvorenu razmenu informacija i ideja prema zemljama istočne Evrope i bivšeg SSSR“. U zvaničnom izvještaju još 1988. godine je stajalo „Suština misija RFE/RL je sprovođenje nezavisnog, profesionalnog i odgovornog radio novinarstva u nameri da obezbedi necenzurisane vesti, informacije i ideje publici čije vlade sistematski negiraju osnovne slobode komunikacija i veza“ (Tadić, 2002:62). Kako zaključuje Padington, i sam učesnik ovih aktivnosti, „radio stanice su uspjele u svojim misijama iako im je trebalo skoro 40 godina, mnogo više nego što je u početku bilo predviđeno“ (2003:XIII).

Uticaj koji su ove stanice imale u komunističkim zemljama, kao i slušanje programa mjerena je stalnim istraživanjem posebnog odjeljenja za istraživanje i analize.⁶ Pitanjem slušanosti se posebno bavio Judžin Parta⁷ čiji objavljeni podaci pokazuju da su zapadne radio stanice u SSSR-u imale brojnu publiku. Naime, zapadne radio stanice su vršile istraživanja slušanosti i na različite načine dolazile do podataka o auditorijumu, ali kada je hladni rat

časova, peta Britanija sa BBC-jem koji je emitovao 731 sat nedjeljno, dok je šesta bila Zapadna Njemačka sa 721 časom (1975:329).

⁶ Prema podacima za 1987. godinu prosječna nedeljna slušanost programa bila je 55 miliona slušalaca. Program je emitovan na 23 jezika istočne i srednje Evrope, bivšeg SSSR i Avganistana u ukupnom trajanju od preko 1000 časova nedjeljno. Ova institucija po obimu i kvalitetu programa uveliko je prevazilazila državne radio stanice koje su emitovale program za inostranstvo. U 1987 godini RFE/RL emitovali su 1070 časova programa nedjeljno za istočnu Evropu i SSSR. Glas Amerike 325; BBC 134 i Nemački talas (DW) 108 sati (Tadić, 2002:63).

⁷ Parta se penzionisao kao direktor Odjeljenja za ispitivanje slušanosti i evaluaciju programa Radija Slobodna Evropa i Radija Sloboda u Pragu 2006. godine. Radio je u oblasti istraživanja auditorijuma međunarodnog emitovanja još od 1969. godine, bio je direktor Istraživanja medija (Media Opinion Research) pri Istraživačkom institutu RFE/RL (Research Institute) u Minhenu. Pisao je u oblasti upotrebe medija, komunikacija i javnog mnjenja u Centralnoj i istočnoj Evropi i bio je česti glasnogovornik i učesnik međunarodnih akademija i profesionalnih konferencija.

završen istraživanja su mogla biti sprovedena i u SSSR-u, a kasnije i u državama naslednicama Sovjetskog Saveza.⁸

Danas ove radio stanice, kao i sve internacionalne američke programe, nadgleda Radio-difuzni bord Guvernera (*Broadcasting Board of Governors, BBG*) u čijem sastavu je i Američki Internacionalni biro za emitere (*IBB*). Misija ovih radio stanica i dan danas ostaje nepromjenjena. Za razliku od Glasa Amerike, koji objavljuje informacije o životu u Americi i sistematizovano govori o spoljnoj politici Amerike, Radio Slobodna Evropa i Radio Sloboda objavljuju sadržaje iz zemlje za koju se program emituje pri čemu navodno imaju ulogu da upotpune ili zamijene domaće radio stanice, posebno ako su vlast i mediji okarakterisani kao nedemokratski. Sličan servis kojim je u početku upravljao VOA, pokrenut je i na Kubi od 1985. godine pod nazivom *Radio Marti*.

Osim radio stanica koje su bile pod uticajem američkih organizacija postojale su još neke druge koje su imale publiku iza „gvozdene zavjese“. Bili su to BBC i njemačke stanice *Deutsche Welle* i *Deutschlandfunk*. Iako je bila poražena i podjeljena između SSSR-a i SAD na Zapadnu i Istočnu Njemačku, i jedna i druga se vraćaju na međunarodnu scenu i nakon rata ponovo pokreću emitovanje kratkotalsnih emisija. Zapadna Njemačka nastavlja sa emitovanjem redovnih kratkotalsnih emisija pomoću radija Dojče Vele od 3. maja 1953. godine i već 1956. godine započinje operacije sa jedanaest predajnika jačine po 100 kW, a 1962. godine za ova emitovanja zadužen je *Wectachtal* koji je počeo emitovanje sa četiri predajnika snage 500 kW. Do 1989. godine tamo je bilo 15 predajnika od kojih su četiri reemitovala program radija Glasa Amerike (Wood, 2000:51). U međuvremenu, u Istočnoj Njemačkoj u Nauenu, 15. oktobra 1959. godine, kao odgovor na radio stanicu iz Zapadne Njemačke, počeo je sa radom *Radio DDR*, kasnije *Radio Berlin International* (Wood,

⁸ "Naknadna istraživanja sprovedena u Rusiji nakon pada SSSR-a pokazala su da je bilo veoma rasprostranjeno slušanje stranih radio stanica tokom perioda hladnog rata i da su imali veliki uticaj na sovjetski narod" (Parta, 2007:3). U periodu 1978 – 1990. godine, zapadne radio stanice su nedeljno dostizale nivo od 25% odrasle populacije. Godine 1989, zapadni radio je dnevno dostizao oko 25 miliona ljudi u prosjeku i preko 50 miliona u toku prosečne nedelje. Od 1972. do 1988., VOA je imao najbrojniju publiku (sa nedeljnim dometom od oko 15% odraslih). Nedeljna publika BBC-ja i Radija Liberti kretala se između 5 i 10% odrasle populacije, dok je publika radija Dojče vele bila između 2-5%. Kada su prestala ometanja Radija Sloboda u novembru 1988. godine, njegov auditorijum je automatski narastao i između 1989-1990. godine nedeljno je dostizao oko 15-16% populacije ili oko 35 miliona slušalaca, što je bilo najviše od svih zapadnih radio stanica koje su emitovale program prema SSSR-u (Parta, 2007:xix-xx).

2000:58). Tako je podjeljena Njemačka i na informativno-propagandnom području obavljala svoj dio posla za svaku od suprostavljenih strana.

Emitovanje međunarodnih programa se širi i u Evropi i na Bliskom Istoku. Čak su za vrijeme Naserovog predsjedavanja egipatski predajnici pokrivali arapski svijet, dok je izraelski servis Glas Izraela ujedno emitovao program namjenjen cijelom svijetu i program namjenjen jevrejskoj dijaspori iza gvozdenih zavjese. Radio RSA, dio južnoafričke emisije korporacije (*South African Broadcasting Corporation*), osnovan je 1966. godine da promoviše imidž Južne Afrike na međunarodnom planu i da iskaže kritiku aparthejda (Horwitz, 2001:287), a 1992. godine vlada ga je preimenovala u Kanal Afrika.

Propaganda u toku hladnog rata nije bila samo usmjerena sa nekomunističkih na komunističke zemlje i obrnuto. U jednom trenutku kinesko –sovjetski granični spor doveo je do toga da se poveća broj predajnika koji su usmjereni sa jedne strane na drugu.

4. Organizovana ometanja radio signala

Za vrijeme hladnog rata SSSR nije bio sklon da svojim građanima omogućiti slobodan pristup onome što su nazvali zapadnim „glasovima“ (Parta, 2007:8). Komunisti su uradili sve što je bilo u njihovoj moći kako bi se zaštitili od infiltracije Zapada u njihov svijet. Odлучili su da zaustave masovnu produkciju kratkih radio-talasnih emitovanja kako njihovi građani ne bi slušali zapadnjačke emitere, što je dovelo do toga da se potroše milijarde dolara na ometanje. Ovi radio programi su uveli zabranjenu, zanimljivu kulturu miliona znatiželjnih slušalaca. Pop muzika, talk šou programi, vijesti i informacije o potrošačkim dobrima, slali su poruku dobrog života, suptilno podrijavajući vrijednosti komunističkog režima. Kako bi se zaštitili od propagande sa zapada „Centralni komitet Komunističke partije Sovjetskog Saveza je 19. januara 1961. godine donio dekret o povećanju operacija ometanja radio programa, o formiranju novog specijalnog odjeljenja u Ministarstvu komunikacija da to kontroliše i o poboljšanju lokalnih radio i TV servisa na ruskom i lokalnim jezicima kako bi slušanje inostranih emitera bilo što manje zanimljivo. U dekretu 'O mjerama intenziviranja borbe protiv neprijateljske radio propagande' se govori da su tokom prvih deset godina imperijalistički moćnici od radija napravili glavno sredstvo za borbu protiv neprijateljske anti-sovjetske propagande, distribucijom dezinformacija, provokativnih fabrikovanja neistina i glasina. Formirali su mrežu koja emituje program pod imenima pojedinih zemalja Sovjetskog Saveza, pa čak i više pod imenima navodno nezavisnih

anti-komunističkih organizacija. Emitovali su zlonamjerne programe na jezicima naroda Sovjetskog Saveza paralelno bez prekida. Deset do trideset stanica sa ukupnom snagom od 800 do 3000-4000 kW su kontinuirano emitovale program, a tokom nekoliko kratkih perioda bilo je uposleno više od 68 stanica sa ukupnom snagom od 8000 kW. Kako bi izolovali stanovništvo od neprijateljske radio propagande kreirana je široka mreža stanica za ometanje koja je izazvala znatne smetnje anti-sovjetskim emitovanjima. Bio je to lokalni zaštitni sistem u 80 većih gradova koji je koristio više od hiljadu predajnika male snage koji su otežavali slušanje neprijateljskih emitovanja na desetine kilometara okolo. Osim toga, imali su i dugo-dometnu mrežu. Ukupan broj ometača, kako na lokalnom nivou tako i na daljinu, bio je 400 ukupne snage 14.000 kW. Nelson bilježi da je nekoliko posljednjih godina hladnog rata potrošeno oko 250 miliona dolara (jedna milijarda rubalja) na izgradnju novih stanica za ometanje i desetina miliona rubalja je utrošeno svake godine za podršku mrežama (1997:94-95).

Ometanje je trebalo da bude glavno oružje sovjetske vlasti protiv zapadnih emitera tokom hladnog rata i prekidi ometanja ili njihovo intenziviranje služi kao barometar političke klime na relaciji Istok-Zapad. Naime, u zavisnosti od političke situacije, zaoštrevanja sukoba ili perioda političke stabilizacije, djelovali su i Zapadni emiteri, ali i ometači. Kako bilježi Parta, ometanje Glasa Amerike je počelo 3. februara 1948. godine, a BBC-ja 13. aprila 1948. godine. U junu 1963. godine su prestala ometanja VOA i BBC-ja u periodu smirivanja tenzija nakon Kubanske raketne krize i pregovora o nuklearnom testiranju. Ponovo je započeto sa ometanjem u avgustu 1968. godine tokom invazije na Čehoslovačku, a obustavljeno je 1973. godine tokom perioda popuštanja i 1981. godine ponovo započelo zbog proglašenja vanrednog stanja u Poljskoj (2007:8), da bi ometanje BBC-ja definitivno prestalo u januaru, a Glasa Amerike u maju 1987. godine, tokom perioda *Perestrojke* (restruktuiranja). Povremeno ometanje radija DW je počelo u avgustu 1962. godine i nastavljeno do juna 1963. godine. *Radio Liberti* je ometan bez prekida od prvog dana emitovanja u martu 1953. godine sve do 22. novembra 1988. godine i to je bila meta broj jedan za sovjetsku mrežu ometača (Parta, 2007:9).

Osim stanja političkih odnosa na relaciji Istok-Zapad, za ometanje je bila značajna i podjela na kategorije radio stanica po tome odakle emituju program. Tako „Rimatus Pleykis autor knjige 'Ometanje' u članku 'Radiocenzura' bilježi da su stanice podjeljene u tri kategorije u skladu sa njihovim doživljajem neprijateljstva: prva kategorija bili su Radio Sloboda, *Kol Israel*, Radio

Tirana i Radio Peking. Oni su neprekidno ometani sa specijalnim šumom koji je uticao na predajnike. Druga kategorija bili su *BBC*, *DW* i *VOA* koji su ometani signalom sovjetske muzičke stanice '*Mayak*' koji nijesu bili efektni kao ometači sa šumom. Treća kategorija bili su Radio Švedska, Radio Kanada, Međunarodni radio Francuska, Radio Jugoslavija, Egipat itd. koji nakon 1968. godine nijesu ni bili ometani. Međunarodni radio Francuska nikada nije ni prijavio da je bio ometan" (Parta, 2007.97).

Ipak, bučne smetnje sa nadimkom '*KGB Jazz*', nijesu bile toliko efikasne i vremenom se odustalo od ometanja. Možda zato što je prepoznao uzaludnost i beskorisnost toga, Kremlj je gotovo prestao sa zaglušivanjem 1988. godine, ali američka vlada nije prestajala sa emitovanjem.

5. Razlozi za i protiv međunarodnih emitovanja

Obožavaoci *RFE/RL* i danas smatraju da je u regionu neophodno postojanje ovih i ovakvih radio stanica, jer smatraju da slobodni mediji doprinose i slobodnom društvu. Sa druge strane za kritičare je svojevremeno navodni poziv za „promjenu misije“ izgledao kao klasičan slučaj birokratskog odbijanja da ugase ove programe iako su obavili svoju misiju. Ipak, uprkos stanovištu za ukidanjem ovih radio stanica početkom 1990-tih godina one i danas emituju program. Misija možda evoluirala, ali je cilj sigurno isti - „oslobađanje svijesti naroda na prostorima bivšeg komunističkog bloka“. Kako bi zemlje u kojima djeluju ovakve međunarodne radio stanice pokazale da njihovo prisustvo nije potrebno, prema preporukama sa Zapada neophodno je sprovesti određene reforme medijskog sistema. To je moguće samo postavljanjem određenih kriterijuma koji će biti signal da je demokratizovana medijska sfera. Tri su takva kriterijuma prioriteta: prije svega zemlje treba da imaju više privatnih medija, kako štampanih i elektronskih, bilo komercijalnih ili subvencioniranih od strane crkve, sindikata ili političkih asocijacija, zbog toga što je pluralizam ključ slobodnih medija. Drugi kriterijum jeste dostupnost zaliha papira i štamparija, koje takođe treba da su u privatnom vlasništvu, kao i mreže za distribuciju, kako ne bi bilo državnog monopola. Treći kriterijum jeste da vlada dozvoli široku slobodu medija.

Kada su u pitanju novinarski aspekti ovih međunarodnih medija kritike pristižu sa raznih strana. Neke od ovih kritika dolaze i od strane Amerikanaca koji često izjavljuju da američki međunarodni mediji prednjače u

propagandi više nego u izvještavanju.⁹ Međutim, često se kao odgovor kritičarima može čuti da ovi emiteri zapravo informacije preuzimaju od komercijalnih medijskih organizacija. Tako BBC, Dojče Vele i VOA imaju tradicionalno dobru vezu sa agencijama AP (*Associated Press*), UPI (*United Press International*) i Rojters (*Reuters*) i često emituju izvještaje njihovih reportera. Pošto se oslanjaju na vijesti komercijalnih organizacija i ovi kratkotalasni servisi omogućavali su slušaocima iz sovjetskog bloka da čuju informacije do kojih nikada ne bi došli.

Međutim, kako postoje protivnici ovih emitovanja za koja tvrde da su propagandna, a ne informativna glasila, sa druge strane postoje i njihovi pobornici. Oni su smatrali da propagandna dejstva treba pojačati u cilju razbijanja gvozdene zavjese. Zbog takvih gledišta često su podcjenjivali moć puke istinitosti informacije i zapostavljali značaj monopola nad informacijama u komunističkim režimima.

Bilo je i onih koji su prepoznali da monopol imaju komunistički režimi, a ne međunarodni mediji i na osnovu tog zaključka su tvrdili da je zapravo pad komunističkih medija bio presudan za pad cjelokupnog sistema. Još je Zbignjev Brzežinski izjavio da je „gubitak monopola nad medijima u komunističkim zemljama ključ za pad komunističkog totalitarizma“ (1989:254). Stoga možemo zaključiti da, iako je bila velika propagandna moć međunarodnih stanica sa jedne strane, bila je velika i moć komunističkog sistema sa druge strane. Bila je to iscrpljujuća borba i pravi medijski rat. Iza gvozdene zavjese se jesu bojali uticaja zapadnjačke propagande i njenog uticaja na građane. Međutim, u komunističkim režimima su se izgleda više bojali objektivnog i nepristrasnog izvještavanja.

Zapravo strani radio objavljivao bi činjenice o kojima su sovjetski mediji izvijestili kasno ili uopšte nijesu ni izvijestili. Tako se može navesti primjer nuklearne katastrofe u Černobilju 26. aprila 1986. godine kada su Rusi za ovaj događaj saznali od zapadnih radio stanica, jer ruska vlada nije ništa saopštavala skoro tri dana. Ovaj događaj je možda ubrzao odluku Gorbačova o uvođenju potpune otvorenosti (*Glasnost*). Upravo su zapadnjački propagandisti imali cilj da pomoću istinitih i pravovremenih informacija dopru do slušalaca i probiju sovjetski zid. Stoga Sorensen ističe da „ono što su smatrali kao ključni

⁹ Tako se još Volter Lipman zalagao da se VOA ukine nazvavši ih “vladinom propagandnom agencijom”. Lipman je smatrao da se ova medijska kuća pretvorila u propagandnu mašineriju koja ne dobija bitku u ratu sa komunističkom propagandom (Nelson, 1997:86).

element u Glasu Amerike jeste uvjerljivost - koja se može održati samo kroz 'objektivno, izbalansirano, sveobuhvatno' programiranje, što se sa druge strane može postići samo uz minimalno političko usmjeravanje" (1975:337). Još tada je stratezima iz Vašingtona bilo jasno šta je za efikasnu propagandu bitno - ako slušaoci ne vjeruju oni se ne mogu ubjediti. Tako je izvještavanje o događajima potkopalo povjerenje u sovjetske medije, što je neminovno značilo da je potkopano povjerenje i u vladu i u sam sistem.

S obzirom na gledišta da ovi međunarodni mediji rade isključivo po nalogu zemlje iz koje potiču, postoje i stavovi da odgovor njihovih meta može štetiti zvaničnoj diplomatiji, pri čemu su najčešće kritikovani *RFE* i *Radio Marti*. Mogući strah od odmazde može biti ispoljen na razne načine, pa pojedini teoretičari zagovaraju stanovište da je u međunarodnim odnosima potrebno graditi povjerenje, a ne služiti se propagandnom mašinerijom koja bi dovodila u pitanje te odnose. Ne bi se, međutim, moglo reći da su *RFE/RL* služili isključivo za promociju prijateljskih odnosa između Vašingtona i nedemokratskih vlada na koje se ciljalo. Na osnovu dosadašnjeg iskustva možemo zaključiti da ovi alternativni emiteri mogu izazvati mnogo više problema od pukog verbalnog neprijateljstva.¹⁰

U spoljnoj politici Sjedinjenih Država su se početkom '90-tih godina pojavila dva politička smjera o potrebi postojanja američkih međunarodnih emitera. Prvi, da ako Sjedinjene Države žele promovisati povoljnu klimu slobode u nekim neslobodnim društvima, to mogu učiniti putem radio emitovanja. Tako Džoša Maravčik ističe da Vašington to treba i da učini, ali ne ograničavajući se samo na zemlje koje predstavljaju stratešku prijetnju za Sjedinjene Države i njene saveznike.¹¹

¹⁰ Poznat je slučaj bombaškog napada na sjedište *RFE/RL* u Minhenu februara 1981. godine, kada su ranjene četiri osobe, ali nije bilo poginulih. Za ovaj slučaj kao izvršioci su se navodili i češka tajna policija, Karlos, Šakal po nalogu predsjednika Rumunije Čaušeskua, ali i KGB u saradnji sa istočnom Njemačkom (Nelson, 1997:f10).

¹¹ "Amerika treba da podrži prekomorska emitovanja i druge demokratske inicijative, u onoj mjeri u kojoj to može. Za to postoje dva razloga - realni i idealistički. Realan razlog je da će demokratije, u većini slučajeva biti prijateljskije sa SAD i njenim interesima nego nedemokratski režimi; a idealistički razlozi su da američka spoljna politika treba da populariše demokratiju u inostranstvu". Osim toga Maravčik smatra da je postojanje *VOA* tada bilo opravdano i zbog činjenice "da je većini država u svijetu potrebno još dosta kako bi dostigli demokratiju, stoga Amerika treba da govori u njihovo ime", pri čemu je predviđao važnu ulogu ovom mediju u budućnosti. "Svrha Radija Slobodna Evropa i Radija Liberti će biti u potpunosti ispunjena kada u svim zemljama u kojima emituju program demokratija bude u potpunosti funkcionisala sa

Drugi smjer je takođe podržavao međunarodna radio emitovanja ka poluslobodnim i neslobodnim državama, jer emiteri poput *RFE/RL* potkopavaju režimski monopol nad informacijama. Pri tome i *BBC* i *VOA* će takođe pomoći da se probije monopol, s obzirom da su oni saveznici alternativnih stanica. Tako je još početkom '90-tih godina prošlog vijeka došlo do razmatranja da se *RFE/RL* i *VOA* stave pod jednu agenciju, što je kasnije i učinjeno osnivanjem Radio-difuznog regulatornog tijela pod čijim su nadzorom ovi mediji sada. Kongres je tada odgodio ukidanje pojedinih programa na jezicima istočno evropskih zemalja jer, kako je navedeno, oni služe kako bi se razvijali slobodni mediji. Međutim, treba istaći i da je nakon pada „komunističkih režima u ovim zemljama znatno smanjen značaj i ekskluzivnost programa ovih stanica. Sve je veća medijska sloboda i u ovim državama, što omogućava legalan prijem i emitovanje informacija stranog porekla kroz domaće medije“ (Tadić, 2002:63).

Po padu „gvozdene zavjese“ pale su mnoge barijere. Iako mediji u tim zemljama nijesu možda po automatizmu postali slobodni, zahvaljujući brojnim tehnološkim inovacijama početkom '90-tih godina stanovnici komunističkih zemalja su bar imali više izvora informacija. Osim toga na kraju hladnog rata mnogi međunarodni emiteri su smanjili broj sati emitovanja programa i broj stranih jezika na kojima se program emitovao ili su prešli na neke druge jezičke servise.¹² Sa promjenom geopolitičke situacije bilo je potrebno napraviti određene reforme i u propagandnim djelovanjima putem medija.

Poslije sloma komunističkih zemalja u Evropi težište se postepeno prebacuje na Aziju, komunističku Kinu i velike islamske zemlje poput Iraka, Irana i Avganistana. Po ugledu na alternativne stanice *RFE/RL* i nakon potvrde njihove efikasnosti u američkom Kongresu su početkom '90-tih razmatrani predlozi o formiranju nove alternativne stanice *Radio Free Asia* (poznate i kao Radio Slobodna Kina), koja bi bila usmjerena na narod republike Kine i možda

sopstvenim slobodnim medijima“ (Muravchik, 1992:195). Nakon određene vremenske distance uviđamo da je ovo zapažanje bilo u duhu propagandnog djelovanja na zemlje istočnoog bloka. Prije svega zbog činjenice što se tokom vremena povećao uticaj na ove države, ali i zbog sada već poznatih događaja, kao što je raspad SSSR-a i tranzicija socijalističkih zemalja.

¹² Na primjer, 1984. godine Radio Kanada (Radio Canada International) emitovao je program na engleskom, francuskom, njemačkom, španskom, češkoslovačkom, mađarskom, poljskom, ruskom i ukrajinskom, dok je 2005. godine emitovao program na engleskom, kineskom, arapskom, ruskom i španskom (pri čemu je ovaj trend više bio na televizijskim programima (npr. BBC World, NHK World, CCTV-9) i novinskim sajtovima).

ka njenim susjednima pod komunističkom kontrolom. Ovaj predlog je dobio podršku čak i od liberala koji su dugo sumnjali u *RFE/RL*.

Novonastala situacija, dokazi uspjeha unutar Sovjetskog bloka i ponovna priča o podršci ljudskim pravima, uticali su na to da novi propagatori dobiju zvaničnu podršku. Sva ova zalaganja za osnivanjem novih emitera pod izgovorom „evaluirajuće misije“ dovela su do svojevrstne preraspodjele u informativnom sistemu SAD, što je podržano setom novih zakona iz ove oblasti.

Svi međunarodni emiteri američke vlade su počeli još više da sarađuju od 1990. godine. Danas u sklopu Radio-difuznog regulatornog organa (*BBG*) posluju svi američki civilni međunarodni emiteri, uključujući *VOA* i *RTV Marti* koji su i dalje u sastavu *IBB*, dok su ostali međunarodni emiteri pod nadzorom *BBG* uspostavljeni kao privatna preduzeća i nijesu dio *IBB*. Tu spadaju: Radio Slobodna Evropa/Radio Sloboda, Radio Slobodna Azija (*Radio Free Asia, RFA*) i Srednje Istočna radio-difuzna mreža (*Middle East Broadcasting Networks, MBN - Radio Sawa i Alhurra Television.*). Emiteri u sastavu *BBG* svoj program distribuiraju putem radija, TV, Interneta i drugih novih medija na 60 jezika prema nedeljno procenjenom auditorijumu od 175 miliona. Kako se navodi: „*BBG* radi na tome da posluži kao primjer slobodnog i profesionalnog novinarstva, snabdjevajući svjetsku javnost vijestima, informacijama i relevantnim diskusijama“ (www.bbg.gov).

Međunarodni radio-difuzni biro (*International Broadcasting Bureau, IBB*) koji posluje u sklopu *BBG* omogućava emitovanje programa za sve emitere koji su u sastavu *BBG*. To je administrativna i marketinška snaga Agencije koja upravlja složenom mrežom predajnih stanica, domaćih i u inostranstvu, kao i satelitskim i internet sistemom dostave multimedijalnih sadržaja. On sprovodi široko istraživanje publike kako bi se povećao svjetski domet američkih međunarodnih emitera. Stoga možemo zaključiti da stanovište o „evoluciji misije“ opstaje i danas.

6. Efekti međunarodnih emitovanja u toku hladnog rata

Po završetku hladnog rata na svjetskoj političkoj sceni se mijenja raspored snaga. Tako su se mogla čuti i mišljenja da je sa raspadom Sovjetskog saveza, došlo vrijeme da se stanice pokrenute od strane američke vlade, posebno Radio Slobodna Evropa i Radio Sloboda koje emituju program u istočnoj Evropi i sadašnjoj Ruskoj federaciji, mogu ugasiti. Argumenti protiv američkih stanica uveliko variraju. Neki su usmjereni samo na određenu operaciju ili jedan aspekt programa, dok drugi ciljaju na ideju vladinog emitovanja pro-

grama uopšte. Često prigovori protivrječe jedni drugima, ali ipak se može izdvojiti glavnih pet. Prije svega se može istaći kritika da emitovanja kojima se upravlja iz Vašingtona nijesu dostigla potrebnu efikasnost. Druga kritika je suprotna i njeni zagovornici smatraju da su ovi mediji previše uticajni i da ih baš zbog toga treba ukinuti. Treća kritika se odnosi na to da privatni mediji mogu obavljati istu funkciju i bolje bi izgledali situaciju sa vladinim ograničenjima i budžetskim restrikcijama. Četvrta kritika se odnosi na to da američki emiteri zapravo ne emituju ništa drugo osim zvanične propagande, dok se peta kritika odnosi na to da prijeti opasnost od odmazde zemalja na koje se utiče i to u različitim oblicima u zavisnosti od postignutih ciljeva.

Najčešće citiran razlog za neefikasnost *RFE/RL* jeste da njihovo emitovanje ne može mijenjati stavove slušalaca i da se sadržaji koje emituju američke i druge Zapadne stanice koje su probile gvozdenu zavjesu za vrijeme hladnog rata pretvaraju u proste pridike. Jedan od zastupnika ovog stanovišta, Džon Nikols tvrdi da su aktivnosti poput onih *RFE/RL* bazirane na „jednostavnim i demode teorijama komunikacija“. On smatra da „prosto nije tačno da ovakva medijska kampanja može da utiče na važnije stavove publike“ (1984:129). Ovakve tvrdnje Nikols pravda stavovima modernijih komunikacionih teorija prema kojima glavni efekat međunarodne propagande jeste da se učvrste postojeći stavovi, a ne da se mijenjaju. Stoga zaključuje „postojanje ovih medija bilo bi nepotrebno“. On smatra da će disidentni nedvosmisleno slušati stanice poput *RFE/RL*, ali prije svega zbog toga što su se otuđili od svojih vlada, a potom što će potražiti stranu propagandu koja će pojačati njihove nove stavove (Nichols, 1984:139). Sa padom komunističkih država u Istočnoj Evropi i sa reformama koje su zahvatile Sovjetski savez, sada smo u mogućnosti da daleko bolje procijenimo tačnost Nikolsovih tvrdnji.

Ipak, mnogi građani iza „gvozdene zavjese“, pa čak i državni službenici, slušali su programe zapadnih radio emitera. Postoje podaci da je u pokušaju puča 1991. godine čak i tadašnji predsjednik SSSR-a Mihail Gorbačov u potrazi za više informacija uključio BBC, Radio Sloboda i VOA (Parta, 2007: xvi). Tako je Boris Jeljcin izjavio: „Tokom tri, četiri dana ovog puča Radio Liberti je bio jedan od nekoliko kanala pomoću kojih je bilo moguće poslati informacije u cijeli svijet, i što je još važnije cijeloj Rusiji, zbog toga što sada svaka porodica u Rusiji sluša Radio Liberty“. Možda je Jeljcin pretjerao kada je rekao da je svaka porodica u Rusiji slušala RL tokom avgusta 1991. godine u pokušaju puča, ali on nije preuveličavo njegov značaj. „Naime istraživanje koje je nekoliko nedjelja nakon puča sproveo 'Vox Populi', vodeći istraživački

institut u Moskvi, pokazalo je da je 30% Moskovljana slušalo Radio Liberti tokom krize u avgustu, od čega je većina od 19-21% slušala stalno ili više puta dnevno. Pri čemu su ove brojke još i veće kada je u pitanju elita, gdje je slušanost dostizala i do 43%" (Parta, 2007:xv).

Druga pogreška u stavu kritičara jeste da „pretvaranja emitovanja u propovjedi“ nijesu bila uzaludna. U stvari, prema sada dostupnim svjedočanstvima iz Istočne Evrope uticaj Glasa Amerike bio je presudan za stavove stanovništva sa tog prostora. Tako Ljudmila Aleksejeva, sovjetski disident veteran i jedan od osnivača Moskovskog Helsinškog komiteta, objašnjava kako nasuprot Nikolsovim projekcijama zapadne emitere nijesu samo podržavali disidenti i politički protivnici vlasti, već i reformski pokreti. Hapšenja i muke otpadnika u Sovjetskom savezu imali su medijsku podršku od svih dopisnika zapadnih medija koji su bili u SSSR-u, a čije su se informacije kasnije vraćale u Sovjetski Savez posredstvom pomenutih radio stanica, čiji slušaoci se u SSSR-u mogu brojati u desetinama miliona. Ona zaključuje „da je teško precijeniti uticaj stranih radio stanica na Sovjetski savez. Bez stranih emisija ni pokreti za ljudska prava, ni vjerski preporod ne bio bio moguć u našoj zemlji“ (Alexeyeva, Goldberg, 1990:181-82).

Da li su kritičari pogriješili kada su tvrdili da emiteri ne mogu da promjene osnovne vrijednosti publike? I ne baš. Ali, stavovi šire publike nijesu ni ostali isti. Prema Robertu Šarletu (*Robert Sharlet*), stručnjaku za disidente u Sovjetskom bloku, zapadne radio stanice su uticale na pojedinca da se uključi u društvo i preduzme neku akciju. Politički aktivisti često su ohrabreni vjerskim ili etničkim disidentima koji su bili za korak ispred (1985:355).

Uopšteno, dostupni dokazi upućuju da su *RFE/RL* bili efikasni u propagiranju liberalizacije u zemljama prema kojima su bili usmjereni. U prilog ovim tvrdnjama govore i podaci da su tri bivša disidenta, mađarski predsjednik Arpad Genc, čehoslovački predsjednik Vaclav Havel i vođa neuspjelog Praškog proljeća Aleksandar Dubček – otišli u Ameriku kako bi u Vašingtonu u sjedištu VOA zahvalili na radio emisijama koje su podržavale njihove opozicione pokrete.¹³

Uprkos ovome možemo se zapitati kako su to zapadni emiteri pomogli u liberalizaciji sovjetske imperije kad su stanice počele sa emitovanjem pro-

¹³ Havel je tom prilikom rekao: "Vi ste nas istinito informisali o događajima u svijetu i kod nas i na taj način ste nam pomogli da dođe do mirne revolucije koja se konačno dogodila" (Public Diplomacy for a New Europe).

grama još četrdeset godina prije nego što je došlo do raspada ove komunističke imperije. Odgovor se možda krije u činjenici da erozija može da potkopa strukturu decenijama prije nego što ona propadne. „U svojoj suštini, komunizam se oslanjao na niz neistina i mitova - o kapitalizmu, o prirodi demokratije, o religiji, o dostignućima Sovjetskog Saveza, o Lenjinu, Staljinu i njihovim sljedbenicima. Kako bi kompenzovali slabost svojih argumenata, komunisti su tražili apsolutnu kontrolu nad sredstvima komunikacije. Država ili partija su posjedovale medije, strane novine su bile zabranjene, a emitovanje stranih radio programa ometano. Građani u komunističkom režimu su shvatili da su življeli u sistemu izgrađenom na temelju laži. Bili su željni slobode štampe i istinitih komentara, a u odsustvu domaćih alternativa, uopšte ih nije bilo briga da li su sponzori ovih programa američka vlada, CIA ili komitet zabrinutih američkih građana. Oni poštuju to što su *RFE* i *RL* za njihove potrebe promovisali promjene, a ne samoubilačke gestove i nasilne revolucije“ (Puddington, 2000:311).

U prilog tvrdnjama da zapadne radio stanice nijesu bile efikasne ili najzaslužnije za pad komunizma pominje se doprinos mnogih drugih faktora. Između ostalih navode se putovanja i kulturne razmjene dopuštene Helsinškim finalnim zakonom iz 1975. godine (*Helsinki Final Act of 1975*), zatim politika transparentnosti (*Glasnosti*) koju je pokrenuo Gorbačov 1985. godine, kao i sve teži ekonomski položaj zbog stagnacije komunističkog sistema koji je uticao na promjenu stavova građana. Nesumnjivo su svi ovi faktori pomogli da dođe do revolucije poslednjih godina, ali je često njihov učinak u sprezi sa emitovanjem programa međunarodnih radio stanica. Sve neprilike u državi korištene su u propagandnim djelovanjima protiv režima i u cilju učvršćivanja stavova onih koji su bili već protiv vlasti. Osim toga koliko su međunarodni emiteri bili značajni i koliki je bio njihov domet može nam ilustrovati podatak da su, na primjer, SAD godišnje trošile po 200 miliona dolara na Međunarodni odbor za radio-difuziju.

7. Zaključak

Međunarodni mediji u vlasništvu američkih institucija danas, ne samo da nijesu prestali da djeluju, već su i proširili ospeg i zadržali se i tamo odakle su započeli. Nove tehnologije u oblasti komunikacija i konvergencija medija zapravo samo olakšavaju upotrebu radija u propagandne svrhe i rasprostiranje ideja velikom auditorijumu. U prvim decenijama radija prenos signala kratkim talasima ili ponekad snažnim srednjim talasima bio je glavni, a često i

jedini način pomoću koga su međunarodni emiteri mogli doprijeti do strane publike. U vrijeme dok je radio bio jedini elektronski medij znalo se da će radio-talasi usmjereni na određenu teritoriju sigurno naći svoju publiku. Međutim, možemo zapaziti da danas međunarodni emiteri imaju više opcija: 1. Prije svega ako je strana publika u blizini jaki dugi ili kratki talasi mogu obezbjediti pouzdanu pokrivenost; 2. Ako je strana publika udaljenija od 1000 kilometara od emitera kratkotalasni radio je pouzdan, ali pod uslovom da ne dođe do smetnji zbog solarnih ili geomagnetnih uslova; 3. Neki međunarodni emiter može koristiti i lokalne srednje talase ili FM radio ili televizijske predajnike u ciljanoj zemlji ili zemljama; 4. Međunarodni emiter može koristiti i lokalne kratko-talasne emitere kao relejnu (predajnu) stanicu; 5. Komšijske države mogu emitovati programe usmjerene prema publici u susjedstvu. Naravno, pojedini međunarodni emiteri mogu koristiti sve ove metode zajedno. Međutim, nekoliko međunarodnih emitera, kao što je švajcarski *Radio International*, napustili su u potpunosti kratkotalasno emitovanje i oslanjaju se isključivo na internet distribuciju programa, dok su drugi kao što je *BBC World Service* napustili kratkotalasno emitovanje prema Sjevernoj Americi, ali program emituju pomoću lokalnih predajnika, Interneta i satelita.

Najčešći slušaoci u inostranstvu su zapravo iseljenici, prognani ili izbjegli iz svoje države, oni koji ne mogu slušati ili gledati programe kod svoje kuće. Drugu grupu slušalaca čine radio hobisti koji se trude da slušaju što je više moguće programa. Dok u treću grupu spadaju novinari, vladini zvaničnici, kao i biznismeni, koji su zainteresovani za državnu saradnju sa inostranstvom. Četvrtu grupu čine obavještajci i agenti koji vrše nadzor, monitoring, nad emitovanim programima i kontrolišu politiku država, njihove skrivene poruke koje strani agenti primaju u njihovoj zemlji.

Zapravo, ako su međunarodni mediji već pokazali koliko su moćni i ako su ispunili svoj cilj nakon šezdeset godina djelovanja, onda osnivanja novih radio stanica i njima pridruživanje novih medija može samo da bude nastavak propagandnih aktivnosti ili otpočinjanje nekih novih medijskih ratova na međunarodnoj sceni. Upravo nam dešavanja na Bliskom Istoku i tzv. Arapske revolucije ovo potvrđuju, jer su ključnu ulogu u ustanku naroda i organizovanju protesta imali upravo mediji. Pri čemu su u ovom slučaju novi mediji, to jest društveni mediji, društvene mreže, blogovi, sajтови sa video zapisima, bili mjesta razmjene informacija, ubjeđivanja u ispravnost same ideje, dogovora i okupljanja. Pomoću neoficijelnih izvora informisanja, Fejsbuka i Tvitera, protestanti su se organizovali, a oficijelni međunarodni mediji su prenijeli

dešavanja sa ulica. Upravo nas ta dešavanja dovode do zaključka da propaganda u međunarodnim odnosima ne gubi na značaju, kao i da radio i nakon toliko godina i pojave brojnih novih medija uvijek pronalazi svoje mjesto u propagandnim aktivnostima. Zapravo ako se ne sluša na standardnim prijemnicima, može se slušati preko Interneta, na kompjuteru ili na mobilnom telefonu. Jer kako je svojevremeno Bernajs zaključio „Propaganda nikada neće izumrijeti. Pametni ljudi moraju da shvate da je propaganda moderni instrument kojim se mogu boriti u produktivne svrhe i koji će im pomoći da od haosa naprave red“ (Bernays, 1928:159).

Literatura

- Bernays, E. L. (1928): *Propaganda*, Horace Liveright, New York
- Brzezinski, Z. (1989): *The Grand Failure: The Birth and Death of Communism in the Twentieth Century*, Charles Scribner's Sons, New York
- Heil, A. (2003): *Voice of America – a History*, Columbia University Press, New York
- Horwitz, R. B. (2001): *Communication and Democratic Reform in South Africa*, Cambridge University Press
- Johnson, R. A. (2010): *Radio Free Europe and Radio Liberty – the CIA years and beyond*, Woodrow Wilson Center Press, Washington, D.C.
- Muravchik, J. (1992): *Exporting Democracy: Fulfilling America's Destiny*, AEI Press, Washington, D.C
- Nelson, M. (1997): *War of the Black Heavens: The Battles of Western Broadcasting in the Cold War*, Syracuse University Press, New York
- Nichols, J.P. (1984): *Wasting the Propaganda Dollar*, Foreign Policy
- Parta, E. R. (2007): *Discovering the hidden listener – an assessment of Radio Liberty and Western broadcasting to the USSR during the cold war*, Hoover Institution Press, Stanford University, Stanford, California
- Puddington, A. (2000): *Broadcasting freedom: The Cold War Triumph of Radio Free Europe and Radio Liberty*, The University Press of Kentucky, Lexington
- Radojković, M., Stojković, B., (2004): *Informaciono komunikacioni sistemi*, Clio, Beograd
- Sharlet, R. (1985): *Dissent and the Contra-System in East Europe*, Current History, November 1985
- Sorensen, T. (1975): *Rat rečima – priča o američkoj propagandi*, Harper i Row, New York, Beograd

Tadić, M. (2002): Osnovi međunarodne propagande, Bina, Beograd

Wood, J. (2000): History of International Broadcasting - Volume 2, The
Institution of Electrical Engineers, London

Internet izvori

www.bbc.co.uk

www.bbg.gov

www.bureauafrique.nl

UDK: 32:659.22 „1914/1918“

POLITIČKI PLAKAT U PRVOM SVJETSKOM RATU¹

POLITICAL POSTER IN WORLD WAR I

mr ANDRIJANA RABRENOVIĆ,
urednik Radija Bijelo Pole

Apstrakt: *Politički plakat je medij koji se, između ostalog, koristi u različitim oblicima u propagande svrhe. Nezaobilazno je sredstvo komunikacije u kulturi, ekonomiji, sportu, politici i sl. Osnovna teza od koje polazimo jeste da iako je danas najčešća upotreba plakata u promotivne svrhe kompanija, pojedinaca ili u izbornim kampanjama, nekada je bio izuzetno značajno sredstvo propagande u toku rata. S obzirom na to, u ovom radu ćemo na osnovu brojnih dostupnih političkih plakata iz perioda Prvog svjetskog rata pokušati da analiziramo na koji način se ovaj medij koristio. Napravićemo klasifikaciju po državama, a u sklopu pojedinih država po temama koje su najčešće bile zastupljene u toku rata. Na osnovu analize sadržaja pojedinih reprezentativnih primjeraka plakata ukazaćemo na osnovne karakteristike koje su plakati u tom periodu imali, zatim na simbole koji su bili dominantni i na poruke koje su putem plakata prenošene građanima u svojoj državi ili neprijateljima. Kako bi napravili što objektivniji uvid u tadašnje prilike bavićemo se plakatima obje zaraćene strane i sila Antante i Centralnih sila. Dakle, analiziraćemo plakate iz Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država, Njemačke, Austro-Ugarske, kao i Kraljevine Srbije i Kraljevine Crne Gore. Nakon pregleda po državama i isticanja najznačajnijih tema koje su bile zastupljene u ovom svjetskom sukobu zaključićemo koliko je bio značajan plakat u propagandnim aktivnostima zaraćenih strana za vrijeme Prvog svjetskog rata.*

Ključne riječi: *Politički plakat, Prvi svjetski rat, propaganda*

¹ Rad je nastao kao dio magistarske teze odbranjene na Fakultetu političkih nauka u Beogradu

Abstract: *The political poster is a medium that, among other, is used in various forms of propaganda purposes. It is unavoidable mean of communication in culture, economics, sports, politics, etc. The main thesis is that although the commonest use of posters is for promotional purposes, companies, individuals, or in election campaigns, it was once a very important tool of propaganda during the war. In view of this, in this paper, we based on the number of available political posters from the period of World War I and try to analyze the way in which this medium is used. We will create classification by countries, and inside individual countries by topics which were most often represented in the war. By content analysis of representative examples of individual posters we shall point on basic characteristics that posters had in that period, then the symbols that were dominant and the messages that are transmitted through posters citizens in countries or to enemies. In order to make an objective insight into the circumstances of the time will be focused on posters and both sides of the Central Powers and the Entente powers. Therefore, we analyze the posters from the UK, U.S., Germany, Austro-Hungarian monarchy, the Kingdom of Serbia and Kingdom of Montenegro. After a review by the states and highlighting the most important topics that are represented in this global conflict we will conclude how much poster was important in propaganda activities warring sides during World War I.*

Key words: *Political Poster, First World War, Propaganda*

1. Uvod

Prvi svjetski rat bio je sukob dva imperijalistička bloka (Centralne sile i Antante); za oba bloka, bio je to rat osvajачkog karaktera. Centralne sile su nastojale da izvrše novu podjelu svijeta, a sile Antante da odbrane stečene pozicije (prvenstveno kolonije) i da ih još više prošire. Prvi svjetski rat ili Veliki rat, kako su ga tada nazivali, unio je brojne promjene u društvu i umnogome preokrenuo tok razvoja civilizacije.

Kako bi prikazali značaj plakata u ovom sukobu sa početka prošlog vijeka treba se osvrnuti i na društveno politički kontekst i sam povod za nastanak rata. Naime, rat kojeg su se ljudi bojali, ali za kojeg nijesu stvarno vjerovali da će se desiti, za kratko vrijeme progutao je Evropu. Kao povod poslužilo

je ubistvo austrijskog nadvojvode Franca Ferdinanda u Sarajevu, 28. juna, 1914. godine, počinjeno od strane Gavrila Principa. Ubistvo, samo po sebi, ne bi dovelo do rata da nije bilo drugih tenzija – ekonomske konkurencije, imperijalističkih ambicija, vatrelog nacionalizma koji je bio izgrađen prethodnih decenija. Glavne evropske sile su već bile podijeljene u dva odbrambena tabora. Atentat u Sarajevu je događaj koji je Evropu uvukao u neizbežan rat. Austro-ugarska, odlučna da kazni Srbiju, daje ovoj zemlji potpuno neprihvatljiv ultimatum, a 28. jula joj objavljuje rat.² Rusija se odmah mobilizuje i staje na stranu Srbije, Njemačka objavljuje rat Rusiji i ubrzo Francuska, Belgija, kao i Velika Britanija, pridružile su se Rusiji protiv Njemačke i Austrije; Japan ubrzo stupa na stranu saveznika, dok Otomansko carstvo stupa na stranu centralnih sila. Italija se pridružila saveznicima 1915. godine. Do vremena kada su Sjedinjene Države ušle u rat, 1917. godine, on je već poprimio svjetske razmjere. Kada se rat završio, Evropa je bila uništena, milioni su izgubili živote, isto toliko je ostalo bez svojih domova.³ Tada su se po prvi put države iz cijelog svijeta podjelile na dvije strane, sa milionskim armijama i najnovijom tehnologijom sa početka 20. vijeka. Ratovalo se na kopnu, moru, pod vodom i u vazduhu. Po prvi put su korištena oklopna vozila, topovi, tenkovi, podmornice, brodovi, cepelini i avioni, radio signali. Međutim, jedno od oružja koje su svi prepoznali, koristili i usavršavali bila je propaganda. Dvije zaraćene strane, svaka na svoj način imale su viđenje rata i tako ga plasirale javnosti putem raznih propagandnih sredstava.

U propagandne svrhe su korištena sva raspoloživa sredstva, a jedno od njih koje je masovno korišteno bio je i plakat. U toj propagandnoj borbi mogu se izdvojiti pojedine teme, kao što su poziv na mobilizaciju, poziv u rat, poziv na odbranu zemlje i sl., koje su dominirale na političkim plakatima, a koje će biti podvrgnute analizi u okviru država u kojima je plakat i najviše upotrebljavan kao propagandno sredstvo. Plakate za vrijeme Prvog svjetskog rata u propagandne svrhe koristili su svi učesnici u njemu, ne samo kako bi opravdali svoje učešće, već i kako bi prikupili ljude, novac i resurse za vojnu kampa-

² "Istog dana kada je Austrougarska objavila rat Srbiji, kralj Nikola je objavio ukaz o mobilizaciji; već 6. avgusta Crna Gora je zvanično objavila rat Austrougarskoj, ignorišući pri tome obećanje njene diplomatije da u slučaju neutralnosti može računati na teritorijalne ustupke" (Rastoder, Andrijašević, 2006:354).

³ "Dani pre i dani posle Prvog svjetskog rata ne dele se kao kraj starog i početak novog perioda, već kao dan pre i dan posle eksplozije, iako je i ova govorna figura netačna kao i sve druge, jer tužno zatišje koje je nastalo posle katastrofe nikako nije prošlo" (Arent, 1998:274).

nju. Plakati su služili i za regrutovanja, pozivali su na štednju i oglašavali da se izdaju mjenice za ratni zajam. Ili, kako primjećuje Barnicoat "...plakati u Prvom svjetskom ratu su konstantno predstavljali sukob kao krstaški rat" (Barnicoat, 1998:222)

U ovom radu ćemo koristiti metodu naučne deskripcije, metodu analize sadržaja, istorijsku i komparativnu metodu. Metoda naučne deskripcije biće korišćena u cilju prezentacije karakterističnih vizuelnih, odnosno grafičkih elemenata pojedinačnih plakata. Metoda analize sadržaja služiće kao osnovna metoda, s obzirom na to da je vizuelna prezentacija sadržaja plakata i poruke koju emituje osnova za razumjevanje njegovog propagandnog djelovanja. Istorijska metoda će nam poslužiti za razmatranje plakata u različitim državama, dok ćemo uz pomoć komparativne metode praviti poređenje između pojedinih država i tema kojima se bave plakati.

2. Plakat u Velikoj Britaniji

Izrada plakata u Velikoj Britaniji u Prvom svjetskom ratu bila je povjerena Parlamentarnom komitetu za regrutaciju (*Parliamentary Recruiment Committee* – koji je odobrio proizvodnju stotinu plakata u dva i po miliona kopija koje su distribuirane širom Velike Britanije) i Ratnom propagandnom birou (*War propaganda bureau*). To znači da je s najviših instanci, od vrha države, kontrolisana proizvodnja plakata. Velika Britanija je jedna od država u kojoj, kad je rat počeo, nije postojala vojna obaveza pa je stoga politički plakat masovno korišten kao sredstvo propagande. Logično je bilo da se putem široko rasprostranjene kampanje ljudi pozovu u rat, a za to je upotrebljen plakat. Kako Moor primjećuje, "prioritet onih koji su se bavili propagandom bio je da ohrabri regrutaciju (Moore, 2011: 106). Zbog toga su i dominirali takvi plakati.

Kada govorimo o političkom plakatu u Velikoj Britaniji, onda je bez premca plakat grafičkog umjetnika Alfreda Lita (*Alfred Leete*) "Potreban si svojoj zemlji" (*Your Country Needs You*) (**pl.1**). Plakat se prvi put pojavio na naslovnoj strani magazina "*London opinion*" 1914. godine, što i ilustrujemo navedenom naslovnom stranom (**pl. 2**).⁴ Iako je izgledao nedovršen, plakat je bio precizan. Poruka ovog plakata neodoljivo je podsjećala na rat. Na ovom plakatu prikazana je samo glava generala lorda Kičenera (*lord Horatio Herbert Kitchener*) i ruka do podlaktice sa uperenim prstom. Ideja plakata bila je da se efekat izazove dominacijom očinske figure i autoriteta i neizbježnog uperenog

⁴ Na samom plakatu je ispisano da je "*London opinion*" odobrio reprodukciju.

prsta. Još jedna od karakteristika ovih plakata je autoritativni pogled kojim lice s plakata gleda u oči posmatrača plakata, čime se stvara utisak da se neposredno obraća baš njemu.

Još jedan od prepoznatljivih plakata iz Prvog svjetskog rata u Velikoj Britaniji jeste plakat Džona Bula (*John Bull*), nastao po uzoru na plakat Alfreda Lita. Sa uperenim prstom Džon Bul pita "Ko je odsutan? Jesi li to ti?" (*Who's absent? Is it you?*) (pl. 3). On je personifikacija britanske nacije iako nije obučen u uniformu kao general Kičener, na sebi ima košulju s motivom britanske zastave. Džon Bul je takođe strogo i autoritativno zagledan u prolaznika, ali je prikazan kao cijela figura koja stoji ispred postrojene čete vojnika i pita se ko fali. Pri čemu je naglasak na 'ti' kao i na prethodnom plakatu.

U Velikoj Britaniji su svakako najzastupljeniji bili plakati za regrutovanje stanovništva za rat, pri čemu je posebna propaganda bila usmjerena prema građanima u Irskoj. Za regrutovanje Iraca bio je zadužen "Centralni savjet za organizaciju regrutovanja u Irskoj" (*Central Council for the Organisation of Recruiting in Ireland - CCORI*), koji je preimenovan u "Odjeljenje za regrutovanje u Irskoj" (*Department for Recruiting in Ireland*). Bilo je plakata na kojima su žene Irske direktno prozivale muškarce da se odazovu pozivu u rat. Na primjer, na jednom plakatu je prikazano kako se žena s puškom u ruci obraća muškarcu i pita ga "Hoćeš li ti ići ili ja moram?" (*For the glory of the Ireland – Will you go or must I?*) (pl. 4). Efekat kampanje usmjerene prema Ircima bio je oko 250.000 regrutovanih ljudi za rat.

Tako su se osim muškaraca na plakatima u Britaniji za vrijeme Prvog svjetskog rata pojavljivale i žene. One su na plakatima predstavljane kao herojske figure. Jedan od najpoznatijih plakata iz tog perioda jeste "Žene Britanije kažu – idi!" (*Women of Britain say – Go!*) (pl. 5), čiji je autor E. V. Kilij (*E. V. Kealey*). Plakat nije bio namijenjen samo ženama, već i muškarcima, da se i oni odazovu pozivu u rat. Takođe je imao cilj da izazove osjećaj krivice kod onih koji nijesu pošli u rat, ali i da pojača volju onih koji su pošli i koji će tek ići u rat. Na plakatu su prikazane dvije žene kako s djetetom prate pogledom kroz prozor vojsku koja odlazi na front.

Kampanja za regrutovanje nije bila namijenjena samo stanovništvu Velike Britanije, već i njenim kolonijama. Na primjer, postojali su plakati za regrutovanje vojnika u Indiji, čija je Vlada novčano pomagala britansku. Tako se pod britanskom zastavom ujedinjeni na jednom plakatu prikazuju, u različitim uniformama, vojnici raznih članica Komonvelta pod parolom "Zajedno" (*Together*) (pl. 6). Kako su propagandisti željeli da prikažu Veliku Britaniju kao

veliku silu, tako je simbolično na plakatima ova imperija bila prikazana kao lav koji poziva sve muškarce iz drugih država da se odazovu pozivu u rat i da budu njeni mladi lavovi, tj. da budu u službi imperije (**pl. 7**). Kampanja za regrutovanje bila je više nego uspješna, prijavilo se oko dva miliona dobrovoljaca, pa je vojna obaveza uvedena tek u januaru 1916. godine.

Osim plakata za regrutovanje, veoma su bili rasprostranjeni plakati za ratni zajam. Pošto je rat bio svjetskih razmjera, bilo je potrebno dosta novca za britanske trupe. Tako su plakati služili kao sredstvo za prikupljanje novca za vojsku. Postojala su dva načina kako da plakat privuče Britance da daju ratni zajam. Prvi način je bio da se putem plakata ljudi pozovu da kao patriote daju doprinos državi, a drugi način je bio da se upisom ratnog zajma, odnosno kupovinom ratnih bonova, stanovništvu kasnije vrati novac uz kamatu. Tako su bili zadovoljni i država i građani. Upravo je prikazan primjer jednog plakata na kome piše "Kupite svoj ratni zajam – sada!" (**pl. 8**).

Iako su ove teme bile najčešće zastupljene u Britaniji su se osim pomenutim plakatima bavili i dobrotvornim radom u Crvenom krstu, štednjom hrane, posebno osnovnih živonih namirnica, npr. hljeba, pozivom na povećanje proizvodnje itd. (**pl. 9**).

3. Plakat u Francuskoj

Još jedna od učesnica u Prvom svjetskom ratu koja je u velikoj mjeri koristila plakat jeste Francuska, jedna od sila Antante. Razlika između Velike Britanije i Francuske u pogledu dominantnih tema plakata jeste postojanje vojne obaveze u Francuskoj. To je jedan od razloga zašto u Francuskoj plakati za regrutovanje nijesu štampani i distribuirani u tolikoj mjeri kao u Velikoj Britaniji, jer je vojska bila obavezna.

Jedan od najpoznatijih francuskih plakata u Prvom svjetskom ratu bio je "Neće proći!" (*On ne passé pas!*) (**pl. 1**). To je značilo da se Francuzi odlučno bore za odbranu svoje zemlje od neprijatelja. Autori francuskih plakata iskoristili su temeljne državne vrijednosti da Francuze motivišu za rat. Prije svega, Francuska se temelji na idealu sloboda, jednakost i bratstvo (*liberté, égalité et fraternité*). Na plakatima su bile ispisane upravo ove riječi. Tako se i jedna od prepoznatljivosti Francuske, Marijana, simbol slobode u raznim varijacijama, od obične žene do simbola mira, našla i na plakatima. "Neka Bog čuva Francusku, najstariju ćerku crkve", poručivali su plakati. Jedan od plakata na kojima je prikazana žena kao boginja na bojnopolju s mačem u jednoj i zasta-

vom Francuske u drugoj ruci imao je sličnu poruku. Žena kao simbol Francuske otadžbine najavljivala je pobjedu (**pl. 2**).

4. Plakat u Sjedinjenim Američkim Državama

Iako su kasnije od ostalih država ušle u rat, Sjedinjene Američke Države su imale značajne propagandne aktivnosti. U Prvom svjetskom ratu kampanjom u SAD je upravljao "Komitet za javne informacije" (*Committee of Public Information – CPI*). Jedan od najpoznatijih američkih plakata iz ovog perioda bio je plakat Ujka Sema, koji je pozivao na regrutaciju (**pl. 1**).⁵ Ujka Sem je u stvari personifikacija SAD kao države. Prema podacima Kongresne biblioteke, ovaj plakat je u periodu od 1917. do 1918. godine štampan u tiražu od preko četiri miliona primjeraka. Plakat je nastao po uzoru na već opisani plakat lorda Kičenera iz Velike Britanije. "Crteži poput 'Ujka Sema' predstavljaju konsenzus javnog mnjenja. Takvi simboli bude emocije" (Barbulović, 2004:65). Poruka plakata je jasna: svi moraju da se odazovu pozivu u rat. Prst je uperivan u svakog što je i bio cilj plakata, da svako ko prođe pored njega pomisli da je poruka upućena baš njemu. Na plakatu je ostavljan prazan prostor za upisivanje najbliže regrutne stanice. Koliko je ovaj plakat upečatljiv govore i brojni primjeri njegovog kasnijeg pojavljivanja u sličnim situacijama kao poziv, ali i kao parodija ili opomena. Tako se može navesti primjer iz 1972. godine kada je ponovo štampan za vrijeme rata u Vijetnamu, ali kao parodija na Ujka Sema (**pl. 2**). Naime, Sem je izgledao kao kostur i bio simbol smrti. Tako možemo reći da je ovo sigurno jedan od najpoznatijih američkih plakata, iz Prvog svjetskog rata i uopšte.

Koliko su SAD polagale na propagandno djelovanje, govori i podatak da je u toku Prvog svjetskog rata dizajnirano 2500 plakata koji su proizvedeni u 20 miliona primjeraka, skoro jedan plakat na četiri građanina za manje od dvije godine njihovog učešća. (www.internationalposter.com/intro.cfm). Kako tvrdi Purvis, "bila je to najveća marketinška operacija u istoriji..." (2010:63). Osim navedenog odjeljenja, kampanje za izradu plakata su vodile i neke druge organizacije, npr. postojalo je posebno administrativno odjeljenje koje se bavilo proizvodnjom plakata za štednju hrane, zatim posebno odjeljenje za agrikulturu koje je propagiralo očuvanje poljoprivrednih površina, udruženje bibliotekara SAD, koje je putem plakata pozivalo građane da poklone knjige

⁵ Autor plakata je Džejms Montgomeri Fleg (James Montgomery Flagg).

vojnicima na frontu, za proizvodnju plakata bili su zaduženi i razni biroi, komiteti, komisije itd.

Teme koje su prikazivane na plakatima u SAD, pored navedenih su: štednja osnovnih životnih namirnica (npr. šećera, ulja, hljeba), pridruživanje Crvenom krstu, dobrotvornim organizacijama, oslobodilačkim organizacijama, zajedničke radničke ratne kampanje, zajmovi za slobodu i pobjedu u ratu itd. Prema podacima do kojih je došao Džejms Aulih (*James Aulich*), za vrijeme *trećeg zajma* za slobodu u aprilu 1918. godine, proizvedeno je devet miliona plakata koji su distribuirani širom svijeta, od Havaja, Aljaske, Filipina do vojske SAD koja se nalazila u Francuskoj, dok je za vrijeme *četvrtog zajma* za slobodu štampano čak deset miliona plakata (Aulich, 2007:55). S obzirom da su plakati stizali do svih krajeva i teritorija SAD izrađivani su i oni koji su bili usmjereni na za sve narode Amerike. Plakat pod nazivom "Svi Amerikanci" (*Americans all*), gdje su ispisana brojna prezimena različitih nacija, predstavljao je jedinstvo pod američkom zastavom (**pl. 3**). Treba pomenuti da su pored ovih plakata koji su distribuirani po svijetu, urađenih za konkretne teme, takođe distribuirani i plakati urađeni za pojedine države saveznice, kojima je bila potrebna ekonomska, vojna ili neka druga vrsta pomoći. Osim pomenutih tema, plakati su se bavili i isticanjem nacionalnog jedinstva svih pripadnika američke nacije, što je na plakatima bilo izraženo kroz parole "Zajedno ćemo pobijediti" (*Together we win*), ili "Za porodicu i državu" (*For home and country*) (**pl. 4**).

Majka je personifikacija nacije, tj. majka prikazana na plakatu izjednačavala se sa cijelom nacijom, npr. na jednom plakatu majka poziva žene da kupe ratne bonove i tako daju doprinos *drugom zajmu* za slobodu, što je u stvari značilo da je država ta koja poziva građane da daju svoj doprinos ratu. Putem plakata se tražilo od stanovništva da pokažu humanost i da je šire; to npr. poručuje plakat "Završićemo posao!" (*We'll finish the job!*).

Posebna karakteristika perioda Prvog svjetskog rata jeste jedan od simbola SAD – orao, koji je maksimalno upotrebljavan i na plakatima, ne samo slikom već i riječima; npr. vojnici su nazivani "američkim orlovima" (**pl. 5**). Na plakatima koji su istovremeno prikazivali moć američke vojske, ali i poziv u rat kroz sukob dvije ptice grabljivice, SAD je predstavljao prepoznatljiv američki bjeloglavi orao.

5. Plakat kod Centralnih sila

Osim sila Antante, plakatom kao sredstvom propagande koristile su se i Centralne sile, posebno Njemačka i Austro-Ugarska.

U **Njemačkoj** su na početku rata plakati služili kao sredstvo za regrutovanje, slično kao u drugim državama. Međutim, u Njemačkoj je postojala vojna obaveza, tako da nije bilo potrebe u tolikoj mjeri plasirati plakate za regrutaciju. Jedan od plakata koji je imao za temu poziv u rat je praktično identičan kao i pozivi Britanaca i Amerikanaca. Na slici je njemački vojnik sa uperenim prstom (**pl. 1**). Prikazana je samo glava i upereni prsti, ali pogled je bio dovoljno upečatljiv da izazove reakciju. Pozadina plakata je crna, za razliku od prethodnih primjera s bijelom pozadinom i bojama zastave SAD i Velike Britanije. Vojnik je bio zelene boje i imao šlem na glavi, za razliku od "neprijatelja" koji su imali šesire ili kape.

Kako su izgledali ti plakati i ratna propaganda u tom periodu, govore kasniji komentari Adolfa Hitlera. Naime, on nije bio zadovoljan propagandom Njemačke u Prvom svjetskom ratu. Smatrao je da je propaganda u osnovi pogrešno vođena. Njemački vojnici nijesu bili upoznati sa stvarnom situacijom, što je kasnije Hitler primjetio. "Bilo je, na primer, iz osnova pogrešno, praviti protivnika smešnim, kao što je to, pre svega, austrijska i nemačka propaganda humorističkih listova. Veoma pogrešno stoga, jer stvarni susret sa protivničkim vojnikom je smesta morao da stvori jedno sasvim drugo uverenje, nešto što se onda na najstrašniji način svetilo, jer sad se osećao nemački vojnik pod neposrednim utiskom protivnika otpora ovog, prevaren od mahera koji su ga prosvećivali, a na mesto jačanja njegove borbene volje ili samo i čvrstine, nastupalo je ono suprotno. Vojnik je tad klonuo duhom" (Hitler, 2006:130). Zapravo, plakati su neprijatelje ismijavali i tako su predstavljeni suprotno od realnosti i upravo na to je ukazivao Hitler u svom djelu. Smatrao je da je potrebno propagandno uticati na svoju vojsku, ali ne tako što će se omalovažiti protivnik. Hitler je smatrao da Velika Britanija i SAD vode sasvim ispravnu propagandu. To objašnjava sledećim riječima: "Time što su oni sopstvenom narodu Nemca predstavljali kao varvarina i Huna, pripremali su već pojedinačnog vojnika na strahote rata i tako mu pomagali da se sačuva od razočarenja" (Hitler, 2006:30).

Baveći se ovom problematikom, Tadić upravo navodi primjer poređenja Njemaca s Hunima (**pl. 2**). "Centralna tema propagandnih napada na Nemce kao osnovni motiv u priči ima njihovo poređenje sa Hunima, što predstavlja samo novu razradu već dobro poznate priče o nemačkom učešću u

'Boksterskoj revoluciji' 1899. godine u Kini, gde su nemački vojnici počinili mnoga zverstva i ponašali se kao Huni" (Tadić, 2005:77).

Zaista, kada se analiziraju njemački plakati iz Prvog svjetskog rata, posebno oni plakati koji se bave temom neprijatelja, lako se može uočiti da neprijateljski vojnici nijesu predstavljeni kao zvijeri, kako brutalno ubijaju itd. "Boljševizam donosi rat, nezaposlenost i glad" (*Bolschewismus Bringt Krieg, Arbeitslosigkeit und Hungersnot*), poručivano je s plakata, ili "Neprijateljski vojnici će te vidjeti!" (*Hier Sehen Euch Feindliche Flieger!*) ili "Ovo je put do mira – to je kako neprijatelj želi!" (*Das ist der Weg zum Frieden – Die Feinde Wollen es so!*).

Jedna od specifičnosti njemačkog plakata u Prvom svjetskom ratu jeste nastanak nove vrste plakata tzv. *Sashplakat* ili predmetni plakat. Ovakvu vrsta plakata u grafički dizajn prije Prvog svjetskog rata uveo je poznati njemački dizajner Lucijan Bernard (Lucian Bernhard). U pitanju je bio plakat kojeg je 1902. godine Bernard uradio za kompaniju šibica Priester, koja je prihvatila njegovu ideju za plakat firme. Ovaj plakat u stvari je samo početak tzv. *sash* pokreta, koji će kasnije imati uticaja na izgled plakata u Prvom svjetskom ratu. Osnovna odlika ovih plakata bila je jednostavnost, bez suvišnih detalja. Bernard je dizajnirao najpoznatije njemačke plakate u Prvom svjetskom ratu: "Osam hiljada naše braće..." (*Achthunderttausend unserer Brüder...*), "Drugovi, upišete se za ratni zajam!" (*Kameraden, Zeichnet Kriegsanleihe!*), "Novi ratni zajam mora biti uspješniji" (*Die Neue Kriegsanleihe muss Erfolgriech sein*), "Možete se prijavite za ratni zajam ovdje" (*Hier Zeichnet man die Kriegsanleihe*), "Nema mira bez pobjede" (*Kein Frieden Ohne Sieg*), "Ovaj vam novac pomaže da se borite!" (*So Hilft dein Geld dir Kämpfen!*) itd (**pl. 3 i pl. 4**).

Kao i u ostalim državama, plakati su se u Njemačkoj bavili i drugim temama kao što su štednja hrane, slanje hrane vojnicima na frontu, poklanjanje knjiga vojnicima na frontu, pomoć ranjenicima, dobrovoljni rad u Crvenom krstu, apeli da se oslobode njemački zarobljenici i sl.

Država koja je veoma rano shvatila ulogu i značaj plakata u ratnoj propagandi je bila i **Austro-Ugarska**. Ova monarhija je u Prvom svjetskom ratu, što se tiče plakata kao sredstva propagande u velikoj mjeri bila pod uticajem *secesije*, pravca u umjetnosti koji se razvio krajem XIX vijeka u Austriji. "Godine 1897. u Beču se javlja secesija, pokret naprednih umjetnika koji odvajanjem od tradicionalnih umjetničkih shvaćanja označavaju zaokret u duhovnoj svijesti nove mlade generacije. Na tim načelima stvarali su najizrazitiji predstavnici bečke secesije: Gustav Klimt, Koloman Moser, Alfons Mucha, Alfred Roller, Josef Maria Olbrich, Otto Wagner i Josef Hofman koji su reali-

zirali najljepše plakate toga vremena" (Kavurić, 1999:15). Upravo su umjetnici koje navodi Kavurić imali ključnu ulogu u razvoju secesije, a samim tim i nastanku plakata u Austro-Ugarskoj u periodu Prvog svjetskog rata. Kavurić smatra da je tek sa secesijom plakat u potpunosti afirmisan i da stilske odlike secesije jesu istovremeno i odlike plakata u tom periodu. Naime, ona smatra da secesiju odlikuje "... česta asimetrična kompozicija slike, široko strukturiran prostor s akcentom na plohi, krivuljna, valovita, temperamentna, maštovita linija, koja postaje glavnim izražajnim sredstvom – aplicirane su na plakatima. Kako je naglasak dat plohi, svi dekorativni prikazi proistekli iz nje – ornamentalno isprepletene linije, figure i slova srasli su međusobno u jedinstvenu kompoziciju. Tek plošna slika mogla je biti obogaćena tekstom, jer je plošnim strukturiranjem prostora omogućeno organsko spajanje slike i teksta i tako ostvareno njihovo integralno jedinstvo" (Kavurić, 1999:99).

Kada je rat počeo, putem proklamacije u Austro-Ugarskoj je objavljena mobilizacija stanovništva. Osim proklamacija, za poziv u rat služili su i plakati, kao na primjer plakat koji prikazuje dobošara koji objavljuje poziv za regrutovanje za tzv. gardu dobrovoljaca (**pl. 1**). Čak je putem filmskog plakata prikazano kako je Austro-Ugarska u ratu sa Srbijom, što i ilustrujemo plakatom (**pl. 2**).

Plakati veličaju monarhiju. Tako na jednom piše: "Neka živi monarhija! Kaznite Srbiju! Neka živi Kajzer Viljem!". Austro-Ugarska je i u toku rata željela da pokaže kako je moćna država, što potvrđuje plakat Svobode Hanuša koji prikazuje srednjovjekovnog austrijskog viteza u čijoj je pozadini zastava Habzburške monarhije. Interesantno je da je plakat na hrvatskom jeziku iz ovog perioda, a po stilu je sasvim sličan, ako ne identičan plakatima austrijskih umjetnika plakata.

Kako je rat odmicao, osim plakata za regrutovanje ili slavljenje monarhije, postojali su plakati koji su se bavili tada aktuelnim temama, npr. donacijom knjiga za zarobljenike u neprijateljskim zemljama, priređivani su koncerti čiji bi prihod odlazio u fond za udovice itd.

Značajan, ako ne i najveći broj austro-ugarskih plakata se odnosio na ratne zajmove. Umjetnici kao što su npr. Ervin Picinger (Erwin Pücinger), Alfred Roler (Alfred Roller), Hajnnrih Lefler (Heinrich Lefler) i Mihali Biro (Mihály Biró) stvarali su plakate kojima se narod poziva da upiše ratni zajam. Picinger je na plakatu prikazao viteza koji brani ženu i dijete od mačeva sa italijanskom i ruskom zastavom; drugi plakat, čiji je autor Biro, prikazuje vojnika kako se naslonjen na štit u obliku novca brani od neprijatelja (**pl. 3**);

treći plakat, autora Leflera, prikazuje dvoglavog orla s mačem u kandžama. U suštini, na svim tim plakatima ispisan je isti tekst – "Upišete ratni zajam".

6. Plakat u Kraljevini Srbiji

Nakon brojnih ratova koje je vodila u 19. i početkom 20. vijeka Srbija se 1914. godine našla u Prvom svjetskom ratu. Povod za rat bio je sarajevski atentat u kome je ubijen austrougarski prestolonaslednik Franc Ferdinand, što je Austro-Ugarska iskoristila za objavu rata Srbiji 28. jula 1914. godine. U Srbiji se smatralo da je ovaj rat državi nametnut, što potvrđuju i riječi iz besjede prestolonaslednika Aleksandra Karađorđevića objavljene 17. jula 1914. godine (**pl. 1**). Prestolonaslednik u besjedi ističe "... u ovoj nametnutoj nam borbi nije u pitanju samo Srbija i samo srpski narodni interes. Tu se biju veliki, krupni evropski interesi. Srbija u toj utakmici interesa ima određeno mesto, koje će ona do kraja čuvati i braniti mudro, dostojanstveno, odlučno...".

Prestolonaslednik napominje da je već izdao proklamaciju narodu u kojoj navodi da je Austro-Ugarska objavila rat Srbiji. Povodom objave rata, sačinjen je i obnarodovan plakat od strane Austro-ugarske na kome jednostavno piše "Objava rata" i tekst koji je opravdavao ulazak u rat potpisan od strane austro-ugarskog ministra spoljnih poslova. Ovaj je plakat objavljen u katalogu plakata Vojvodine (**pl. 2**).

Samo nekoliko mjeseci nakon objave rata, tačnije 15. decembra, 1914. godine, prestolonaslednik Aleksandar, koji je bio i Vrhovni komandant Njegovog kraljevskog visočanstva, objavio je naredbu sledeće sadržine: "Na zemljištu Kraljevine Srbije nema više neprijatelja. Izgnali smo ga krvave glave. Mi moramo još neko vreme vršiti našu tešku dužnost i stojati uz naše silne saveznike koji se bore i za nas..." (**pl. 3**). Dakle, borba se i dalje nastavljala ne samo oružjem, nego i propagandnim sredstvima. Putem objava narodu je predočavano u naredbodavnoj formi šta se od njega zahtijeva, od prikupljanja raznih vrsta metala (olovo, cink, kalaj) za potrebe vojske, do oduzimanja rakije od naroda za potrebe vojske, zatim se popisuje kolike su zalihe brašna, zabranjuje se trošenje ječma, obavezno je prijavljivanje stoke itd.

Poseban primjer takve propagande su i američki plakati koji se odnose na Srbiju. Naime, SAD su ušle u rat tek u aprilu 1917. godine, no ipak tamo je odštampano više plakata nego u ostalim zemljama učesnicama. Takav je primjer plakat koji je nastao 1916. godine, čak i prije ulaska SAD u rat pod nazivom *Save Serbia Our Ally* ("Spasite Srbiju, našu saveznicu") (**pl. 4**). Ovaj je plakat u boji i u potpunosti se razlikuje od plakata koji su u to vrijeme nastajali

u Srbiji. Na njemu su dominantne figure dvojice vojnika – srpskog sa šajkačom i savezničkog kako zagrljeni stoje ispred mase uplašanih žena u pozadini. Boje nijesu jarke, ali su istakle osnovne crte lica, razlike uniformi i kapa, kao i marama koje imaju žene. Na plakatu je tekst na kome piše "Spasimo Srbiju, našu saveznicu – pošaljite pomoć srpskom izbjegličkom komitetu u Americi". Autor ovog plakata je poznati umjetnik iz doba Belle epoque Teofil Steinlen.

Danas se u Kongresnoj biblioteci Amerike čuvaju i plakati pod nazivom *Left Behind in Serbia* ("Stanimo iza Srbije") (pl. 5) i *Save the Serbians from cholera* ("Spasite Srbe od kolere") (pl. 6). Ovi plakati nastali su u SAD 1918. godine i na engleskom su jeziku. Njihov autor je Bordman Robinson kanadsko-američki umjetnik koji je na putovanju po Evropi vidio nevolje rata u Rusiji, Srbiji, Makedoniji i Grčkoj.

Jedan od plakata nastalih u SAD, a odnosi se na Srbiju, nosi naziv *Serbia Needs Your Help* ("Srbiji je potrebna tvoja pomoć") u privatnoj je kolekciji, a objavljen je na sajtu Wyoming's premier historic house museum. On je takođe na engleskom jeziku i u boji. Na slici je ranjeni vojnik iza koga je zastava Srbije (pl. 7).

Za neke manje evropske države, članice Antantinog bloka, ovo je bio odbrambeni rat, a među njima bila je i Srbija. Prvi svjetski rat je ostavio pustoš u Srbiji, koja je izgubila oko četvrtinu stanovništva u ratnim operacijama, usljed bolesti i odmazdi. Ovo traumatično iskustvo ojačalo je shvatanja da je potrebno stvoriti jaku državu koja će biti brana ponovnom pokoravanju zemlje. Vjerovalo se da jedino centralistička država može biti garant samostalnosti. Na talasu ovakvih uvjerenja, stvorena je Kraljevina Srba, Hrvata i Slovenaca, na čijem čelu je bila dinastija Karađorđević.

7. Plakat u Kraljevini Crnoj Gori

Nakon balkanskih ratova Crna Gora je izašla kao pobjednica s proširenom teritorijom i oslobođenim gradovima na sjeveru i sve do Kosova i Metohije. Nakon rata se ponovo pokreće pitanje stvaranja unije između Crne Gore i Srbije. Već u oktobru 1913. godine kralj Nikola I Petrović donosi ukaz o raspuštanju Skupštine i zakazuje nove izbore za 11. januar 1914. godine. Prva redovna sjednica novoizabrane Narodne skupštine održana je 28. januara 1914. godine. Kralj je otvorio ovo zasjedanje Besjedom koja je objavljena 29. januara 1914. godine. U Besjedi kralj je podsjetio narodne predstavnike na ishod balkanskih ratova, istakao zalaganje Crne Gore za saradnju sa saveznicima i

predstavnicima poželio uspjeh u radu. Ovaj sastav Skupštine sastao se posljednji put 4. januara 1916. godine.

Događaji koji su se odvijali u svijetu i okruženju imali su uticaj i na Crnu Goru. Naime, kralj Nikola je istog dana kada je Austro-Ugarska objavila rat Srbiji objavio ukaz o mobilizaciji, a već 6. avgusta Crna Gora je zvanično objavila rat Austro-Ugarskoj. Kralj je po treći put za nepune dvije godine pozvao narod u rat. On je 5. avgusta 1914. godine (24. jula, po starom kalendaru) objavio proglas (**pl. 1**) koji počinje riječima: "Crnogorci – još ne dospjeste da krv sperete s vaših hrabrih mišica, a vaš stari Kralj primoran je da vas i po treći put za nepune dvije godine dana pozove pod oružje; da vas i po treći put povede u rat – u sveti rat za slobodu Srpstva i Jugoslovenstva". U ovom proglasu još se kaže "Crnogorci – Austrija je objavila rat našoj dragoj Srbiji, objavila ga je nama; objavila ga je Srpstvu i cijelom Slovenstvu".

Crna Gora, iako izmorena nakon balkanskih ratova, među prvima je učestvovala i u Prvom svjetskom ratu. Najznačajnija bitka za Crnu Goru bila je Mojkovačka bitka koja je bila završna faza operacije davanja odstupnice srpskoj vojsci prema Albaniji. Austro-Ugarska vojska se nezaustavljivo kretala i s jedne strane uspjela da osvoji Lovćen, što i jeste bio cilj, dok je s druge samo usporena kod Mojkovca. Nakon pada Lovćena i osvajanja Cetinja 15. januara 1916. godine, kralj je s vladom i Vrhovnom komandom prešao u Podgoricu. Po naredbi srpske vlade, iz Crne Gore su se povukli srpski oficiri, a načelnik štaba Vrhovne komande Petar Pešić, napušta Crnu Goru 17. januara. Samo dva dana nakon toga, 19. januara 1916. godine, Crnu Goru je napustio i kralj Nikola. Vojskom su ostali da komanduju princ Mirko i Janko Vukotić, koji su odlučili da se raspusti vojska, pri čemu je Crna Gora kapitulirala, iako akt o tome nije nikada potpisan. Iz ovog perioda nije pronađen bilo kakav proglas ili proklamacija. Jedini koji se odnosi na Prvi svjetski rat jeste ovaj koji je pomenut s početka rata.

Kralj Nikola koji je u egzilu pokušavao da na bilo koji način upravlja Crnom Gorom nije imao većeg uspjeha. Ratna dešavanja, razorenost zemlje, politički protivnici koji su ostali u Crnoj Gori – sve to je onemogućavalo da se ostvari jedna od težnji starog kralja; kralj se nije mirio s porazom i kada je bilo riječi o ujedinjenju, o čemu su vođeni pregovori, kralj je od Rusije zahtijevao da Crnoj Gori garantuje teritorijalni integritet. Međutim, na Krfu su 20. jula predsjednik srpske vlade Nikola Pašić i predsjednik Jugoslovenskog odbora Ante Trumbić potpisali politički akt poznat kao Krfska deklaracija. Ovu deklaraciju podržao je Crnogorski odbor na čelu sa Andrijom Radovićem, pri čemu su

crnogorski kralj i vlada bili isključeni iz pregovora o ujedinjenju. Posledica ovog stanja gdje država nema vlast, već je legitimna vlada u egzilu, jeste održavanje čuvene Podgoričke skupštine 26. novembra 1918. godine. Podgoričku skupštinu, nazvanu Velika narodna skupština ustanovio je samoproklamovani Centralni izvršni odbor za ujedinjenje Srbije i Crne Gore, odlukom koju je donio na svojoj sjednici održanoj 7. novembra 1918. godine u Beranama (Šuković, 1999:23). Po mnogim ocjenama ova Skupština bila je nelegalna i nelegitimna. Ipak, na njoj su donesene odluke: "1. Da se Kralj Nikola I Petrović Njegoš i njegova dinastija zbace s crnogorskog prestola; 2. Da se Crna Gora s bratskom Srbijom ujedini u jednu jedinu državu pod dinastijom Karađorđevića, i tako ujedinjeni stupe u zajedničku otadžbinu našeg troimenog naroda Srba, Hrvata i Slovenaca; 3. Da se izabere izvršni narodni odbor od pet lica, koji će rukovoditi poslovima dok se ujedinjenje Srbije i Crne Gore ne privede kraju i 4. Da se o ovoj skupštinskoj odluci izvjestite bivši kralj Crne Gore Nikola I Petrović, vlada kraljevine Srbije, prijateljske savezničke sile i sve neutralne države" (Šuković, 1999:72). Šuković ističe da je prvi javno objavljeni tekst akta kojeg je donijela Podgorička skupština objavljen odmah po njegovom donošenju u obliku plakata, naslovljen sa Odluka. Ovim činom Crna Gora je ostala bez svog vladara i ukinuta joj je državnost. Crna Gora postaje članica Kraljevine Srba, Hrvata i Slovenaca, bez pominjanja imena njenog naroda ili države, a od '20-ih godina XX vijeka pa nadalje, objava proglasa i proklamacija prelaze na dinastiju Karađorđevića.

8. Zaključak

Iako je (više nego) evidentna upotreba plakata u propagandne svrhe u Prvom svjetskom ratu, na početku rata je postojalo nepovjerenje prema toj vrsti propagande. Međutim, kako je plakat u to vrijeme bio sredstvo kojim se na najbrži mogući način postizao cilj, a to je prije svega odlazak u rat, onda se opravdava i način na koji su se regrutovali građani. Kako Rikards primjećuje "Plakati su apelovali, laskali, pretili; postojala je ogromna sličnost ne samo između njihovih poruka, nego čak i između njihovih likovnih rešenja" (1971: 27).

U Prvom svjetskom ratu, plakat je odigrao veliku ulogu, za šta su dokaz milioni kopija plakata proizvedenih u ranije navedenim državama, posebno u onim gdje na početku rata nije postojala vojna obaveza. Kako Centralne, tako i sile Antante su pokušavale da putem plakata, tj. poruka koje oni šalju, dosegnu do što većeg broja ljudi, sve sa namjerom da se uključe u vojne ope-

racije ili bilo kakvu drugu vrstu angažovanja u ratu. Tako možemo zaključiti da su se putem plakata istiale određene teme, a da su neke od njih dominirale u određenim periodima. Na samom početku rata države su pokušavale da propagandnom djelatnošću sakupe što više građana za vojsku. To su u većoj mjeri sprovodile one zemlje u kojima nije bila obavezna mobilizacija. Za ove svrhe plakati su veoma dobro poslužili jer su mogli da pokažu veličinu i jačinu vojske, snagu države, odlučnost dobrovoljaca, emocije supruge. Nešto kasnije u toku rata na plakatima su se pojavljivali neprijateljski vojnici. Negdje su prikazivani suroviji nego što zaista jesu, a u nekim slučajevima su ismijavani, sa raznovrsnim karikaturama. Tako priječujemo da su brojni poznati umjetnici toga vremena, sa obje zaraćene strane, imali ulogu da narodu skrenu pažnju na zalijepljeno parče papira. Kako je rat odmicao bilo je potrebno pribaviti hranu za vojsku, obezbijediti sredstva za trupe širom svijeta i osigurati pobjedu. tako su se pojavljivali plakati koji apeluju na građane da štede hranu, da kupuju obveznice i da se čak i iz svojih domova doprinesu savladavanju neprijatelja. Osim toga vješto osmišljeni slogani, ukomponovani u efektno odabrane slike, učinili su da plakati postanu dominantno sredstvo propagande u Prvom svjetskom ratu.

Svakako da je jedna od izuzetnih vrijednost ovih plakata u tome što mi danas, sa distance, možemo da analiziramo razloge i namjere ljudi koji su vjerovali da je rat svjetskih razmjera zaista trebao da se desi. Analizirajući plakate koji su sačuvani možemo da hronološki pratimo tok rata, možemo da steknemo uvid u odnose na međunarodnom nivou i otkrijemo propagandne poruke koje su u tom vremenskom periodu izgledale kao jednostavni pozivi na akciju.

Još jedna od karakteristika upotrebe plakata u Prvom svjetskom ratu jeste što su upravo ove propagandne kampanje i njihov uspjeh bile podsticaj da se ovo sredstvo komunikacije još masovnije koristi u raznim kriznim situacijama širom svijeta i nakon ovog sukoba. Tako su plakati imali značajnu ulogu i u Boljševičkoj revoluciji, u komunističkoj Rusiji i nacističkoj Njemačkoj, ali i u toku Drugog svjetskog rata, pa i nakon toga u mnogim sukobima.

Literatura

Arent, H. (1998): *Izvori totalitarizma*, Feministička izdavačka kuća 94, Beograd

Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperial war museum, London

Barbulović S., Jevtović Z., Popović M., Lakićević R., (2004): *Amnezija javnosti – od propagande do terorizma*, Grafokomerc, Beograd

Barnicoat, J. (1998): *Poster – concize history*, Thames and Hudson, Singapore

Hitler, A. (2006): *Mein Kampf*, Tema, Beograd

Kavurić, L. (1999): *Hrvatski plakat do 1940*, Institut za povijest umjetnosti, Nacionalna i sveučilišna knjižnica, Horetzky, Zagreb

Moore, C. (2011): *Propaganda Prints: A History of Art in the Service of Social and Political Change*, A&C Black, London

Purvis, A.W. (2010): *Plakatstil and War*. U knjizi De Jong C.V., Purvis A.W., Le Coultre M. F., *The Poster: 1000 Posters from Toulouse-Lautrec to Sagmeister*, Abrams, New York

Rastoder, Š., Andrijašević, Ž. (2006): *Istorijski leksikon Crne Gore*, Daily press – Vijesti, Podgorica

Rikards, M. (1971): *Uspon i pad plakata*, Thames and Hudson i NIP Borba, Beograd

Šuković, M. (1999): *Podgorička skupština 1918*, DOB, Podgorica

Tadić, D. (2005): *Propaganda*, YU Spektrum, Beograd

<http://www.internationalposter.com/intro.cfm>, posjećeno: januar, 2006. godine

Prilozi (Plakati)

Britanija

1. <http://www.ww1propaganda.com/ww1-poster/london-opinion-your-country-needs-you>
2. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperial war museum, London (str. 20)
3. http://www.vintaga.com/Posters/World-War-I-England/19799616_6j8Kkn/4/1556054607#!i=1556057166&k=fWNX5Lv&lb=1&s=A
4. Gallo, M. (2001): *The poster in history*, Norton, London (188 str)
5. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperial war museum, London (str. 189)
6. <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37297>
7. <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/17043>
8. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperial war museum, London (str. 76)

9. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 78)

Francuska

10. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 10)

11. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 113)

Sjedinjene Američke Države

12. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 22)

13. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 23)

14. Americans All <http://www.rare-posters.com/125.html>

15. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 115)

16. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 116)

Njemačka

17. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 129)

18. Aulich, J. (2007): *War posters weapons of mass communication*, Thames & Hudson, Imperiaal war museum, London (str. 28)

19. <http://www.loc.gov/pictures/collection/pos/item/2004666136/resource/>

20. <http://www.loc.gov/pictures/collection/pos/item/2004665842/resource/>

Austro-Ugarska

21. <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37102>

22. <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/37425>

23. <http://www.iwm.org.uk/collections/item/object/2337>

Srbija

24. <http://scc.digital.nb.rs/document/PL-153-015>

25. Njegovan, D. (2004) *Politički plakat u Vojvodini 1848-2003*, Muzej Vojvodine, Novi Sad

26. <http://scc.digital.nb.rs/document/PL-153-071>

27. <http://www.encore-editions.com/save-serbia-our-ally-send-contributions-to-ser>

28. <http://www.encore-editions.com/left-behind-in-serbia-send-money-for-the-women-and-children-to-the-serbian-relief-70-fifth-avenue-new-york-board-man-robinson--2/zoom>

29. www.ww1propaganda.com/world-war-1-posters/american-ww1-propaganda-posters/page=69 Save the Serbians from cholera.

30. <http://www.trailend.org/keep-posters.htm>

Crna Gora

31. <http://scc.digital.nb.rs/document/PL-157-020>



pl. 1



pl. 2



pl. 3



pl. 4



pl. 5



pl. 6



pl. 7



pl. 8



pl. 9



pl. 10



pl. 11



pl. 12



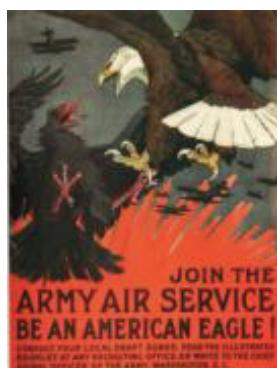
pl. 13



pl. 14



pl. 15



pl. 16



pl. 17



pl. 18



pl. 19



pl. 20



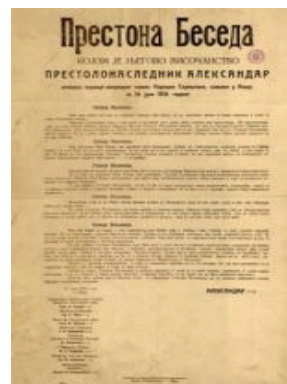
pl. 21



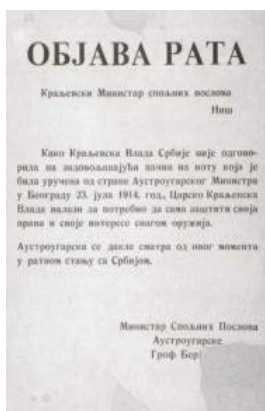
pl. 22



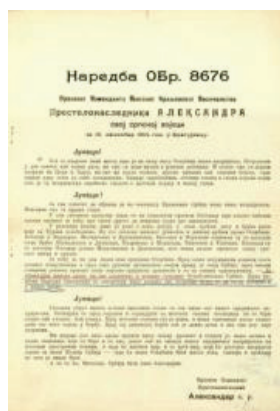
pl. 23



pl. 24



pl. 25



pl. 26



pl. 27



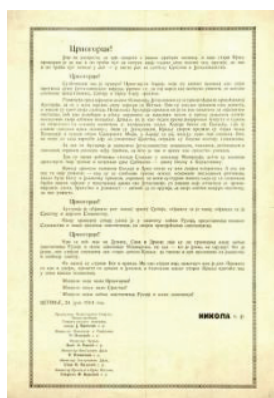
pl. 28



pl. 29



pl. 30



pl. 31

UDK: 32:316.77 (497.6)

**KLIJETELIZAM U SAODNOSU MEDIJA I POLITIKE
U REPUBLICI SRPSKOJ**

**CLIENTELISM IN THE RELATIONSHIP BETWEEN THE MEDIA
AND POLITICS IN REPUBLIC OF SRPSKA**

VUK VUČETIĆ,

Univerzitet u Istočnom Sarajevu, Filozofski fakultet Pale

Apstrakt: *Sa raspadom bivše Savezne federativne republike Jugoslavije (SFRJ) odnos države prema medijima je znatno izmjenjen. Proces deregulacije za posljedicu je imao privatizaciju postojećih medija, ali i talas osnivanja novih privatnih i komercijalnih medija. Uprkos većem broju medija nije došlo do očekivanog pluralizma i medijskih sloboda. Državna kontrola protoka informacija i funkcionisanja medija prešla je u ruke novopečenih biznismena i političkih elita, pri čemu je stvoren novi način kontrole rada medija koji se ogleda u političkom klijentelizmu, "kupovini tišine", "besplatnoj kupovini medija" i autocenzuri. Pod političkim klijentelizmom u medijima se podrazumijeva vrstu odnosa u kojoj politički akteri imaju snažan uticaj na uređivačku politiku medija. U radu autor istražuje da li je i u kojoj meri politički klijentelizam zastupljen na medijskoj sceni Republike Srpske, pokušavajući da definiše i utvrdi uzroke i posljedice pojave političkog klijentelizma za novinarsku profesiju u RS.*

Cljučne riječi: *Republika Srpska, mediji, politički klijentelizam, kupovina tišine*

Abstract: *With the disintegration of the former Federal Republic of Yugoslavia (SFRY) attitude towards the media is significantly changed. The process of deregulation resulted in the privatization of existing media, but also the establishment of new wave of private and commercial. However the presence of a large number of media in Republic of Srpska (RS) has not led to the desired pluralism and media free-*

dom. State control of information flow and the functioning of the media was placed in the hands of fledgling businessman and political elites. The result is the creation of new methods of control of the media, which are reflected in the political clientelism, "buying silence", "free media buy" and censorship. Under political clientelism in the media we mean the kind of relationship in which political actors have a strong influence on the editorial policies of the media. The author investigates whether and to what extent political clientelism is present in the Republic of Srpska media scene, trying to define and determine the causes and consequences of political clientelism in journalism at RS.

Key words: Republic of Srpska, Media, Political Clientelism, Buying Silence

1. Uvod

Prelazak iz jednopartijskog u višepartijski sistem u zemljama bivše Jugoslavije doveo je do smanjivanja moći državne kontrole medija i protoka informacija. Novi načini kontrole ili bolje rečeno uticaja na uređivačku politiku pojedinih medija mogu se prepoznati kroz više povezanih fenomena: autocenzura, "kupovina tišine", "kupovina svog novinara" ili "kupovina medija bez novca". Sve pobrojane fenomene možemo obuhvatiti pojmom politički klijentelizam koji podrazumijeva društveni oblik organizovanosti u kojem pristup ekonomskoj i političkoj moći imaju "patroni", te ga obezbijavaju svojim politički podobnim klijentima, a za uzvrat dobijaju njihovu podršku. Drugim riječima, „raspodjela pristupa društvenim resursima vrši se prema kriterijumima političke pripadnosti, a ne prema univerzalnim kriterijumima i jednakosti u društvu.” (Hallin i Papathanassopoulos, prema: Petković, 2008: 6). Dakle, klijentelizam je oblik društvene organizovanosti koji na nejednak način tretira pojedince, a prednost u ostvarivanju pristupa ekonomskoj i političkoj moći obezbijeđen je samo onima koji su politički podobni. Politički klijentelizam možemo propoznati i u medijskoj sferi. Uzimajući u obzir prethodnu definiciju politički klijentelizam u medijima se ogleda kroz uticaj koji političke partije ili politički lideri (patroni) imaju na rad tj. uređivačku politiku medija (klijenata).

U odnosu patron-klijent javlja se svojevrsna simbioza. Naime, političari, političke partije i drugi politički subjekti svojom materijalnom podrškom

obezbijeđuju egzistenciju medijima, dok sa druge strane pomenute elite imaju željenu (pozitivnu) medijsku promociju, koja im obezbijeđuje pozitivan *image* kod birača/klijenata. Iz ove simbioze kao jedini gubitnik izlazi novinarska profesija. Cilj rada je da pokaže da je politički klijentelizam zastupljen u medijskoj sferi Republike Srpske. Kako bismo utvrdili postojanje ove pojave neophodno je definisati uslove i razloge pojave klijentelizma u saodnosu politike i medija u Republici Srpskoj.

2. Oblici političkog klijentelizma u RS

U RS u posljednjih 20 godina može se primjetiti postojanje dvije vrste političkih klijentelizama. Tokom rata u RS je postojao „idealistički politički klijentelizam“, a nakon potpisivanja Dejtonskog mirovnog sporazuma 1995. godine na scenu dolazi „materijalistički politički klijentelizam“. Pod idealističkim političkim klijentelizmom se podrazumijeva situacija gdje mediji „dobrovoljno“ pristaju da zastupaju nacionalnu politiku iz uvjerenja da se na taj način brane najviši državni interesi (Pećanin, 2007:7). Tome svjedoče i osnovni razlozi zbog kojih su se mediji osnivali tokom prethodnog rata u BiH (1992-1995), a koji se vide „u nastojanju da se prevlada komunikacijska blokada, u patriotskim razlozima (jačanje odbrambene sposobnosti zemlje), nacionalnoj i vjerskoj afirmaciji, promociji političkih interesa, i procjeni da se ratna investicija može komercijalno valorizovati u miru“ (Miroslavljević, Vilović, Kuntzik, 2009:17). S tim u vezi se prema mišljenju Pećanina javljaju novi novinarski obrasci rada medija: „raspirivanje mržnje prema drugim nacijama; lažna interpretacija zajedničke istorije čije su žrtve isključivo pripadnici mog naroda; skrivanje zločina počinjenih od strane vojske mog naroda; izmišljanje i uveličavanje zločina nad pripadnicima mog naroda; predstavljanje ratnih operacija vojske mog naroda isključivo kao odbrambenih i neprihvatanje mogućnosti da i oni koji se brane mogu počiniti zločin; širenje teorija zavjere o svjetskoj uroti protiv mog naroda“ (Pećanin, 2007:¶7). Možemo primjetiti da principi idealističkog klijentelizma srozavaju principe objektivnog i društveno odgovornog novinarstva i stvaraju jaz u društvu.

Po završetku rata u bivšoj Jugoslaviji ukidaju se i principi idealističkog političkog klijentelizma na čije mjesto dolazi „materijalistički klijentelizam“. Osnovna razlika između ove dvije „vrste“ klijentelizama ogleda se u tome što dobrovoljna lojalnost medija i novinara prema vladajućoj ideologiji biva zamijenjena lojalnošću koja se kupuje novcem. U takvim okolnostima postoje dvije prepoznatljive metode kupovine lojalnosti. Prva se odnosi na plaćanje medi-

jima da izvještavaju pozitivno o određenoj interesnoj, političkoj grupi ili pojedincu, a druga se odnosi na situaciju kada se medijima plaća kako bi ignorisali „sumnjive“ poslovne aktivnosti istih interesnih, političkih grupa ili pojedinaca. Jedan od načina kako se plaćaju ove aktivnosti je kroz zakup i plaćanje oglasnog prostora u medijima. Pećanin primjećuje da i oni mediji koji su se odupirali idelističkom klijentelizmu kao što je to bio splitski satirični magazin „Feral tribune“ danas nisu u stanju da se bore protiv materijalističkog klijentelizma. „Vlasnici i novinari mnogih medija su dovedeni pred izbor: ili prihvatiti uslove oglašivača ili ugasiti medij“ (Pećanin, 2007: 14). Ovaj izazov je i danas prisutan kako u komercijalnim tako i u javnim medijskim kućama u RS.

3. Uzroci nastanka političkog klijentelizma

Prema analizi Halina i Papatanasopulusa osnovne karakteristike političkog klijentelizma u medijskoj sferi su :

1. Odsutnost tradicije nezavisnog novinarstva
2. Postojanje zagovaračkog (*advocacy*) ili navijačkog novinarstva
3. Politička instrumentalizacija privatnih medija
4. Politizacija javnih RTV servisa (Hallin i Papathanassopoulos, 2004:3).

Pokušaćemo da analizom odnosa medija i politike prepoznamo postojanje nekih od navedenih karakteristika, kako bismo mogli potvrditi postojanje političkog klijentelizma u medijskoj sferi u RS. Medijsko tržište prema istraživanju stanja medijskih sloboda u BiH „Izvještaj u sjeni“ iz 2012. godine je fragmentirano i prezasićeno. „Na manje od četiri miliona stanovnika u BiH izlazi devet dnevnih novina, 4 news magazina, djeluje šest novinskih agencija, te isto toliko profesionalnih udruženja novinara. Kada su u pitanju elektronski mediji, uz javni servis koji se sastoji od šest emitera (Federalne televizije i odgovarajućeg radija, TV Republike Srpske i radija RS, te krovnog emitera BHTV1 i BH radija 1). Pored toga u BiH 46 televizija ima dozvolu za emitovanje uz 152 radio stanica. Medijski prihodi su ograničeni i procjenjuju se na oko 60 miliona eura godišnje. Oko 60 odsto tih prihoda pripada javnim RTV emiterima.“ (Izvještaj u sjeni za BiH, 2012:5).

4. Nepostojanje tradicije nezavisnog novinarstva – kontrola zamjenjena uticajem

Mediji su za vrijeme vladavine Josipa Broza Tita u Saveznoj federativnoj republici Jugoslaviji (SFRJ) obavljali funkciju produžene ruke vlasti, i služili su u propagandne i agitatorske svrhe, u cilju očuvanja režima. Cenzura je

bila veoma izražena, a neke od osnovnih medijskih sloboda kao što su pravo na slobodu govora i mišljenja nisu postojale. Privatnih medija nije bilo, dok je postojanje jednog državnog medija obezbijedilo političkim elitama nesmetanu manipulaciju i kontrolu protoka informacija. Međutim sa raspadom SFRJ u BiH (ali u ostalim državama koje su nastale raspadom) nije došlo do željene pluralizacije medija. Naime, državni uticaj zamijenjen je uticajem koji na uređivačku politiku medija imaju političari i "novopečeni" biznismeni i privatni vlasnici medija. Državna televizija dobila je status javnog emitera, a deregulacijom¹ medijskog tržišta omogućeno je osnivanje privatnih RTV stanica i ostalih printanih glasila (dnevni listovi, nedjeljnici, magazini i sl.), čiji se jedini cilj ogleda u ostvarivanju što većeg profita koji za sobom povlači komercijalizaciju medijskih sadržaja. Komercijalizacija medijskog sadržaja za posljedicu ima pad standarda profesionalnog izvještavanja, ali i sve veću pojavu tzv. "žutila" u svakodnevnoj novinarskoj praksi. Naime, programskim šemama komercijalnih, ali i javnih televizija dominiraju zabavni, lagani, i komercijalni sadržaji (filmovi, serije, sport, muzika) koji depolitizuju javnost i čine je apatičnom. Pored toga postoje i problemi velikog broja mladih neiskusnih kadrova koji rade u medijima u RS. Lejla Turčilo prepoznaje neke od ključnih problema kada je profesionalni rad mladih novinara u pitanju. Prije svega to se ogleda u nastojanju medijskih kuća da sa jeftinom (besplatnom) radnom snagom, čiji se rad zasniva na volonterskim principima, ostvari veći profit. Međutim na volonterski rad pristaje samo mladi i polu-obrazovani kadar koji, kako bi ostalo na svojim radnim mjestima, principe novinarske etike zamjenjuje podaničkim, nekritičkim, klijentelističkim principima. „Loše obrazovano medijsko osoblje proizvodi „low taste content“ i lako pada pod uticaj elita“ (Turčilo, 2011:63).

Kao što se može zaključiti iz ranije navedenog, u BiH pa i u RS novinarstvo se oduvijek razvijalo pod uticajem politike i političkih elita. Stalno prisustvo političkih, a kasnije i ekonomskih uticaja na uređivačke politike medija onemogućilo je razvijanje utopističke ideje koja se ogleda u tome da javnost putem medija kontroliše vlast. Prije se može reći da vlast putem medija kontroliše javnost i kreira (odgovarajuće) javno mnjenje. U prvom slučaju socijalis-

¹ Proces deregulacije medija karakterističan je za vrijeme Reganizma u SAD (1981-1989) i Tačerizma u Velikoj Britaniji (1979-1990) i podrazumijeva proces u kojoj se država povlači i prepušta tržištu da ono uspostavi dinamičku ravnotežu među privrednim subjektima. U ovom procesu ni mediji nisu pošteđeni trenda privatizacije, zbog čega intervencionizam države uzmiče pred zakonima tržišta.

tički režim sa izrazitim stepenom cenzure i kontrole protoka informacija nije omogućavao medijske slobode, a samim tim i razvoj društveno odgovornog novinarstva. Sa druge strane novi, demokratski, sistem je doveo do toga da državna kontrola biva zamijenjena uticajem političkih partija i novopečenih biznismena. "Ako je kontrola nemoguća zbog razvijene demokratije i javnosti onda vlast želi utjecaj na medije" (Malović, 2007:48).

Sa novim demokratskim sistemom došlo je do pojave velikog broja privatnih (komercijalnih) medija, ali se time ograničio prostor za kvalitetne medijske priče o temama koje nisu u skladu sa interesima oglašivača ili vlasnika medija. Egzistencija privatnih medija je u rukama njegovih oglašivača, a ta činjenica često dovodi do izostavljanja bitnih i društveno odgovornih tema sa dnevnog reda. Ovaj smjer razvoja novinarske profesije nije razvio potrebnu kritičku oštricu u novinarskoj praksi, koja je, čini se, danas dostigla vrhunac svoje "otupljenosti". Razloge za nedovoljan profesionalni razvoj novinarstva na prostorima bivše SFRJ Viktor Ivančić objašnjava rečenicom: "Nije lako izvještavati o kriminalu ako ste i sami dio kriminala" (Ivančić prema Turčilo, 2011:63). Ovakav način funkcionisanja medija, doveo je do pojave autocenzure. Autocenzura predstavlja situaciju u kojoj je sam autor/novinar u isto vrijeme i cenzor. Poznavajući već unaprijed šta sistem smatra za nepoželjno autor svjesno izostavlja one dijelove teksta ili čitav tekst koji su/je neodgovarajući te na taj način izbjegava mogućnost dolaska u sukob sa onima koji upravljaju sistemom (što često znači i gubitak posla). Dakle osnovni motiv za nastanak autocenzure je strah od sankcije (u najgorem slučaju gubitak posla). Primjeri sudbina neposlušnih novinara koji su istraživali i pisali o temama koje su „zabranjene“ često su razlozi nastanka i održavanja visokog stepena autocenzure.² Ovakav oblik cenzure je najpoželjniji u svakom sistemu iz prostog razloga jer se u tom slučaju vlast može predstavljati nevinom. Čak se u tom slučaju može govoriti i o „nepostojanju“ cenzure jer svi tekstovi (koji već ranije prođu filter autocenzure) budu objavljeni. Prema tome, da se zaključiti nezavisno novinarstvo u RS ne postoji te da se prije može reći da ova profesija robuje političkim i ekonomskim interesima svojih vlasnika, dok se novinari u strahu od gubitka posla povinuju nepisanim pravilima autocenzure. Pored toga nepostojanje tradicije nezavisnog novinarstva može se vidjeti i na primjeru neposto-

² Novinar podgoričke Televizije "Montena" Marko Novaković dobio je otkaz u toj medijskoj kući, zbog kolumni u listu "Vijesti", u kojima je kritikovao crnogorsku vlast. <http://www.blic.rs/Vesti/Politika/318746/Novinar-dobio-otkaz-zbog-kritike-vlasti-u-Vijestima>

janja jake političke javnosti u RS. Naime, nezavisno novinarstvo bi svojim aktivnostima trebalo da gradi jaku političku javnost koja će kontrolisati i ukazati na eventualno neodgovoran i neprofesionalna rad političara, međutim u RS to nije slučaj.

S tim u vezi možemo konstatovati da u RS postoji simulirana javnost i simulirano javno mnjenje. Takvo javno mnjenje je podražano „odozgo“, od strane „svojih“ političkih elita i ne predstavlja sponatanu reakciju javnosti na društvenu svakodnevicu. Takva javnost služi samo za aklamaciju već ranije donešenih odluka svojih lidera kojima se slijepo vjeruje i prema kojima nema nikakvog kritičkog otklona, dok se sa druge strane bilo koja druga pitanja od egzistencijalne važnosti za javnost (kao što je visoka stopa nezaposlenosti, nizak standard, kriminal, korupcija i sl.) nikad ne nalaze na dnevnom redu. „Samo površan pogled na bosanskohercegovačku javnost otkriće da više nema tog skandala, korupcije, promašaja vladajućih struktura koji može prouzrokovati javni bijes ili bilo kakvu pristojnu javnu reakciju. Bosanski narodi primili su svoje doze injekcije političke eutanazije kao konačnog produkta etnopolitike“ (Mujkić:2007:17). U skladu sa ovim javno mnjenje nema ulogu aktivnog političkog subjekta već pasivnog konzumenta politike. Upravo je kreiranje ovakvog javnog mnjenja, koje je u funkciji odobravanja postupaka srpskih političara „povjereno“ je medijima iz RS. Istraživanje na temu „Odnos građana prema sistemu socijalne politike i inkluzije za djecu u BiH“³ je pokazalo kako Srbi u BiH najviše gledaju i imaju najveće povjerenje u Radio televiziju Republike Srpske (RTRS) i u privatnu televiziju BN iz Bjeljine. Naime, od 1004 anketirana građana (Srba, Bošnjaka, Hrvata i ostalih) iz čitave BiH, 77 odsto Srba ima povjerenje u rad RTRS, dok čak njih 80 odsto ima povjerenja u rad BN televizije iz Bjeljine. Rezultati još jednog istraživanja iz 2009. godine potvrđuju da RTRS u velikoj mjeri utiče na formiranje javnog mnjenja u RS. Čak 41 odsto od 200 ispitanika smatra da RTRS u velikoj mjeri utiče na formiranje javnog mnjenja (Stanisavljević, 2009:147)⁴. Značajan uticaj na formiranje javnog mnjenja osim medija iz RS imaju i mediji iz Srbije. To je najviše zbog toga što neke lokalne TV stanice u RS (TV BN i TV Simić) prenose centralnu informativnu emisiju Dnevnik Radio televizije Srbija u 19:30 časova, dok se dnevni listovi kao što su „Večernje novosti“, „Politika“, „Euro Blic“ nalaze na medij-

³ Istraživanje su 2009. godine zajedno realizovale organizacije „Medijske inicijative“ i „Media-plan institut“ iz Sarajeva uz podršku UNICEF-a.

⁴ Istraživanje je urađeno u periodu od 1. aprila 2009. do 15. aprila 2009. godine.

skom tržištu RS. „Gotovo trećina bosanskohercegovačkih građana kaže kako na dnevnoj bazi prati inozemne/regionalne TV programe, bilo da je riječ o ta- mošnjim javnim servisima ili privatnim medijima. To nesumljivo povećava utjecaj regionalnih TV stanica na bh. javnost, ne samo u zabavnom sektoru, nego i u informativnom“ (Turčilo, 2011:69).

Srpska javnost, kao što se vidi, najviše vjeruje srpskim medijima. Često na osnovu povjerenja medija i javnosti najviše profitiraju političke elite. Nai- me, mediji prilagođavaju svoju agendu interesima vladajućih elita, čime se obično zanemaruju standardi profesionalnog i društveno odgovornog izvještavanja i informisanja javnosti. „Tako mediji kreiraju javno mnjenje prema uspostavljanoj matrici- važni su naš entitet, naš narod i naši vitalni nacionalni interesi. U tako postavljenom redu stvari, percepcija dominira nad činjenica- ma, bolje reći činjenice nisu važne. Bilo kakav pokušaj konstruktivne kritike Vlade i vladajuće stranke doživljava se kao neprijateljski, sa ciljem podrivanja temelja Republike Srpske koji vuče svoje korijene iz Federalnog Sarajeva ili nedobronamjernog Zagreba“ (Stanisavljević, 2009:146).

5. Zagovaračko ili navijačko novinarstvo – jednostrano i neprofesionalno

Kao posljedica nepostojanja nezavisnog i društveno odgovornog novi- narstva javlja se jedan drugi oblik novinarstva koji je poznat kao “zagovarač- ko” (*advocacy*) ili navijačko novinarstvo. Najprostije rečeno, zagovaračko novi- narstvo je onaj oblik novinarstva u kojem se Informacije i sadržaji tendencioz- no plasiraju, izostavljaju se činjenice, a ističu se samo pozitivni aspekti priče po jednu stranu dok se neistomišljenici negativno promovišu. Ovakav vid je- dnostrane promocije povezan je sa tim da su novinari češće u ulozi komentara- tora a ne izvještača dok medijskim sadržajima dominiraju “views” (pogledi ili komentari) a ne “news” (vijesti). S tim u vezi Džon Lojd u svojoj knjizi “Šta mediji rade našoj politici”, navodi kako je „nit između komentara i činjenice sada nestala” (Lojd:2008:19). Prema mišljenju Lejle Turčilo posljedica takvog pristupa u novinarstvu se ogleda u tome što se komentarima, publici sugerise način na koji će percipirati određena dešavanja i stvaraju okviri za razumije- vanje političke svakodnevice. „Upravo se na ovaj način limitiraju granice do- seznjivosti spoznaje globalne javnosti, jer je ona limitirana na ono što joj neko govori, a manje ima priliku pratiti ono što se uistinu događa” (Turčilo, 2011: 49).

Postojanje zagovaračkog novinarstva u RS vidimo kroz postojanje tzv. "političkih paralelizama". Politički paralelizmi označavaju situaciju gdje nije jasno definisana razlika između političkog aktivizma i novinarstva⁵. „Politički paralelizam se stoga manifestuje kroz medijske sadržaje, političku profiliranost zaposlenika u medijima i medijskog auditorija, te kroz organizacijsku povezanost medija i političkih grupa" (Mancini i Halin, prema Petković, 2008 ¶10). Javna je tajna u da su pojedini novinari iz RS u isto vrijeme i članovi ili simpatizeri političkih partija, dok sa druge strane i političari imaju svog "omiljenog" novinara. Prema mišljenju Dragana Bujoševića, političarima ne treba mnogo novca za kupovinu novinara. „Ako je nekome plata 200-300 evra, ne treba vam mnogo novca za potkupljivanje. Političari i biznismeni u Srbiji obilno koriste ovu pogodnost. Svrha potkupljivanja je dvostruka: ne objavljuj o meni negativne činjenice + blati moje protivnike" (Bujošević, 2004¶23). Kupovinom svog novinara političar obezbijeduje sebi dugoročnu pozitivnu promocija, dok novinar i mediji za koji on radi imaju gotovo uvijek ekskluzivne informacije. Upravo iz ovakvog direktnog odnosa političara i novinara, prema mišljenju Ljubomira Zuber, PR stručnjaci u RS još uvijek predstavljaju samo "tehnička lica" (Zuber, 2012:215). Zastupljenost zagovaračkog novinarstva kao jednog od elemenata političkog klijentelizma direktno se tiče političke instrumentalizacije privatnih medija.

6. Političke instrumentalizacije privatnih medija u RS

Često se zna desiti da vlasnici pojedinih privatnih medija ulaze u politiku i osnivaju političke partije kako bi zaštitili svoje interese i moć koju su stekli zahvaljujući medijima.

Jedan od svjetskih primjera političke instrumentalizacije privatnih medija je praksa bivšeg italijanskog premijera i lidera političke partije „Naprijed Italija" (*Forza Italia*) Silvija Berlusconi (*Silvio Berlusconi*). Naime, sa njegovim dolaskom na mjesto premijera Italije⁶ počela je „berluskonizacija medija" koja predstavlja vid istovremene kontrole kako privatnih tako i javnih medijskih kuća. „Ni u jednoj državi Evrope, one demokratske i ujedinjene u EU, ne postoji ovolika koncentracija kontrole nad medijima u rukama jednog čoveka

⁵ Novinar BN televizije Nebojša Vukanović kao nezavisni kandidat se kandidovao za načelnika opštine Trebinje na Lokalnim izborima u BiH 2012. godine.

⁶ Berlusconi je bio premijer Italije u tri navrata. Prvi put od 1994. do 1995.godine, drugi put od 2001. do 2006. godine, i treći put od 2008. do 2011. godine.

koji je vlasnik dnevnih novina, privatnog dela RTV sistema, i preko političke funkcije premijera, namesnik dela RTV sistema u javnoj svojini" (Radojković, 2004¶1). Berluskonizacija medija je karakteristična samo za Italiju iz prostog razloga jer ne postoji nijedan isti slučaj na svijetu. U Rusiji recimo medijski tajkuni posjeduju privatne RTV stanice, ali ne mogu da kontrolišu državnu RTV. Sa druge strane političari mogu da se miješaju u rad državnih elektronskih medija, ali nemaju uticaj na privatne. Zbog toga se prema Radojkoviću ne može govoriti recimo o „putinizaciji medija" (Radojković, 2004¶1).

Jedan vid "berluskonizacije medija" možemo porepoznati i u Republici Srpskoj. Naime vlasništvo nad štampanim medijima koncentrisano je u rukama Željka Kopanje, koji je vlasnik najtiražnijih novina u RS „Glasa Srpske" i „Nezavisnih novina". Kopanja još uvijek nije zvanično u političkom životu, ali svoju moć obezbijeduje davanjem medijske podrške vladajućem sistemu na čelu sa Savezom nezavisnih socijaldemokrata (SNSD) i njegovim liderom Miloradom Dodikom.

„Nezavisne novine" osnovane su 1995. godine, a vlasnici su bili Željko Kopanja i preduzeće „Igokea" (koje je tada bilo u vlasništvu današnjeg predsjednika RS Milorada Dodika). „Krajem jula 1997. godine 'Igokea' istupa iz 'Nezavisnih novina', a Kopanja početkom aprila 1998. godine pripaja list novoosnovanoj firmi pod nazivom Novinsko - izdavačko, grafičko preduzeće Dnevne nezavisne novine. Osnivači novog preduzeća bili su Kopanja i njegova supruga Nataša."⁷ Klasična matrica klijentelističkog odnosa koja se ogleda u rečenici „Ja tebi medijsku podršku, ti meni veliki posao" se može direktno primijeniti na odnos između „Nezavisnih novina" (čitaj Željka Kopanje) i vladajućeg režima u RS (čitaj Milorada Dodika). Naime, „Nezavisne" su u izbornoj 2010. godini dobile finansijsku pomoć od Vlade RS u iznosu od 150.000 KM, kako bi sproveli projekat distribucije ovih dnevnih novina u Srbiju. Iste godine na račun „Nezavisnih novina" leglo je dodatnih 95.000 KM za osnivanje svog dopisništva u Vašingtonu (Washington, SAD)⁸. Zauzvrat „Nezavisne" su tokom predizborne kampanje 2010. godine izvještavale izuzetno pozitivno o Dodiku i njegovoj partiji. „Nezavisne novine djelovale su kao promotivno glasilo SNSD-a, iskazujući izrazitu naklonost posebno kandidatu za

⁷ Tekst redakcije Centra za istraživačko novinarstvo iz Sarajeva "Vladini milioni za privatne medije u RS-u" dostupan na: <http://www.cin.ba/Stories/AdHoc/?cid=1048,2,1>

⁸ Rezultati istraživanja Centra za istraživačko novinarstvo BiH dostupni su na: <http://www.cin.ba/news/1/?cid=1105,2,1>

predsjednika Republike Srpske Miloradu Dodiku. Pozitivan uklon prema SNSD-u i Miloradu Dodiku očituje se kako kroz broj objavljenih članaka o ovoj stranci i kandidatu - SNSD je spomenut u ukupno 56 članaka, a Milorad Dodik u njih 28.⁹ O dobrim klijentelističkim odnosima svjedoči i izjava Željka Kopanje koju je dao u intervjuu Centru za istraživačko novinarstvo BiH „Svi će vam reći da nema govora o tome, ali vjerovatno da postoji, neću reći moralna obaveza, ali neki osjećaj da je vlast pomogla kompaniju u dramatično vrijeme“.¹⁰

Sa druge strane „Glas srpske“, najstarija dnevna novina sa prostora RS (izlazi već punih 66 godina), privatizovana je 2008. godine, a novi vlasnik je bio Željko Kopanja. Zanimljivo je da je na mjesto glavnog i odgovornog urednika Kopanja postavio Miru Kusmuk inače suprugu direktora RTRS-a Dragana Davidovića. Na ovaj način se zatvorio krug moćne medijske imperije Željka Kopanje. Na direktan način kontroliše šta će biti na dnevnom redu najtiražnijih novina u RS („Glasa“ i „Nezavisnih“) dok posredno preko svoje glavne urednice utiče i na uredničku politiku RTRS-a. Komentar Mire Kusmuk koji je objavljen u „Glasu srpske“ tokom predizborne kampanje 2010. godine svjedoči o tome da je „Glas“ otvoreno na stranu režima SNSD-a kritikujući opzicionu Srpsku demokratsku stranku (SDS). „Ali baš zato mi drago što nas vaki zovu 'režimskim'. Posebno kada nas tako zovu demokrate iz SDS-a, poznate po striktnom poštivanju najviših demokratskih načela u posljednjih 20 godina. Bolje biti 'režimski', nego 'papački'...“ (Kusmuk, 2010¶12)¹¹.

U odnosu medija i vlasti u RS nikako ne smijemo zaboraviti činjenicu da je Vlada RS od 2009. godine, u cilju prevazilaženja ekonomske krize, medijima iz ovog entiteta donirala 14,5 miliona KM. Printanim medijima donirano je 3,9 miliona, a više od polovine ovog iznosa dobile su dvije novine u vlasništvu Željka Kopanje. „Nezavisnim novinama“ je dodijeljeno 1,2 milijuna KM, a „Glasu Srpske“ 910.000 KM.¹²

⁹ Rezultati istraživanja „Media plan instituta“ iz Sarajeva dostupno na: <http://www.mediaplan.ba/docs/izbori2010ba.pdf>

¹⁰ Intervju dostupan na: <http://www.cin.ba/Stories/AdHoc/?cid=1048,2,1>

¹¹ Komentar dostupana na : <http://www.glassrpske.com/komentar/kolumne/Cuzularenje/lat/592.html>

¹² Pored ove dvije dnevne novine na listi za pomoć Vlade RS prema rezultatima Centra za istraživačko novinarstvo BiH našli su se i dnevne novine „Press“, „Fokus“, „Reporter“, iz Banjaluke, „Alternativna televizija“ iz Banjaluke, „TV Bel“ iz Banjaluke kao i televizija „OSM“ sa Pala. Rezultati istraživanja dostupni na: <http://www.cin.ba/news/1/?cid=1105,2,1>

Ovakav način finansijske podrške medijima od strane političkih subjekata možemo svrstati u jednu od metoda uticaja koji političke partije i lideri imaju na uredničke politike pojedinih medija, a koja je poznata pod nazivom „kupovina tišine“. Medijska tišina se kupuje tako što politički subjekti „subvencionišu“ medije, a zauzvrat od medija traže da budu „tihi“ ili da pozitivno promovišu rad određene političke partije ili lidera. Obezbeđujući materijalnu „pomoć“ medijskim kućama u Republici Srpskoj (kako privatnim tako i javnim), politički vrh SNSD-a kontroliše njihov rad u smislu nekritičkog odnosa prema političkim potezima i „sumnjivim“ aktivnostima partije kao i privatnih preduzetnika koji su bliski ovoj političkoj opciji. Drugi način nekritičkog odnosa medija prema vladajućem sistemu se može prepoznati u tzv. tehnici „kupovine medija bez novca“. Suština je da kabineti za odnose sa javnošću (PR) raznih državnih institucija „bombarduju“ medije svojim saopštenjima kako bi izgradili što pozitivniji imidž svog klijenta. Sa druge strane, kako ne bi zaostajali za konkurencijom, mediji bez dodatne provjere plasiraju dostavljena saopštenja. Na taj način se stvara utisak da kabineti za odnose s javnošću besplatno kupuju medijski prostor koji koriste za promociju svojih klijenata.

Istraživanja o medijskom izvještavanju tokom predizbornih kampanja uoči Opštih izbora 2006. i 2010. godine u BiH, koja su realizovali Asocijacija Alumni Centra za interdisciplinarnе postdiplomske studije (ACIPS)¹³ odnosno „Mediaplan institut“¹⁴ iz Sarajeva pokazala su da su nakon subvencija koje je Vlada RS uvijek (slučajno ili namjerno) dodjeljivala medijima prije početka predizbornih kampanja, mediji izvještavali pozitivno o vladajućoj partiji i njenom lideru dok su neki mediji kao što su „Glas srpske“ i „Nezavisne novine“ čak vodili i negativnu kampanju protiv SNSD-ove opozicije kako na entitetском tako i na državnom nivou.

7. Politizacija javnog RTV sistema – RTRS kao privatni mediji vladajuće elite u RS

Javni radiotelevizijski sistem BiH nastao je pod snažnim pritiskom međunarodne zajednice. On ima specifičnu i kompleksnu strukturu koja slijedi teritorijalne i etničke podjele u BiH, principe ravnopravne zastupljenosti, poli-

¹³ Istraživanje „Analiza predizbornih poruka vodećih političkih subjekata u BiH izbori 2006“ je dostupno na: http://www.acips.ba/bos/uploads/publikacije/Analiza_predizbornih_poruka_vo_decih_politickih_subjekata.pdf

¹⁴ Istraživanje „Mediaplan instituta“ dostupno na: <http://www.mediaplan.ba/docs/izbori2010ba.pdf>

tičke korektnosti i nacionalnog ključa. Čine ga tri javna emitera: krovni servis (BHRT), te dva entitetska – Radio televizija Federacije BiH i Radio-televizija Republike Srpske. Pored tri javna emitera zakonski je obezbijeđeno (Zakon o javnom RTV sistemu BiH) postojanje i četvrtog subjekta – Korporacije javnih emitera, koji praktično ne funkcioniše. "Problem je tome što je zakonski predviđeno da imovina koja je u vlasništvu emitera bude prenesena na Korporaciju javnog RTV sistema BiH, što bi dugoročno oslabilo entitetske emitere, posebno RTRS (Zuber V., Zuber LJ., 2012:504).

Politizacija RTRS nam može poslužiti kao slikoviti primjer stanja medijskih sloboda i uticaja koju političke elite imaju na rad novinara. Analizirajući odnos RTRS-a prema opozicionim partijama za vrijeme predizborne kampanje uoči lokalnih izbora 2008. godine, Dragan Stanisavljević bilježi izjavu lidera opozicione partije Srpskih radikala Milenka Mihaljice: „Dok tokom dana RTRS obavještava javnost šta je Milorad Dodik doručkovao, ručao i večerao, kako je spavao i sanjao, dok se u Dnevniku samo smjenjuju izjave Nebojše Radmanovića, Igora Radojičića, Nikole Špirića i Milorada Dodika, opoziciji je dato vrijeme iza ponoći da iskaže svoje stavove“ (Stanisavljević, 2010:112). Ova izjava na pravi način oslikava odnos RTRS prema Dodiku i ostatku političkog vrha SNSD-a. Naime, zahvaljujući subvenciji Vlade RS¹⁵ RTRS je postao privatni mediji predsjednika Dodika i njegove partije. „Novinari rade onako kako to vlast očekuje, iako, formalno, nema pritisaka na medije. Ovi mediji, za vrijeme vladavine SDS, imali su profesionalniji i analitičkiji pristup događajima i pojavama, te su kritikovali vladajuće strukture i „otkrivali“ društvene afere. Od dolaska SNSD-a na vlast, kritičkih oštrica uperenih prema vlasti nema, a profesionalnost i istraživački pristup gotovo su nestali sa medijske scene“ (Stanisavljević, 2010:140). Dodik se često na javnom emiteru RS ponaša kao lokalni šerif, bahatim odnosom prema novinarima i voditeljima političkih emisija. Svojim medijskim nastupom često zna da isprovocira i uvrijedi novinare što su neke od osnovnih karakteristika njegovog dosadašnjeg odnosa sa medijima. Ovakva medijska slika čini ga bliskim običnom narodu što mu obezbjeđuje dodatne političke poene. "U toku kampanje za Opšte izbore 2010. godine programom centralnih informativnih emisija ove televizije ("Dnevnik 2" u 19:30 h) dominirao je vidno pozitivan uklon prema vladajućoj političkoj

¹⁵ RTRS je u okviru pomoći Vlade RS za prevazilaženje ekonomske krize u medijima, 2009. godine dobio prvo 600.000 KM, a nakon toga 2010. godine i čitav milion KM. (podaci Centra za istraživačko novinarstvo BiH: <http://www.cin.ba/news/1/?cid=1105,2,1>)

partiji Savezu nezavisnih socijaldemokrata (SNSD) i njenim članovima koji zauzimaju najviše dežavne i entitetske funkcije" (Udovičić, *et al*, 2010:26). Pored toga Milorad Dodik bio je najzastupljenija politička ličnost sa 26 izvještaja od čega je čak polovina bila sa pozitivnim uklonom bez ijednog izvještaja sa negativnim uklonom. Na osnovu ovih rezultata sa pravom možemo tvrditi da postoji svojevrsna politizacija javnog emitera RTRS-a u cilju ostvarivanja političkih poena kao i što dužeg zadržavanja na vlasti trenutno vladajuće partije SNSD-a i njenog lidera Milorada Dodika.

8. Zaključak

Kao što se može zaključiti iz prethodne analize odnosa između medija i politike, odnosno političkih subjekata i novinara, u RS je prisutan politički klijentelizam. Čini se da tranzicijski period iz socijalizma u demokratiju još uvijek nije konačno završen, te da se to reflektuje i na medije u RS. Slaba ekonomska situacija primorava medije da krše principe društveno odgovornog, i objektivnog izvještavanja i postanu „megaofoni“ političkih partija i lidera, koji im zauzvrat obezbjeđuju opstanak na medijskom nebu. Prisutnost političkog klijentelizma u medijskoj sferi RS nam daje za pravo da medije posmatramo ne kao političke subjekte, već kao objekte (instrument) politike.

Drugim riječima, mediji zbog egzistencijalne zavisnosti od svojih finansijera, gube ulogu „psa čuvara“ i (po)ostaju samo posrednici (mediji) između politike i društva, često ili gotovo uvijek bez kritičkog otklona. Nepostojanje tradicije nezavisnog novinarstva otežava primjenu etičkih principa i standarda koji važe u evropskoj i svjetskoj novinarskoj praksi. „Na medijskoj sceni sve je prisutniji oblik nenasilnog pritiska na medije. On se ogleda u savjetodavnim, dobronamjernim sugestijama, molbama i preporukama pojedinih javnih ličnosti RS, koje indirektno sugerišu medijima o čemu treba izvještavati ili ne izvještavati, kakva poruka treba da bude“ (Zuber V., Zuber Lj., 2012:508).

Međutim uslovi u kojima rade novinari u Republici Srpskoj su veoma loši. Male i neredovne plate, nedefinisan radni status, te ugovori u radu koji im ne garantuju sigurno radno mjesto samo su neki od razloga zašto nema prostora za neki veći napredak. Uz to, mediji često zapošljavaju poluobrazovani i mladi kadar koji je nedorastao svakodnevnim novinarskim izazovima kao što su politička podobnost ili korpumpiranost. Nedovoljno razvijena svijest političara i privatnih vlasnika medija o značaju i ulozi medija u društvu čini da se mediji koriste samo kao poligon za svađanje sa političkim neistomišljenicima i ostvarivanje dodatnih političkih poena. Pored političkih pritisaka

pred kojima je novinarstvo u RS pokleklo, čini se da veći neprijatelj tek dolazi na scenu. Naime, u novoj profitno orijentisanoj logici korporativnog kapitalizma koja je stigla sa raspadom SFRJ nema više puno prosotra za kvalitetan dječiji, obrazovni, dokumentarni ili kulturni program. Oglašivači su preuzeli ulogu glavnog kontrolora „kvaliteta“ sadržaja, a to znači da zeleno svjetlo za emitovanje imaju komercijalni sadržaji koji donose profit i dodatno depolitizuju javnost. Nizak profesionalni standard koji je prisutan u medijskoj sferi u BiH mogao bi biti izmijenjen nakon dolaska velikih medijskih kuća na medijsko tržište kao što su Al džazira (*Al Jazeera*) ili Anadolija (turska novinska agencija). U najavi je i dolazak kineske novinske agencije Xinhua¹⁶. Prisustvo ovih medijskih korporacija bi prema jednom od scenarija koje predviđa Lejla Turčilo moglo dovesti do prevazilaženja etničke i nacionalne podijeljenosti medijske scene u BiH. “Dolazak novih globalnih medija koji u etničkom smislu ne pripadaju nikome mogao bi ujediniti ovu razjedinjenu publiku” (Turčilo, 2011:66).

Dakle, ulazak stranih korporacija bi mogao obezbijediti političku neutralnost u smislu ravnopravnog zastupanja sve tri strane u BiH (srpske, bošnjačke, hrvatske). Iz dosadašnje praksa rada Al džazire u BiH može se primijetiti da se izvještavanjima o političkoj svakodnevnici u BiH, ali i regionu pristupa objektivnije i “sterilnije” tj. bez nacionalnog naboja i navijanja za “naše” političare. Ovakav način izvještavanja podiže profesionalnu ljestvicu koju bi trebali pratiti i ostali mediji u BiH. Podizanjem profesionalnih novinarskih standarda realno je očekivati da će veća pažnja biti posvećena “zaboravljenom” političkom subjektu – javnosti. Iako dosadašnje iskustvo govori kako jedinstvena politička javnost u BiH ne postoji, ipak primjetan je sve veći broj različitih aktivnosti u nevladinom sektoru koje za cilj imaju veću kontrolu i kritiku rada političara u BiH. Razvoj civilnog društva uz jačanje medijskih sloboda bi mogli biti pretpostavka za razvoj političke javnosti u BiH, koja bi značajno doprinijela slabljenju autokratskog i neodogovornog ponašanja lokalnih bosanskohercegovačkih političara.

Literatura

Bajrović, et al, 2006. *Analiza predizbornih poruka vodećih političkih subjekata u BiH, izbori 2006.godine*, ACIPS, Sarajevo.

¹⁶ Tekst “Nakon Al-Jazeere u Sarajevo stiže i kineska državna novinska agencija Xinhua” dostupan na: <http://www.poslovnipuls.com/2012/10/24/xinhua-sarajevo/>

Bujošević, Dragan, 2004. *Novinari i političari u braku punom prevara*, <http://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikеforme-novinarstvo-tehnikе-iforme/novinari-i-politiciari-u-braku-punom-prevara>, [25.12.2012.]

Buljubašić, Belma, 2010. Izveštavanje medija o domaćim dnevno-političkim događajima – bosanskohercegovački listovi: Dnevni Avaz i Oslobođenje, R. Veljanovski, ur. *Zbornik radova Vjerodostojnost medija dometi medijske tranzicije*, Beograd, str. 265-277.

Centar za istraživačko novinarstvo BiH, 2012, *Vladini milioni za privatne medije u RS-u*, <http://www.cin.ba/Stories/AdHoc/?cid=1048,2,1> [16.9.2012.]

Lojd, Džon, 2008. *Šta mediji rade našoj politici*, Samizdat B92, Beograd.

Malović, Stjepan, 2007, *Mediji i društvo*, ICEJ, Zagreb.

Mirosavljević, Mladen, Vilović, Gordana, Kunczik Michael, 2009, *Istraživačko novinarstvo*, Friedrich-Ebert-Stiftung, Sarajevo.

Mujkić, Asim, 2007. *Mi, građani etnopolisa*, Šahimpašić, Sarajevo

Papathanassopoulos, Stylianos i Hallin, Daniel, 2004, *Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective* <http://www.portalcomunicacion.com/both/opc/client.pdf> [23.5.2012.]

Pećanin, Senad, 2007, *Klijentelizam i mediji*, <http://www.media.ba/bs/etikaregulativa-menadzment-novinarstvo-etika/klijentelizam-i-mediji>, [23.5.2012.]

Petković, Brankica, 2008, *Politički klijentelizam i mediji*, <http://www.media.ba/bs/medijska-politika-regulativa/politicki-klijentelizam-i-mediji>, [23.5.2012.]

Radojković, Miroljub, 2004, *Preti li nam „Berluskonizacija“ medija?* <http://www.mc.rs/preti-li-nam-berluskonizacija-medija.6.html?eventId=15335> [25.3.2012.]

Selimbegović, Vildana, 2012, *Država neboder*, <http://www.oslobodjenje.ba/kolumne/drzava-neboder> [12.8.2012.].

Stanisavljević, Dragan, 2008, *Mediji i javno mišljenje u Republici Srpskoj*, Friedrich Ebert, Sarajevo.

Turčilo, Lejla, 2011, *Zaradi pa vladaj: politika-mediji-biznis u globalnom društvu i u Bosni i Hercegovini*, Vlastita naklada, Sarajevo.

Udovičić R. et al, 2010, *Izbori 2010 u BiH: kako su mediji pratili izbornu kampanju*, Mediaplan Institut, Sarajevo.

Zuber, Ljubomir, 2012, *Politički odnosi s javnošću u Republici Srpskoj*, Filozofski fakultet Pale Univerziteta u Istočnom Sarajevu, Pale, Banjaluka.

Zuber, Vesna i Zuber, Ljubomir, 2012. Novinarska profesija i mediji u Bosni i Hercegovini i Republici Srpskoj, B. Dimitrijević (ur.), *Zbornik radova Kriza i perspektiva znanja i nauke*, Niš, str. 498-514.

Šaćić, Nermina, 2007, *Izvan politike*, Fakultet političkih nauka, Sarajevo.

WEB izvori

<http://www.acips.ba/bos/>

<http://www.cin.ba/>

<http://www.glassrpske.com/>

<http://www.media.ba/>

<http://www.mediaplan.ba/>

<http://www.nezavisne.com/>

<http://www.vzs.ba/>

<http://www.youtube.com/>

UDK: 321.64(497.16)

**AUTOKRATIZAM I AUTORITARNOST KAO DOMINANTNO
STANJE DRUŠTVA (PRIMJER CRNE GORE
TOKOM DRUGE POLOVINE 19. I POČETKA 20. VIJEKA)**

***AUTHOCRATISM AND AUTHORITARIANISM AS THE DOMINANT
STATE OF THE SOCIETY (EXAMPLE OF MONTENEGRO DURING
THE SECOND HALF OF THE 19TH AND EARLY 20TH CENTURY)***

dr RADENKO ŠĆEKIĆ, docent
Istorijski institut Univerziteta Crne Gore

Apstrakt: *Vladajući državom 58 godina, Nikola I Petrović predstavlja nesumnjivo značajnu istorijsku ličnost Crne Gore. Zahvaljući autoritetu i moći svoga oca, vojvode Mirka, uspio je da uspješno prebrodi prve godine svoje vladavine. U prilog stabilnosti položaja na čelu Crne Gore išla mu je činjenica da je za vrijeme njegovog prethodnika slomljen otpor političko-plemenske opozicije državnoj vlasti. Uprkos činjenici da je vrlo mlad preuzeo na svoja pleća ogromno breme kako unutrašnjih tako i spoljnopolitičkih problema, odgovornost prema narodu, njegovoj životnoj egzistenciji – knjaz Nikola se vremenom učio umješnosti vladanja i balansiranja u politici.*

Ključne riječi: *Autokratizam, autoritarnost, autoritativnost, Crna Gora, Nikola Petrović*

Abstract: *Being the ruler of the state for 58 years, Nikola I Petrović undoubtedly signifies an important personality in Montenegrin history. Due to the authority and the power of his father, the Duke Mirko, Nikola has successfully managed to overcome the first years of his governance. What helped him to establish himself as head of state of Montenegro was the fact that in times of his predecessor the resistance of tribal and political opposition was broken down. In spite of being very young when took on himself the heavy burden of both internal and external issues - the responsibility towards the people and their*

living existence - prince Nikola has in time learned the expertise of ruling and balancing in politics.

Key words: *Authocratism, Authoritarianism, Authority, Montenegro, Nikola Petrovic*

1. Uvod

Ideja stvaranja crnogorske države neraskidiva je sa dinastičkom kućom Petrovića. Do Petrovića je prostor tadašnje „katunske“ Crne Gore, egzistirao oslanjajući se na patronat uglavnom Mletačke republike. Dolaskom vladara iz kuće Petrović-Njegoš, začinje se klica stvaranja nezavisne države, odnosno, ideje o vođenju samostalnije politike. Naravno da su procesu stvaranja crnogorske države išle na ruku i geopolitičke promjene na Balkanu tokom 18. i 19. vijeka. U prvom redu, slabljenje Otomanske imperije, njeno postepeno povlačenje iz Podunavlja i Dalmacije prema istoku, kao i jačanje i širenje uticaja Ruske imperije, koja stupa sa svoje azijske – na evropsku političku scenu. Ruska borba za stratešku prevlast na Balkanu, poklopila se sa težnjama Crnogoraca za oslobođenje. Carska Rusija je, van svake sumnje, izražavala svoj trajni interes prema Crnoj Gori od 1711. godine na ovamo. Ali, njena okrenutost Crnoj Gori i Balkanu zavisila je od njene ukupne spoljno-političke strategije, od odnosa prema velikim silama, u prvom redu prema Austriji, odnosno Austro-Ugarskoj i Turskoj.

Svijest o kontinuitetu političke vlasti u Crnoj Gori od vremena srednjeg vijeka vremenom se ukorijenila u crnogorskoj političkoj eliti. Ideja o crnogorskoj državnosti i širenje države, odnosila se tako, ne samo od oslobađanja Podlavlčanske Crne Gore, već i na oslobađanje prostora nekadašnje teritorije Ivan-bega.

Vlast, moć, autoritet su samo neke od odrednica koje karakterišu politiku i umijeće vladanja. Vlast je snaga potčinjavanja ljudi određenim naredbama uspostavljena nekim oblikom legitimnosti. To je mehanizam koji omogućava pokoravanje naredbama koje potiču iz određenog izvora, autoriteta. Svaka vlast teži nekoj vrsti stalnosti tj. svom učvršćenju i kontinuitetu što se postiže uspostavom legitimnosti. Vlast bi trebalo da ima zadatak rješavanja konflikata koji nastaju u društvu jer joj je dodijeljena uloga zaštitnika opštih društvenih interesa na taj način što donosi opšteobavezujuće odluke o tome koja od različitih opcija ili alternativa će biti prihvaćena i važeća kao norma za sve. Ovaj proces donošenja obavezujućih odluka bi, barem u teoriji, trebalo da

predstavlja suštinu politike. Moć je svojstvo autoriteta, bez nje on ne postoji, mada, moć može da postane autoritet, ali i ne mora. Vođa, potreba za vođom, kao i njegov izbor, sastavni su dio svakog društvenog grupisanja. Psihoanalitička teorija naglašava da je odnos vođa-sljedbenici svojevrsna kompenzacija za odnos otac-djeca. Na taj način vođa poprima ulogu transfera osjećaja uloge pripadanja, sigurnosti i podređenosti formirane u porodičnoj zajednici. Zavisnost o vođi znatno je veća u tradicionalnom društvu, pogotovo u autoritaranom, nego u modernom i demokratskom društvu. Takođe, važnost i potreba za vođom znatno su izraženiji u atmosferi krize i straha. U okolnostima društvene krize, ratova, nesigurnosti i gubitka perspektive, pojedinac vidi u "ocu domovine", vođu ili mesiju. Upravo takav, preovlađujuću autoritaran karakter, zahvalno je psihološko tlo za unutargrupnu homogenizaciju naroda.

Autoritarna ličnost je ona koja se pokorava autoritetima vlasti, tj. autoritaran je onaj koji se zasniva na slijepom, podaničkom podčinjavanju vlastima, dok je autoritativan onaj koji se zasniva na autoritetu, tj. mjerodavan, koji ima ugled, poštovanje. Društveno-političko nasleđe Crne Gore kreiralo je, kao jednu od opštih istorijskih osobenosti autoritativnost i neprikosnovenu volju vladara, bila ona personifikovana u svjetovnom licu (tokom perioda crkvenih mitropolita od 17. do polovine 19. vijeka) ili u liku autoritativnog monarha (period knjaževine i kraljevine od polovine 19. vijeka).

Autokratizam predstavlja neograničenu vladavinu, samodršтво, sistem apsolutističke vladavine. Posljednji crnogorski vladar iz kuće Petrović Njegoš, Nikola I (1841-1921) stajao je dugo na kormilu svoje zemlje. Burna crnogorska istorija druge polovine XIX i prve dvije decenije XX vijeka sva je u znaku njegove ličnosti, najprije kao knjaza (1860-1910) i potom kao kralja (1910-1918/21). Došavši na vlast sa 19 godina, nedovoljno zreo i nespreman za teško državničko breme koje mu je iznenada nametnuto, Nikola je zahvaljujući moći i autoritetu svoga oca vojvode Mirka uspio da se održi. Nalazeći se na čelu države šest decenija, Nikola I Petrović predstavlja nesumnjivo značajnu istorijsku ličnost Crne Gore. Zahvaljući autoritetu i moći svoga oca, vojvode Mirka¹, uspio je da uspješno prebrodi prve godine svoje vladavine. U prilog stabilnos-

¹ Vojvoda Mirko je nastojao da tokom procesa vaspitanja budućeg Danilovog nasljednika Nikole od njega naprave „pravog Crnogorca“, sa svim odlikama svoga spartanskog podneblja i crnogorske moralne čvrstine. U tom kontekstu se i mogu razumjeti riječi Nikolinog oca, vojvode Mirka: „On treba da je vitez ili da ne živi. Šta bi nam jedan mekov“ (Kralj Nikola, *Memoari - autobiografija*, Titograd-Cetinje, 1988., str. 42.).

ti položaja na čelu Crne Gore išla mu je činjenica da je za vrijeme njegovog prethodnika slomljen otpor političko-plemenske opozicije državnoj vlasti. Naći će se na čelnoj poziciji Crne Gore na početku druge polovine XIX vijeka, kad je Pariskim mirom (1856) ruski protektorat nad balkanskim hrišćanima zamijenjen kolektivnim "starateljstvom" evropskih velesila, na prvom mjestu Francuske i Austrije (koje su stvarale i u dobroj mjeri sprovodile planove o prekrajanju političke karte starog kontinenta), značilo je sučeliti se s najsloženijim razdobljem koje je nailazilo.²

Uprkos činjenici da je vrlo mlad preuzeo na svoja pleća ogromno breme kako unutrašnjih tako i spoljnopoličkih problema, odgovornost prema narodu, njegovoj životnoj egzistenciji – knjaz Nikola se vremenom učio umješnosti vladanja i balansiranja u politici. Takođe, za razliku od svoga prethodnika Danila, vlast Nikole Petrovića nije karakterisala jaka represija ni protiv plemenske opozicije ni prema političkim oponentima. Sistem bezpogovorne poslušnosti i straha kreiran za vrijeme energičnog knjaza Danila i osvetoljubivog i oštrog vojvode Mirka olakšao je knjazu Nikoli upravljanje Crnom Gorom, naročito u prvom periodu njegove vladavine. Upoznajući se sa sistemom vlasti, detaljnije proučavajući mentalitet i karaktere svojih sunarodnika, stvarao je vremenom svoje viđenje i mehanizme izgrađivanja svojeg neprikosnovenog autoriteta. Nastojao je i da se okružuje saradnicima čija harizma i ugled ne bi smjeli da u narodu imalo zasjene njegovu. Takođe, trudio se da se i svojim saradnicima nametne kao neprikosnoveni autoritet i arbitar, sputavajući u korijenu njihovo eventualno udruživanje u opoziciju, protivno njegovim odlukama. Naravno, u te svrhe knjazu Nikoli su na ruku išli, inferiornost, slabosti mentaliteta, poslušništvo i interesi osoba koji su ga okruživale.³

² D. Živković, *Naučni osvrt na istorijsko djelo kralja Nikole*, Ars, 2/1987;

³ U knjizi *Crnogorske teme* Ž. Andrijašević daje sliku tehnologije vladanja i mentaliteta Crnogoraca i njihovog odnosa prema autoritetu vlasti u drugoj polovini 19. i početkom 20. vijeka: "Knjaz Nikola je imao priliku da se za doba očevog "suvladarstva" detaljnije upozna sa funkcionisanjem sistema vlasti, kao i sa suštinskim odlikama fenomena vlasti i vladanja uopšte. Na osnovu jednog takvog iskustva knjaz Nikola je kao neosporno inteligentan čovjek, procijenio, da je za očuvanje njegove apsolutne vlasti i za učvršćivanje njegovog vladarskog autoriteta, u prvom redu bitna personalna struktura onog najužeg kruga vlasti. Odnosno, procijenio je da je za poziciju vladara izuzetno važno da ljudi koji ga okružuju na neki način budu ili inferiorni ili zavisni u odnosu na vladarevu ličnost, kao i da njihove međusobne, lične relacije budu prepreka za bilo kakvo "udruživanje" protiv vladareve neprikosnovene pozicije. Da bi u potpunosti obezbijedio da mu svi oni zajedno ne mogu ugroziti vlast, knjaz Nikola, vješto i prikriveno

Kako je knjaz Nikola volio svoje političke obrasce iskazivati stihovima, evo kako je "opjevao" načelo svoga vladanja Crnogorcima: "*U zapt drži Crnogorce / ema blago, ema vješto / i pokaraj i pomiluj / pa ćeš s njima moći svešto...*".⁴

Moglo bi se izdvojiti nekoliko ključnih polja koje su predstavljale stubove vladanja Nikole I Petrovića i tehnologiju višedecenijskog održavanja na vlasti:

- U prvom redu trebalo bi izdvojiti specifičnost društva tadašnje Crne Gore, konzervativnog, plemenskog, sa duboko ukorijenjenom svijesću naroda podložnog autoritetu vođe, njegove harizme, snage i moći;

- Formiranje užeg, oligarhijskog sloja bogatijih i lojalnih ljudi oko vladarske porodice, čime je kompletan ekonomski, društveni život bio u svojevrsnom monopolu. Oslanjanje na ljude koji pripadaju političko-ekonomskom miljeu, međusobno povezani prije svega finansijskih interesima, pri čemu su ideološko-političke floskule, u stvari predstavljale samo masku i paravan. Postojao je jak ekonomski razlog za brastveničko zavezništvo i nepotizam, čime se vremenom učvršćuje jedna određena interesna grupacija koja pokriva veliki dio crnogorskog društva. Pomenuti vladarsko-činovnički sloj je zadobijajući brojne privilegije od knjaza putem ogromnih zemljišnih posjeda u novopripojenim oblastima, trgovinom, davanjem novca pod kamatu i sl. – upravljao najvećim dijelom crnogorske ekonomije;⁵

- Proces svojevrsnog „kvarenja“ do tada tradicionalnog društva koje je njegovalo određene moralne norme, širenje pojave udvorništva, poltronstva, nepotizma, atmosfere nepovjerenja i zavisti. Ovo je pogodovalo da se ličnost Nikolina smatrala kako autoritetom tako i najmjerodavnijom za arbitriranje, zahvalna za zadobijanje društvenih počasti i položaja. Tako se stvarala atmosfera da je vremenom „strah od vlasti“ dominantan do tada u plemenskom društvu Crne Gore, potisnut u korist „želje za vlašću“, privilegijama, položajem – što je naravno knjaz Nikola itekako umio da iskoristi, mada tako i sam snosi najveći dio odgovornosti za brojne deformacije vlasti, naročito početkom XX vijeka;

podstiče njihovu surevnjivost i međusobni strah od prestiža... (Ž. Andrijašević, *Crnogorske teme*, IICG, Podgorica, 1998, str. 88 – 91).

⁴ R. Knežević, *Istorija političke kulture u Crnoj Gori*, CID, Podgorica, 2007, str. 274.

⁵ Vidjeti više u Ž. Andrijašević, *Crnogorske teme*, („Crnogorci i vlast“, str. 136 – 141), IICG, Podgorica, 1998).

– Pragmatična državna politika, diplomatska taktičnost i umješnost balansiranja malene Crne Gore između politika velikih sila. Jer, nasuprot jakom romantičarskom, nacionalnom naboju u svojim obraćanjima narodu putem govora, proklamacija, poezije – spoljna politika Crne Gore se ipak odlikovala taktičnošću i uzdržanošću, bez prevelikog srljanja;

– Vojničke pobjede na bojnom polju, više nego dvostruko uvećanje teritorije države, njeno međunarodno priznanje, ugled, epitet „tasta Evrope“ – po-godovale su svojevrsnom kreiranju kulta ličnosti i isticanja Nikoline harizme i njegovih zasluga. Naravno da je sve to doprinosilo utemeljenju tradicionalne poslušnosti Crnogoraca prema vlasti koja je i sama, za jedan dio stanovništva postala izvor i rješenje egzistencijalnih pitanja, a time i neraskidiva veza sa centrom vlasti. Državna služba je time davala jednu solidnu socijalnu promociju, ugled i čast pored finansijske sigurnosti;

Tako je crnogorsko društvo egzistiralo u određenom autoritarnom kalupu a jedan od najboljih način za održavanje i učvršćivanje takve atmosfere, a time i vlasti, jeste bilo razvijanje svojevrsnog kulta ličnosti koja se gradila na osnovu harizme vladara, centra i žarišta moći čiji stavovi i pogledi postaju tako za većinu *a priori* prihvatljivi. Crnogorsko društvo u velikoj mjeri je prihvatilo autoritarnost kao nešto realno i nužno u cilju što jače državne kohezije, sloge naroda oko centra, vlasti, a prihvatilo je lik vođe i vladara kao neprikosnoven. Međutim, česti su bili istorijski primjeri kretanja u krajnost, u dodvoravanje, poslušništvo, kreiranje kulta ličnosti, a time i moralno kvarenje u borbi za milost vlasti, što je vremenom postajalo raširena pojava.⁶

2. Neke karakteristike tehnologije vladanja

Poznavajući osobine, duh i menalitet naroda, njegovu istoriju, psihologiju mase i imajući određeni retorski dar – knjaz Nikola je veoma uspješno manipulirao⁷ podanicima. Koristio je sva veća okupljanja povodom narodnih

⁶ Iskazivanje ljubavi prema političkom lideru bila je karakteristika u crnogorskoj političkoj eliti i tokom vremena komunizma. Tako Milovan Đilas 27. aprila 1942. izjavljuje.: „*Prije svega drugovi, hoću da naglasim jedno - ne priznajem nikome u KPJ da voli i cijeni druga Tita više od mene, ne priznajem nikome da će na njegovu riječ prije poći u smrt nego što ću učiniti ja...*“ (prema Š. Rastoderu, „Vijesti“, 1. april 2009, str. 14).

⁷ Sama riječ *manipulacija* je novolatinska kovanica *manus-ruka, pulare-ugladiti, udešavati*. Prvi put se susrijeće u nazivu Kardinalskog vijeća 1623. radi nadgledanja rada misionara i širenja moći Rimokatoličke crkve. Manipulaciju možemo definisati kao neprimjetnu laž u raskoraku sa

svečanosti, crkvenih praznika da se pojavi i bude viđen i u kontaktu sa „običnim“ narodom – čime je nesumnjivo ostavljao jak utisak i uvećavao svoju harizmu „narodnog vladara“, hraneći time i tradicionalnu plemensku sujetu Crnogoraca da budu u društvu vođe i da „on čuje za njih“. Knjaz Nikola se naravno, poznajući mentalitet svojih podanika, trudio da se za takve i slične susrete „pripremi“ – prijatno iznenađujući i impresionirajući svoje sagovornike iz naroda poznavanjem njihove lične genealogije, što je njima veoma imponovalo. Pri susretima sa „običnim“ podanicima i narodom, ostavljao je izrazito jak utisak, naročito ako je sagovornika impresionirao poznavanjem ili znanjem o nekom njegovom članu porodice ili pretku. Sve ovo je, na pripadnike jednog tradicionalnog društva imalo jak efekat, u smislu, da im je u vremenu nemaštine, barem podgrijavao ličnu, porodučnu, brastveničku sujetu. Takođe i kreiranje svojevrsnog oreola narodnog kralja koji svoje podanike milosrdno prima i raspravlja javno, „politikom pod brijestom“ imala je efekta pri građenju njegove lične harizme.

Izvanjci (odnosno ličnosti sa porijeklom, mjestom rođenja) van crnogorske teritorije će u knjaževini Crnoj Gori zauzimati visoke činovničke položaje: od ministara i upravitelja oblasti, preko direktora institucija, do profesora u najvišim obrazovnim ustanovama. Jedan će čak dobiti dostojanstvo vojvode. Sve ove ličnosti, sa znatnim profesionalnim autoritetom, nijesu bile javno interesno ili politički organizaciono povezane, a njihov angažman u Crnoj Gori uvijek je zavisio neposredno od volje knjaza Nikole. Zbog svoje organizacione nepovezanosti - međusobno, ili sa domaćim ličnostima - nijesu predstavljali neku značajnu političku snagu, dakle ni neposrednu opasnost po crnogorskog vladara.⁸

Proklamacije narodu predstavljale su popularan vid komuniciranja knjaza Nikole sa podanicima. Plakati iz tog perioda uglavnom su se svodili na proklamacije ili proglase. U Narodnoj biblioteci Srbije nalazi se Zbirka plakata i dokumentacionog materijala, koja, između ostalog, sadrži i objave i proglase kraljevske dinastije Petrović. Najstariji sačuvani plakati iz ove zbirke potiču iz

stvarnim stavom, kodiranu da se infiltrira u tuđe mišljenje, ponašanje, vjerovanje, ali bez upotrebe sile. (prema Z. Jevtović *Javno mnjenje i politika*, ALU, Beograd, 2003, str.25).

⁸ Luka I. Milunović, *Tehnika vladanja kralja Nikole i rezultati*, prema <http://montenegrina.net> isto u "Akcionar", br. 1-2, 2006. str. 63-77.

1876. godine.⁹ Ove proklamacije su nastale samo šesnaest godina nakon preuzimanja vlasti knjaza Nikole, u vrijeme velike Istočne krize i crnogorsko-turskog rata. Koliko je značajno što postoje sačuvane ove proklamacije govori i to što je u ono vrijeme osim novina, ovo bio skoro jedini vid zvanične komunikacije vlasti i naroda.

Kako se knjaz Nikola obraćao stanovništvu preko plakata, govori i sačuvani proglas nastao godinu nakon njegove posjete Carigradu, 1884.¹⁰ U ovom proglasu knjaz izdaje naredbu kako narod treba da se obraća vladarima, vladikama i glavarima crnogorskim. Takođe se zabranjuje okupljanje glavara na javnim mjestima osim kada je to naređeno. Kao što se vidi i iz ovog proglasa, nakon dobijanja nezavisnosti i uspostavljanja države, u velikoj mjeri radi se na njenom građanskom uređenju.

Knjaz Nikola je riješio da narodu "daruje" Ustav. Knjaz se na ovaj čin odlučio iz više razloga. Prije svega radi učvršćivanja vlasti na demokratskim principima, zatim zbog unutrašnjih kritika pojačanog apsolutizma, kako sam ističe, i radi približavanja Crne Gore evropskim "prosvećenim i kulturnim narodima". Naime, ovaj stav je knjaz iskazao u Proglasu narodu crnogorskome koji je objavljen na Lučindan 18. oktobra (po starom kalendaru) 1905. godine. "Obrazloženje odluke o donošenju ustava, koje je knjaz dao u svojoj prijestonj besjedi 6. decembra 1905. godine, više se odnosilo na 'slikanje' crnogorskog društvenog ambijenta u trenutku donošenja najvišeg zakonskog akta, nego na pojašnjenje pojedinih ustavnih odredaba ili objašnjenja potrebe da kao takve budu usvojene" (R. Radonjić, 2006:206).

⁹ U jednoj proklamacija kralja Nikole Crnogorcima, objavljenoj na Vidovdan 1876. godine, narod se poziva da se po ko zna koji put suprotstavi moćnoj Otomanskoj imperiji, da stane u odbranu ugnjetavanog naroda s uzvikom "Sloboda ili smrt!". Jedna proklamacija, takođe iz juna 1876. godine, upućena je Hercegovcima. U uvoj proklamaciji, između ostalog piše: "Hercegovci! Svima vam dovikujem: Stupajte složno kao braća i oduševljeno kao sretni junaci, kojima je palo u dio, da sdruženi s braćom Crnogorcima, oslobodite otadžbinu svoju, Hercegovinu, bogatu riznicu slavnih uspomena velike prošlosti naše..." (A. Rabrenović, *Politički plakat u Crnoj Gori*, FPN, Beograd, 2008.).

¹⁰ Kako je izgledalo ovo obraćanje narodu, vidi se na primjeru proklamacije nastale nekoliko godina poslije zaključenog mira, 1883. godine, povodom odlaska knjaza Nikole u Tursku. Knjaz je obavijestio narod da odlazi u zvaničnu posjetu sultanu Abdul Hamidu i da za vrijeme odsustva vlast predaje knjeginji Mileni. Na ovoj proklamaciji između ostalog knjaz kaže: "Vjekovi junačke borbe između Crne Gore i carevine Turske okončali su se željenim mirom, uzajamnim uvažanjem i dobrim prijateljskim odnošajima, što je Mene, prvoga od Gospodara Crnogorskih, prijatno izazvalo na ovu posjetu u Carigrad". Ova proklamacija nalazi se u Narodnoj biblioteci u Beogradu.

Ovaj proglas poznat je i kao Lučindanska proklamacija. Ovom proklamacijom Crnogorci su pozvani da izaberu svoje predstavnike koji će se okupiti na Cetinju na Nikoljdan 19. decembra i usvojiti novi način vladanja. Ustavom iz 1905. godine Crna Gora je postala ustavna monarhija s narodnim predstavništvom, tj. Crnogorskom narodnom skupštinom, s kojom je knjaz Nikola vršio zakonodavnu vlast. Ovdje ukratko dajemo na uvid početke političkog pluralizma i uvođenja višestranačja u tadašnjoj knjaževini, potom kraljevini Crnoj Gori. To je zaista politički turbulentan period crnogorske istorije na osvitku 20. vijeka. Izbori za prvu crnogorsku Narodnu skupštinu obavljani su 27. novembra 1905. godine. Nastankom prve skupštine, pojavljuju se i prve političke grupacije koje su prerasle u stranke. Prava narodna stranka (pravaši) i Narodna stranka (klubaši) predstavljali su vodeće političke subjekte u tadašnjem crnogorskom parlamentarnom životu koji se nalazio u povoju. Dvije politički i interesno sukobljene političke grupacije, koje su prezentovale sa jedne strane pristalice knjaza/kralja Nikole Petrovića a sa druge pobornike njegovih opoenata – činile su korpus narodnih poslanika i izabranika, ali i ogledalo crnogorskog anahronog i patrijahalnog društva. I sam čin odluke i donošenja Ustava u dotada autokratskom i apsolutistički ustrojenom državnom sistemu, trebao je da predstavi ulazak Crne Gore u red prosvijećenih i demokratskih država. Majski prevrat u Srbiji 1903. i težnja knjaza Nikole da sebe predstavi i afirmiše kao progresivnog i proevropskog vladara – neki su od fundamentalnih argumenata za uvođenje ustavnog poretka. Naravno, da je ovako „fasadno“ uvođenje ustavnih i demokratskih tekovina u dotada vjekovima zacementirano patrijahalno ustrostvo trebalo biti samo lijepo lice u očima drugih. Naličje ovog darivanog ustavnog poretka međutim, nije moglo prikriti duboke društvene nesuglasice i animozitete prema višedecenijskoj autokratskoj vladavini.

U takvim okolnostima knjaz se odlučio da Crnu Goru proglasi za kraljevinu. Smatrao je da će na taj način učvrstiti državu i osigurati joj suverenitet i integritet i istovremeno ojačati svoj položaj. Ovim povodom knjaz se narodu obratio proglasom 10. avgusta 1910. godine u kome se kaže da je Narodno predstavništvo predložilo da se *''obnovi naše staro Kraljevstvo i da se na današnji dan Crna Gora proglasi Kraljevinom, a Ja da primim dostojanstvo kralja''*.¹¹

¹¹ Krunisanju je prethodila molba predsjednika Narodne skupštine Crne Gore Marka Đukanovića knjazu da sebe proglasi za kralja a Crnu Goru za kraljevinu. Time će, obrazloženo je, biti "oživljeno dostojanstvo stare klasične srpske države koja je istrajala, usamljena, kroz vekove" i

Knjaz je naravno prihvatio ovaj prijedlog i Crnu Goru proglasio kraljevinom, a sebe kraljem.¹² Dvije godine nakon proglašenja kraljevine došlo je do Prvog balkanskog rata.¹³ Događaji koji su se odvijali u svijetu i okruženju imali su uticaj i na Crnu Goru. Rat, koji je nakon atentata u Sarajevu Austro-ugarska objavila Srbiji, 28. jula 1914. godine, uticao je na to da se i Crna Gora uključi u veliki svjetski sukob. Naime, kralj je istog dana objavio ukaz o mobilizaciji, a već 6. avgusta Crna Gora je zvanično objavila rat Austro-Ugarskoj. Kralj je po treći put za nepune dvije godine pozvao narod u rat.¹⁴

“sačuvana poslednja iskra slobode balkanskih naroda”. Budući kralj je odmah odobrio prijedlog narodnih predstavnika. “Na to me je”, kazao je, “gonilo i istorijsko pravo njegove proširene države i njene sopstvene zasluge”. – “Tvrdo sam ubijeđen da će sve velike sile sa blagovoljenjem pozdraviti pored jedne kraljevine u srpskom Podunavlju i ovu drugu, u srpskom Primorju, kao jednu zalogu više za kulturni napredak i mir na ovoj granici Istoka i Zapada, a Slovenstvo i svi Srbi kao jedno više jemstvo za opstanak i bolju budućnost srpskoga plemena - rekao je tada knjaz Nikola - Prema Č. Prelević, J. Markuš, “*Cetinje centar svijeta*”, “Večernje novosti”, 25. jun 2010.

¹² Trodnevnu svečanost krunisanja uveličale su i krunisane glave: bugarski kralj Ferdinand sa sinom Borisom, italijanski kralj Viktor Emanuel sa kraljicom Jelenom, knjaz Franc Josif Battenberg sa suprugom knjaginom Anom, grčki prestolonaslednik Konstantin, ruski knjaževi Petar i Nikola Nikolajevič sa suprugama velikim knjeginjama Milicom i Anastasijom (Stanom), pa kraljević Aleksandar, naslednik kralja Srbije Petra Karađorđevića. Poruke i darove poslali su sultan Abdul Hamid, kraljica Grčke i Belgije, rumunski kralj Karol... Sam Nikola Petrović najviše se obradovao skupocenoj, zlatnoj maršalskoj palici, kojom ga je ruski car Nikola Drugi proizveo u feldmaršala ruske vojske, pa je i na prijemima na dan krunisanja nosio rusku uniformu – prema. Č. Prelević, J. Markuš, “*Cetinje centar svijeta*”, “Večernje novosti”, 25. jun 2010.

¹³ Već 27. aprila 1912. vrhovni komandant crnogorske vojske, prestolonaslednik Danilo je stanovnicima grada Skadra uputio proglas u kome se kaže: “Slavodobitna vojska N. V. Kralja Crne Gore dolazi u vašu sredinu, ne kao vojska osvajačka, nego kao oslobodilačka sila koja raskida danas otomanski jaram pod kojim su vaši predci, nakon očajne borbe, potpali u ovaj isti mjesec, ravno pred 435 godina. Crnogorska vojska donosi vam sa oslobođenjem još i poštovanje svih vaših zakona i običaja, svih vaših vjeroispovjesti, koje će u meni naći svog zaštitnika, prema tradicijama snošljivosti koja je urođena Crnoj Gori ...”. Proklamacija je objavljena i na albanskom jeziku, a primjerak postoji u Državnom arhivu Crne Gore.

¹⁴ On je 5. avgusta (24. jula, po starom kalendaru) objavio proglas koji počinje riječima: “Crnogorci – još ne dospjeste da krv sperete s vaših hrabrih mišica, a vaš stari Kralj primoran je da vas i po treći put za nepune dvije godine dana pozove pod oružje; da vas i po treći put povede u rat – u sveti rat za slobodu Srpstva i Jugoslovenstva”. U ovom proglasu još se kaže “Crnogorci – Austrija je objavila rat našoj dragoj Srbiji, objavila ga je nama; objavila ga je Srpstvu i cijelom Slovenstvu”. (A. Rabrenović, *Politički plakat u Crnoj Gori*, FPN, Beograd, 2008).

3. Rad na afirmaciji države

Vladavinu Nikole I Petrovića obilježile su velike bitke, ratovi 1862, 1876. i 1912, 1914. godine, stalna borba za opstanak na vjetrometini između Otomanskog i Austrugarskog carstva. Nikola je uveo siromašnu Crnu Goru u društvo svjetskih naroda, donio joj modernizaciju i konačno, na Berlinskom kongresu 1878. godine, i formalno priznanje nezavisnosti. Za vladavine kralja Nikole, Crna Gora je, među prvima u Evropi, dobila telegraf, radio-stanicu i električnu centralu, uveden je automobilski poštanski saobraćaj, započeta izgradnja luka u Baru i Ulcinju. Skadarskim jezerom počeli su da saobraćaju parobrodi, izgrađeno je nekoliko stotina kilometara kolskih puteva i mostova, uvedeni su monopoli duvana i soli, podignute prve fabrike. Uporedo sa ekonomskim, krenuo je i kulturni preporod sa otvaranjem brojnih škola.¹⁵ Otvarana su pozorišta i biblioteke, muzej i arhiv, a Cetinje je postalo kulturni centar okupljanja znamenitih umjetnika. Nikola je izdašno podsticao izlaženje štampe.

Ličnoj afirmaciji kralja Nikole, doprinijela je svakako i brojna porodica koju je stvorio. I na političkom planu, bez sumnje, mnogo su mu značile veze koje je stekao udajom kćeri. Prozvan je, prosto, "tastom Evrope". Jer, čak pet njegovih zetova bili su prinčevi i kneževi iz uglednih evropskih dvorova! Petrovići, na koje je tadašnja evropska aristokratija uvijek gledala hladno, kao na "neosnovanu" plavu krv, dobili su na ugledu. Kralj Nikola je zbog novih rodbinskih veza postao rado viđen gost i na najvećim dvorovima. Sa evropskim vladarima komunicirao je mimo protokola, što mu je u diplomatiji, balansiranju u spoljnoj politici, ali i u praktičnim potrebama, kao što su dobijanje kredita ili druge pomoći, i te kako donosilo korist.

Do Berlinskog kongresa razvoj crnogorske države i društva uopšte je bio uslovljen objektivnim stanjem (jer je Crna Gora bila bez međunarodnog priznanja suvereniteta i izlaza na more i sa veoma malo kvalitetnog obradivog zemljišta uz stalne borbe i ratovanje). Poslije Berlinskog kongresa kad su pomenuti razlozi nestali, ili prestali da tako oštro pritiskaju Crnu Goru, njen brži razvoj će u osnovi biti limitiran velikom sporošću u poboljšavanju efikas-

¹⁵ "Kada je 1860. Nikola Petrović preuzeo dužnost vladara, broj škola mogao je stati na jednu šaku, a u vrijeme kada je proglašen za kralja 1910. godine Crna Gora je imala 136 osnovnih škola sa 198 nastavnika i učitelja i 12.000 učenika! Otvorene su, u međuvremenu, i Bogoslovsko-učiteljska škola, niža i viša realna gimnazija na Cetinju, Poljoprivredna škola u Danilovgradu", prema Č. Prelević, J. Markuš, *"I mačem i perom"*, "Večernje Novosti", 26. jun 2010.

nosti prije svega ekonomije ali i bržih reformi u svim sferama društva, uprkos činjenici da je za vrijeme višedecenijske vladavine Nikole I Petrovića Crna Gora doživjela društvene promjene, ali koje su mogle biti i dublje i brže. Kako zaključuje Luka Milunović: vladalački refleks knjaza Nikole je bio već stečen i tehnika vladanja koje će se i poslije Berlinskog kongresa knjaz Nikola I uporno držati mogla bi se sasvim pojednostavljeno svesti na stav: što manje mijenjaj, sporije radi, pomalo zavađaj, pa dugo vladaj... Kao da je vjerovao - ako se drži jednom utvrđenih premisa u politici i obezbijedi podršku prijatelja iz inostranstva - po njega će se na kraju ipak sve povoljno završiti, te da uvijek veće greške nastaju činjenjem nego nečinjenjem.¹⁶

Formula vladanja, koje je potrajalo šest decenija, stoji možda u testamentu kralja Nikole Prvog Petrovića Njegoša iz 1917. godine, u dijelu u kojem ostavlja amanet sinu Danilu: *"Pazi, ako ti bude suđeno da vladaš, da tvoj narod ima pravdu. Staraj se o njegovom blagostanju. Na putu napretka ne idi prenačim koracima, naročito ne nepromišljenim. Slijedimo prirodu. Ne čini se duhovni i materijalni preobražaj jednoga naroda udarom mađioničarskog štapa, već postojanošću strpljenja, razboritošću i proračunom"*.¹⁷

Kao pristalica "suživota", kralj Nikola je, poštovao druge vjere i nacije. Kada se njegova država proširila na krajeve naseljene muslimanima i katolicima, posebno je vodio računa o toleranciji prema stanovnicima druge vjere i nacionalnosti.¹⁸

Vilijem Gledston je još 1887. zapisao: *"Knjaz Nikola je najdarovitiji čovek među onima koje poznajem!"*. Poruka Berlinskog kongresa, da „nema obnavljanja srednjovjekovnih balkanskih carstava“, odnosno stvaranja velikih nacionalnih država, kao da nije mnogo doticala Nikolu, koji je uljuljkan u svoju neprikosnovenu vlast, vojne pobjede i uvećanje državne teritorije – sanjario o stvaranju ili obnavljanju jednog velikog carstva, naravno, sa njime na čelu. Mada je 1908., Austrougarskom aneksijom Bosne i Hercegovine, stavljena do daljnjeg tačka na takve težnje i snove, Skadarska kriza je manivestovala novu Nikolinu vladarsku želju i san. Laviranje između Rusa, Austro-Ugarske, Italije, postavši

¹⁶ Luka I. Milunović, *Tehnika vladanja kralja Nikole i rezultati*, prema <http://montenegrina.net> isto u "Akcionar", br. 1-2, 2006. str. 63-77.

¹⁷ Prema Č. Prelević, J. Markuš, „Kruna optočena trnjem“, „Večernje novosti“, 27. jun 2010.

¹⁸ „Kao punopravnim građanima njima su dostupne sve državne službe ne isključujući ni najviše položaje. Jer, kao što dobar otac ne čini razliku između svoje dece, tako ni knjaz Nikola ne pita ko je kakve vjere, nego samo je li zaslužan i sposoban“- prema Prema Č. Prelević, J. Markuš, „Kruna optočena trnjem“, „Večernje novosti“, 27. jun 2010.

decenijama „izdržavani“ kralj, geostrateške političke promjene na Balkanu, dolazak Karađorđevića na presto krvavim pučem u Srbiji, gubivši vremenom harizmu u narodu, stvaranje nerasploženja u zemlji, ekonomske neprilike – predstavljaju ram za sliku kraja vladavine Nikole Petrovića-Njegoša tokom poslednje decenije njegove vladavine.

Iako je detroniziran spoljnim faktorima krajem 1918. godine, po zakonima svoje zemlje, Nikola I je ostao suveren Crne Gore sve do svoje smrti 1921. godine. Umro je u Kan Antibu, na jugu Francuske, a sahranjen u San Remu, u Italiji.¹⁹

4. Umjesto zaključka

Kovčezi sa posmrtnim ostacima kralja Nikole i kraljice Milene vraćeni su u Crnu Goru iz San Rema u oktobru 1989. godine. To je bio poslednji čin priče o „caru junaka“, „tastu Evrope“, neprikosnovenom „gospodaru“ koji je duže od pola vijeka mačem, perom, stihom, hrabrošću, lukavošću, diplomatskom vještinom i ličnom harizmom uspijevao da ostane na čelu države. Prema podacima nadležnih organa, sahrani posmrtnih ostataka nekadašnje crnogorske kraljevske porodice je prisustvovalo oko 200.000 ljudi iz svih krajeva Crne Gore, Srbije, Hercegovine, Bosne. Iako su bili pozvani zvaničnici iz svih republika jugoslovenske federacije, sahrani je prisustvovala samo zvanična delegacija Srbije i član Predsjedništva SFRJ, kao i predstavnici država koji su nekada imali diplomatska poslanstva u kraljevini Crnoj Gori. Svečanost oko prenosa posmrtnih ostataka poslednjeg crnogorskog kralja i njegove porodice zabilježila su između ostalih i zapadna sredstva informisanja.²⁰

Dakle, u samoj ideji organizacije medijskog prenosa pompenznog skupa sa ceremonijama, kroz kolorit narodne nošnje i folklora, kao i ogrom-

¹⁹ D. Živković, *Naučni osvrt na istorijsko djelo kralja Nikole*, Ars, 2/1987;

²⁰ Vodeći britanski listovi („Tajms“, „Dejli telegraf“, „Independent“) manje ili više daju ovom događaju ironična obilježja *rojalističko novokomunističko – nacionalističkih turistički uobličених izliva*. To je prije svega makar i mali znak „oživljavanja rojalizma“ (BBC), „rastuća nostalgija među narodima mnogih komunističkih zemalja za njihovim monarhističkim nasleđem“ (Rojter), „prvo priznavanje monarhističke prošlosti u jednoj komunističkoj zemlji“. O prvom priznavanju monarhističke prošlosti i kraljevske baštine „prethodno izorgavane ruglu“, na koju se odlučila nova vlast, izvještavaju i američka glasila (AP, VOA, UPI), tumačeći prisustvo najviših funkcionera kao „nastojanje republičkog komunističkog rukovodstva da se distancira od svojih predhodnika“, a francuska štampa, takođe odluku o povratku pripisuje novom crnogorskom rukovodstvu, („Pobjeda“, 8. april. 1990, strana 9).

nog broja prisutnih (do tada nezabilježenog u Crnoj Gori) mogu se prepoznati brojni političko-propagandni metodološki postulati i tehnike. U prvom redu kroz propagandnu tehniku akcijom odnosno persuazivnošću (ubjedljivošću) događaja kao takvog nastojao se javnosti prikazati imidž novoga, „post-januarskog“ crnogorskog rukovodstva kao „progresivnog, okrenutog reformama, koje se distancira od komunizma“. Takođe se pokušavalo projektovati i povezati istorijski značaj i ugled dinastije Petrović na tadašnje, „novo“ crnogorsko rukovodstvo, proisteklo iz januarskog prevrata i „AB“ revolucije početkom iste godine.

Na taj način je uspomena na knjaza i kralja Nikolu I Petrovića na trenutak oživljena u svijesti moderne Crne Gore.

Literatura

- Andrijašević, Ž. (1998), *Crnogorske teme*, („Crnogorci i vlast“, str. 136 – 141), IICG, Podgorica
- Čupić, Č. (2002) *Politika i zlo*, Čigoja, Beograd
- Jevtović, Z. (2003), *Javno mnjenje i politika*, ALU, Beograd
- Knežević, R. (2007), *Istorija političke kulture u Crnoj Gori*, CID, Podgorica
- Milunović, Luka (2006), *Tehnika vladanja kralja Nikole i rezultati*, „Akcionar“, br. 1-2, <http://montenegrina.net>
- Petrović, N. (1988), *Memoari - autobiografija*, Titograd-Cetinje
- Prelević, Č., Markuš, J. (2010), „Kruna optočena trnjem“, „Večernje novosti“, 27. jun
- Rabrenović, A. (2008), *Politički plakat u Crnoj Gori*, (magistarski rad) FPN, Beograd
- Rastoder, Š. (2009), „Vijesti“, 1. april;
- Živković, D. (1987), *Naučni osvrt na istorijsko djelo kralja Nikole*, Ars, br. 2

UDK: 324(497.16)

**INSTITUCIONALNI MODEL PREDIKCIJE
IZBORNE PARTICIPACIJE U CRNOJ GORI**

**INSTITUTIONAL MODEL OF THE ELECTION
PARTICIPATION PREDICTION IN MONTENEGRO**

ANA RUTOVIĆ,
magistrant na Fakultet političkih nauka Univerziteta Crne Gore

Apstrakt: Rana politička nauka bila je usmjerena na opšte teorijske pretpostavke funkcionisanja demokratskog društva i njegovih institucija, a ne toliko na razloge izbornog opredjeljenja građana. U ovom istraživačkom radu analiziraju se uticaji institucionalnih rješenja (na primjer izbornih zakona) na političko ponašanje birača u Crnoj Gori, pri čemu dominiraju dva osnovna pitanja, a to su: kako institucionalni faktori utiču na izbornu participaciju i koji faktori negativno utiču na izbornu participaciju. Rezultati ukazuju da institucionalni prediktori imaju djelimičnu eksplanatornu moć, ali da i dalje nijesu dovoljni da u potpunosti objasne problem izborne participacije. Takođe, ovaj rad predstavlja osvrt na klasičan pristup istraživanju ponašanja birača i na kraju, predlaže dalje istraživačke napore kako bi se unaprijedila identifikacija faktora izborne participacije.

Ključne riječi: Izborna participacija, birači, političko ponašanje, institucionalna rješenja

Abstract: Early political science was focused on the general theoretical assumptions functioning of a democratic society and its institutions, and not so much on the grounds of electoral preferences of citizens. In this research paper, the emphasis is placed on the impact of institutional arrangements (for example, electoral laws) on the political behavior of voters in Montenegro, while dominated by two main questions, namely: how institutional factors affect electoral participation and factors that adversely affect electoral participation. The re-

sults indicate that institutional predictors have partial explanatory power, but still not sufficient to fully explain the problem of electoral participation. Also, this paper presents an overview of the classical approach to investigate the behavior of voters and in the end, it is suggested further research efforts to improve the identification of factors electoral participation.

Key words: *Electoral Participation, Voters, Political Behavior, Institutional Arrangement*

1. Uvod - konceptualni okvir

Istraživanja izbornog ponašanja u zapadnim demokratijama pokazuju da veliki broj građana koji učestvuju na izborima uopšte ne poznaje najvažnije političke probleme niti programe za njihovo rješavanje koji se nude na političkom tržištu – ljudi glasaju po inerciji za istu partiju kao i na prošlim izborima ili, ako odluče da glas daju nekoj drugoj stranci, čine to zbog nedefinisanog osjećanja nezadovoljstva svojim individualnim i socijalnim statusom. O nemogućnosti pojedinca da se snađe u metežu političke scene govori i veliki procenat izborne apstinencije u većini modernih demokratija: broj onih koji izlaze na birališta često je i za 40% manji od broja upisanih u biračke spiskove. Najveći dio građana koji ne izlazi na izbore može se svrstati u grupu nezainteresovanih za politiku – oni jednostavno ne vide smisao bilo kog, pa ni izbornog angažmana u politici. Dva osnovna razloga tome su: sa jedne strane, nezainteresovanost birača i nedovoljna informisanost o prirodi problema i partijskim programima, a sa druge strane, nedovoljno jasna razgraničenost među strankama kako u cjelovitim programima, tako i u odnosu na konkretne probleme. Drugu grupu apstinencija čine oni koji smatraju da cijeli socijalni i politički sistem počiva na rđavim osnovama – uvidjevši svoju nemoć da se izbore za radikalne promjene državne politike, oni svojim neglasanjem izražavaju svojevrsan politički protest.

Ono što je zajedničko svim ovim istraživanjima jeste zanemarivanje uloge jedinstvene prirode institucionalnih rješenja u jednoj zemlji, koja itekako mogu da doprinesu povećanju, odnosno smanjenju izborne participacije. Ovdje, u prvom redu mislimo na uređenje izbornog zakonodavstva i posljedica koje iz toga proizilaze. Dosadašnja proučavanja ponašanja birača u Crnoj Gori bila su prilagođena ponašanju birača na nižem stupnju demokratskog političkog razvoja jer se crnogorski birač najčešće opisivao kao tradicionalan,

nezainteresovan, programski i politički neozbrazovan. Na to upućuju, među ostalim, i ove osobine u crnogorskom društvu: više je orijentisanih prema ličnostima nego prema institucijama; brojniji su oni koji se više uzdaju u pojedine ličnosti nego u zakone; jaka je socijalno-mentalitetska sklonost ka podaništvu vlasti; nerazvijenost civilnog društva; neodgovarajuća organizovanost društva; interesno-sebično usmjerene političke partije; politička kultura koju ne odlikuje kultura ljudskih prava (Šuković, M., 2004, s.173). Odgovor na pitanje zašto se crnogorski birač opredjeljuje za jednu ili drugu partiju, ovog ili onog kandidata, prevazilazi ambicije ovog istraživačkog rada. Nadamo se da ćemo testiranjem institucionalnih prediktorskih faktora na primjeru Crne Gore, u prvom redu osobina izbornog zakona, barem dijelom doprinijeti objašnjenju izborne participacije i time suziti polje za buduće istraživače. Stoga ova hipoteza glasi: izborna participacija u Crnoj Gori je najvećim dijelom uslovljena trenutnim institucionalnim rješenjem izbornog zakonodavstva. Potrebno je napomenuti da je ovo, dakle, pokušaj izgrađivanja eksplanatornog modela na osnovu institucionalnih prediktora.

2. Osobine izbornog zakona

Pozivajući se na brojne autore, u prvom redu Diveržea, obično se navode dvije vrste posljedica koje zavise od vrste izbornog zakona: psihološke i mehaničke. Psihološke posljedice odnose se na učestvovanje u izborima, a svakako i na opredjeljenje, dok se mehaničke odnose na raspodjelu mandata u zavisnosti od dobijenih glasova i izbornih pravila. Pritom, možemo razlikovati dvije osnovne osobine izbornog zakona koje utiču na ponašanje birača i njihov (ne) izlazak na izbore:

2.1 Zakonska regulacija izlaska na izbore

Prirodno je da izborni proces ne bude isti u svim zemljama. Svaka država u okviru izbornog zakona određuje ko može, kada, kako i gdje izaći na izbore. Postoje zemlje, poput Grčke, Kipra, Belgije, Finske i drugih, gdje je izlazak na izbore zakonska obaveza što nužno dovodi i do veće izborne participacije. Sankcija za one koji ne izađu na birališta je prilično raznolika od zemlje do zemlje i kreće se od novčane kazne do 100 eura, koja se uplaćuje na račun izborne komisije, pa čak do minimalne kazne zatvora do 15 dana. Takav način negativnog uslovljavanja u pojedinim zemljama zadržan je zbog tradicije ili je uveden zbog slabe izlaznosti. Indijci su, primjera radi, imali zanimljivu ideju da birači koji ne podržavaju nijednog kandidata ili partiju na glasačkom

listiću zaokruže opciju „nijedan od ponuđenih“, sve u cilju očuvanja visoke izlaznosti. Sa druge strane, na primjer u SAD, građani se moraju registrovati kao birači kako bi učestvovali u izboru onih koji će donositi odluke u narednom periodu. Neke zemlje održavaju izbore isključivo nedjeljom, neke radnim danom, a neke i po nekoliko dana. U nekim zemljama je čak moguće glasati putem pošte. Sve su to faktori koji utiču na veću ili manju izbornu participaciju.

Predsjednički i parlamentarni izbori u Crnoj Gori održavaju se uvijek nedjeljom. Prema članu 2. Zakona Crne Gore o izboru odbornika i poslanika propisano je da niko ne može, po bilo kom osnovu, pozvati građanina na odgovornost zbog glasanja, niti od njega tražiti da kaže za koga je glasao ili zašto nije glasao. Vidimo da u našoj zemlji izborna prava ostavlja slobodu i da pojedinac ne izađe na izbore.¹ Empirijski podaci govore da ova sloboda ne dovodi do niske stope izlaznosti birača u Crnoj Gori. Na referendumu 21. maja 2006. godine, čiji rezultat je bio nezavisna Crna Gora, stopa izlaznosti na birališta iznosila je 86,5% birača. Upravo je ovako velika stopa svjedočila o ogromnom legitimitetu referenduma i potvrdila da je pitanje o državnom statusu relevantno za najveći dio biračkog tijela u Crnoj Gori. Ne postoji sumnja da je referendum, u kratkoj istoriji crnogorske nezavisnosti, bio daleko najvažniji oblik građanskog izjašnjavanja jer se odlučivalo o opstanku, odnosno raskidu sa ranijom državnom zajednicom. Međutim, referendum u Crnoj Gori nije bio samo glasanje o državnom statusu zemlje već je predstavljao i politički sudar dva pogleda na svijet, a možemo reći i dva svijeta u istom društvu. Da podsjetimo, dva suprostavljena politička bloka u Crnoj Gori činili su independisti (koji su vodili kampanju za „da“, odnosno za nezavisnu Crnu Goru) i unionisti (koji su vodili kampanju za „ne“, odnosno za opstanak zajedničke države sa Srbijom). Independistički blok bio je sastavljen od multietničke koalicije (ubjedljiva većina Crnogoraca i sve nacionalne manjine), njega su predvodile partije koje su bile okosnica antimiloševićevske koalicije iz druge polovine 90-ih, vrijednosne orijentacije biračkog tijela independista bile su bliske liberalno-demokratskim obrascima zapadnih društava. Sa druge strane, unionistički blok predstavljao je uglavnom srpsku populaciju i manji dio Crnogoraca, činile su ga uglavom partije-saveznice miloševićevog režima, oslanjao se u prilič-

¹ Za više informacija vidjeti: Zakon o izboru odbornika i poslanika (objavljen u Sl. listu RCG, br. 16/00) i Zakon o izmjenama i dopunama zakona o izboru odbornika i poslanika (objavljen u Sl. listu RCG, br. 4/98).

noj mjeri na političku, a po svoj prilici i finansijsku podršku aktuelne srpske vlade ili njenih političkih saveznika, vrijednosne orijentacije biračkog tijela ovoga bloka uglavnom su korespondirale sa autoritarnim obrascima postkomunističkih društava, sa naglašenom naklonošću prema idejama i stavovima Srpske pravoslavne crkve (Dramanović, S., 2006, ss. 17-18). Dva bloka bila su i ostala podijeljena na mnogim fundamentalnim vrijednostima i pitanjima. Sa stanovništa našeg rada, ovaj referendum održan je u euforiji međunarodnog priznanja nezavisne Crne Gore, što je dovelo do velike izborne participacije crnogorskih birača. Ova odrednica izborne participacije takođe je uveliko zavisila od prirode suprostavljenih opcija. Da su u pitanju bile stabilne društvene prilike, političke stranke koje su više manje temeljile svoje programe na zajedničkim opštim vrijednosnim opredjeljenjima, jedni druge doživljavali kao političke protivnike, a ne neprijatelje, emocionalna uključenost i izlaznost birača bila bi znatno manja. Međutim, kada se, kao u našem slučaju, odnosi doživljavaju kao „mi“ i „oni“, tada je emocionalna uključenost izrazito velika, pa pretpostavljeno, i veća izborna participacija. Participaciju birača na narednim izborima obilježio je neznatan pad, što je u stvari dokaz da se emocionalna uključenost birača postepeno smanjivala od održavanja referenduma 2006. do izbora 2012. godine.

Podsjetimo, na izborima iz 2009. godine, glasalo je 329,819 birača što je iznosilo 66,18% ukupnog biračkog tijela. Neuslovljenost glasanja u Crnoj Gori nema za posljedicu smanjenje izlaska birača, naprotiv, dovodi do povećanja izborne participacije. Prema podacima Centra za monitoring izbora, na trećim parlamentarnim izborima od sticanja nezavisnosti, oktobra 2012. godine, pravo glasa iskoristilo je 69,6% birača, dok je izlaznost bila najveća u centralnom dijelu Crne Gore gdje je na izbore izašlo njih 70,1%.² Ova visoka stopa izborne participacije u Crnoj Gori, sa prosječnih 70%, prema metodologu Milošu Bešiću, svrstava je među najvećim u Evropi. On smatra da se odnos snaga na izborima ne bi mijenjao čak i kada bi na glasanju izašli svi birači, uzimajući u vidu činjenicu da postoje pojedinci koji ne žele da učestvuju u političkom životu. Sa druge strane, postoje neka druga viđenja ovako visoke izborne izlaznosti. Pojedini politički analitičari ocijenili su da visoku izlaznost nova - stara vlast

² Parlamentarni izbori oktobra 2012. godine su deveti od uvođenja višepartijskog sistema u Crnoj Gori, odnosno treći nakon sticanja nezavisnosti 2006. godine. Pravo glasa je imalo 514.055 građana. Za potrebe našeg istraživanja, poslužili su isključivo rezultati održanih izbora od sticanja nezavisnosti Crne Gore.

treba da shvati kao ozbiljno upozorenje, jer će onda morati da vodi politiku koja će više nego do sada voditi računa o stvarnim interesima građana. S obzirom da je novu vladu ponovo formirala dosadašnja vladajuća koalicija u Crnoj Gori, čija dominacija obilježava crnogorsko demokratsko iskustvo, ostaje da se vidi kako će teći tok njene buduće politike.

U zemljama tzv. stabilne demokratije izbori su kontinuirani proces opstanka odnosno smjenjivanja određenih partija ili pojedinaca na osnovu njihove uspješnosti u rješavanju socijalnih i ekonomskih problema, odnosno nekih posebno važnih problema u vrijeme izbora. Ukoliko se zemlja suoči s nekim izrazitim problemom unutrašnje ili spoljne politike tada dolazi do snažnije mobilizacije javnosti i do većeg izlaska na izbore. Ono što na osnovu empirijskih podataka možemo da pretpostavimo jeste da se velika izborna participacija na posljednjim parlamentarnim izborima u Crnoj Gori može objasniti i nezadovoljstvom pojedinaca trenutnom životnom situacijom i ekonomskom krizom koja je u velikoj mjeri pogodila sve zemlje svijeta. Izborna participacija u tom slučaju reflektuje značaj ključnih problema države u vremenu održavanja izbora kod građana. Takođe, odluka birača da u tako značajnom broju izađu na izbore mogla je biti uslovljena i procjenom pojedinaca da li je dosadašnja vlast ispunila njegova očekivanja na tom području. Prema tome, u okviru problematike društvene situacije, možemo razlikovati tri elementa koji utiču na veću ili manju participaciju u izbornim procesima: važnost izbora, emocionalna uključenost birača kao i neizvjesnost o ishodu izbora. Kada govorimo o neizvjesnosti ishoda izbora tada prije svega mislimo na doživljaj birača, a ne toliko na rezultate istraživanja javnog mnjenja ili medijske osvrte. Opšte je pravilo, što je veća neizvjesnost, to je i veća važnost svakog pojedinog glasa, pa time i veća motivisanost birača da izađu na izbore. U skladu sa time, možemo pretpostaviti da je najveća neizvjesnost o izbornom ishodu u Crnoj Gori bila na posljednjim parlamentarnim izborima 2012. godine. Ovo su potvrdili i konačni rezultati izbora, na osnovu kojih koalicija DPS-SDP poslije 11 godina više nema apsolutnu većinu. Takođe, ovo je pokazatelj koliko ekonomska kriza može da utiče na rezultat izbora u jednoj državi.

Svakako da su svi gore navedeni elementi društvene situacije međusobno povezani i da je prilično teško ustanoviti pojedinačan doprinos svakog od njih, ali je moguće zaključiti da u mnogo većoj mjeri utiču na veću ili manju izbornu participaciju za razliku od institucionalnih faktora u našem slučaju.

2.2 Osobine izbornog sistema

Za potrebe ovog istraživačkog rada dovoljno je navesti samo razlike između većinskog i proporcionalnog izbornog sistema i njegovog uticaja na političku, odnosno izbornu participaciju. Proporcionalni izborni sistemi su znatno osjetljiviji za različite političke programe, omogućavaju zastupljenost i malih partija u parlamentu, što znači uzimanje u obzir raznolikosti interesa biračkog tijela. Nasuprot tome, većinski ili majoritni sistemi teže smanjivanju broja političkih partija, najčešće na dvije, budući da se, naročito u sistemima sa apsolutnom većinom, sučeljavaju svega dva kandidata. Proporcionalni sistemi pružaju mnogo veću motivaciju biračima, što je slučaj sa Crnom Gorom, budući da omogućavaju da i neki manji interesi na temelju određenog broja glasova, budu zastupljeni. Postavlja se pitanje, u skladu sa osnovama ekonomskog modela proučavanja ponašanja birača³, zašto bi pojedinac, s obzirom na pojedina rješenja izbornog sistema koja otežavaju postizanje određenih manjinskih interesa, ulagao napor koji ne dovodi do postizanja cilja? (Šiber, I., 2007, s.40)

U okviru proporcionalnog izbornog sistema takođe je važno uočiti i značaj prohibitivne stope, odnosno postotak glasova koji omogućava učestvovanje u podjeli mandata. Logično, visoka prohibitivna stopa je izrazito stimulativna, dok niska omogućava i manjim strankama i njihovim potencijalnim biračima da učestvuju u podjeli „izbornog kolača“. U Crnoj Gori prohibitivna stopa je iznosila 3% kako bi se spriječilo predstavljanje malih, često ekstremističkih partija. Nema sumnje da je rješenje sa jednom izbornom jedinicom i manjom prohibitivnom stopom bolje oslikavalo izraženu volju biračkog tijela na dosadašnjim izborima. Tu se u stvari radi o, kako smo već rekli navodeći Diveržea, mehaničkim posljedicama izbornog zakona, ali nema sumnje da je takvo rješenje na primjeru Crne Gore imalo i psihološke posljedice – veću stopu izlaznosti potencijalnih birača manjih, odnosno partija nacionalnih manjina.

³ Ekonomski model proučavanja ponašanja birača primjenjuje pretpostavke i metodologiju neoklasične ekonomske teorije na tzv. političko tržište. Po njemu, partije se mogu shvatiti kao preduzetnici koji su usmjereni ka maksimizaciji profita, dok su birači usmjereni maksimizaciji koristi. Ekonomski model ponašanja birača logično slijedi pretpostavku po kojoj će birači podržati partiju koju doživljavaju kao onu koja će im pružiti najviše koristi. Na neki način u toj situaciji birači trguju svojim glasovima tražeći određene nadoknade.

Dosadašnja praksa u Crnoj Gori pokazivala je da su pripadnici manjinskih zajednica većinom glasali za građanske partije, ali im je novi izborni zakon omogućio olakšice i autentičnu zastupljenost u parlamentu. Princip pozitivne diskriminacije je prema starom izbornom zakonu važio isključivo za albansku etničku manjinu u Crnoj Gori koja je imala pravo na posebnu izbornu jedinicu i zagarantovanih pet poslaničnih mjesta u parlamentu. Na taj način, albanskoj manjini olakšano je da osvoji približno onoliki udio procenta mandata u parlamentu, koliko je udio te manjine u populaciji. Novi zakon je proširio ta prava i olakšice na sve manjinske narode u Crnoj Gori, uzimajući u obzir činjenicu da u njoj živi etnički izrazito heterogeno društvo u kojem, prema posljednjem popisu stanovništva iz 2011. godine - Crnogorci, kao većinska etnička grupa, čine 44,98% stanovništva, Srbi 28,73%, Bošnjaci 8,65%, Albanci 4,91%, Muslimani 3,31%, Hrvati 0,97% i Romi 1,01%.⁴

Sve manjine sada imaju pravo da koriste princip tzv. afirmativne akcije koja im omogućava autentičnu zastupljenost u parlamentu. Takođe, važno je napomenuti da je izborni cenzus smanjen za sve manjinske liste, što znači da svim manjinskim partijama sada treba manje glasova da osvoje veći broj mandata. Evidentno je koliko izborna rješenja u ovom slučaju mogu doprinijeti da se birači određene etničke grupe opredjeljuju etnički, a ne politički. Iako su te partije do tada zastupali njihove interese, nijesu imali zvaničan status autentičnih predstavnika, što je dovodilo do toga da birači manjinskih zajednica glasaju za građanske partije ili čak da se odluče za ne izlazak na izbore. Pretpostavka je da će novo izborna rješenje povećati izbornu participaciju manjinskog stanovništva i doprinijeti da glasaju za onu partiju koja se u najvećoj mjeri zalaže za njihove interese. U ovom slučaju, vidimo kako institucionalni faktori mogu donijeti pozitivne rezultate. Upravo je to opredijelilo Bošnjačku stranku, kao glavnog predstavnika interesa bošnjačkog naroda u Crnoj Gori da, za razliku od parlamentarnih izbora 2009. godine kada su nastupili u koaliciji sa vladajućim DPS i SDP, na jesenjim izborima oktobra 2012. godine nastupe samostalno i na taj način privuku svoje biračko tijelo da ih podrže.

Iako su vladajuće partije, kojima su manjine pretežno bile naklonjene, zloupotrebljavale njihovu podršku za opstanak na vlasti, prije nego što su brinule o njihovim interesima, novi izborni zakon je konačno dao potvrdu o značaju autentičnog parlamentarnog zastupanja i poboljšanju položaja manjina u Crnoj Gori. Pripadnici albanskog, hrvatskog i bošnjačko-muslimanskog naro-

⁴ Za više informacija vidjeti: Monstat, Zvanični rezultati popisa iz 2011. godine.

da do sada su ispoljavali lojalnost državi Crnoj Gori koja je posebno bila izražena prilikom obnove crnogorske nezavisnosti na referendumu 2006. godine.

Interesantno je spomenuti da su na posljednji parlamentarnim izborima, od manjinskih partija, cenzus prešle Forca i Albanska koalicija, koje su zadobile povjerenje birača na osnovu kojeg će imati po jedan mandat. Za Forcu je glasalo 5.200 ili 1,4% izašlih građana čime je postala vodeća albanska partija. Albansku koaliciju, koju čine Demokratski savez, Demokratska partija i Albanska alternativa, podržalo je njih 3.800 ili 1,1% birača. Cenzus od 0,7%, koji važi za albanske i bošnjačke manjinske partije, nije prešla Albanska omladinska alijansa sa oko 500 osvojenih glasova.

Da je izborni prag za ulazak u parlament bio znatno veći, u Crnoj Gori bi se suočili sa tzv. strateškim ili taktičkim glasanjem, odnosno pojavom da birači daju podršku kandidatu ili partiji koja nije njihov prvi izbor, samo da bi izbjegli još gori ishod. Stoga, oni mogu podržati i onu koja im je po ličnom izboru druga ili čak treća kako bi spriječili partiju kojoj su izrazito neskloni. Ono što je očigledno jeste da bi strateško glasanje išlo na ruku partijama koje su već velike, a na štetu malih.

Da sumiramo, osnovni psihološki (i ne samo psihološki) efekti proporcionalnog sistema na izbornu participaciju i izbornu opredjeljenje su, kako navodi Šiber (Ibid. s. 41) sljedeći:

- potencira program stranke kao cjeline;
- jača centralizaciju države;
- omogućava najbolje stranačke ljude u predstavničkom tijelu;
- omogućava ispoljavanje manjih interesnih skupina, odnosno stranaka;
- težište kampanje je na programu, opštim vrijednostima, autoritetu vođe stranke;
- postoji velika motivacija svih birača različitih političkih opredjeljenja.

Svakako da motivacijska osnova izlaska na izbore, kao jedan od ključnih pokazatelja političkog aktiviteta, nije identična u većinskim i proporcionalnim izbornim sistemima. Pri tome, ne treba gajiti iluziju da prednostima jednog ili drugog izbornog sistema, naglo raste interes za politiku, a posebno za same izbore. Štaviše, analize ukazuju na sve manju participaciju birača i na slabljenje mobilizatorske uloge partija u razvijenim demokratskim društvima, bez obzira na koji način je regulisano izborna zakonodavstvo. S obzirom na siromaštvo aktuelne literature po pitanju izborne apstinencije u Crnoj Gori, neka

od narednih istraživanja proučavanja ponašanja birača bi trebalo da budu usmjerena u tom pravcu.

3. Zaključak

Cilj ovog istraživačkog rada bio je testiranje hipoteze posredstvom koje smo pokušali da objasnimo izbornu participaciju u Crnoj Gori institucionalnim varijablama. Ovakav pristup proistekao je iz činjenice da su se klasični pristupi proučavanju ponašanja birača zasnivali na političko psihološkoj, političko ekonomskoj i sociološkoj tradiciji, a izbjegavali uticaj institucionalnih faktora na izbornu ponašanje. Rezultati istraživanja pokazali su da pristup za koji se zalažemo ima svoje empirijsko opravdanje, ali nedostatan u smislu predikcije.

Na osnovu svega izloženog možemo zaključiti da institucionalni model predikcije izborne participacije u Crnoj Gori ima neznatnu predikcijsku moć, ali ne i beznačajnu. On donekle osvjetljava razloge izborne participacije, ali nam ne govori da su to osnovni kriterijumi koji dovode do veće, odnosno manje izborne participacije. Međutim, institucionalni model nam je pokazao kako neka rješenja izbornog sistema mogu proizvesti pozitivne, odnosno negativne posljedice. Od onih institucionalnih varijabli, koja najviše doprinosi smanjenju izborne participacije, svakako je visoka prohibitna klauzula. Sa druge strane, osobine društvene situacije mnogo više utiču na odluku birača da izađu ili ne izađu na izbore. Na primjeru Crne Gore, značajan uticaj na izbornu participaciju imaju elementi poput emocionalne uključenosti birača, neizvjesnosti o ishodu izbora i stepen motivacije, odnosno procjene birača koliko su mu određeni problemi važni.

Sve analize izvedene u ovom radu imaju za cilj proširivanje teorijskih i empirijskih vidika kada je riječ o identifikaciji faktora koji su značajni za izbornu participaciju na primjeru Crne Gore. Analize su pokazale da institucionalni prediktori imaju djelimičnu eksplanatornu ulogu, ali da dalja istraživanja treba usmjeriti u drugim pravcima. Kao prvo, potrebna su istraživanja u kojima bi situacioni faktori igrali odlučujuću ulogu po pitanju izborne participacije. Ovo zato što bi se na ovaj način obezbijedio dodatan uvid u ključne aspekte problema izlaska na izbore i problema izbornog opredjenja.

Već je početkom 20. vijeka američki politikolog G. Wallas (1990) ukazao na važnost analize političkog ponašanja, ali upozoravajući: „Skoro svi istraživači u području politike analiziraju institucije, a izbjegavaju analizu čovjeka“. Kao što je poznato, savremena politička nauka se sve više okreće analizi

čovjeka, odnosno njegovog političkog ponašanja, potencirajući da čovjek misli politički onakav kakav je socijalno. Činjenica da se ljudi razlikuju u svojim političkim stavovima i da se, shodno tome, različito izjašnjavaju u situaciji izbora, jedna je od ključnih pretpostavki svake demokratije i pluralnog društva. Isto tako, činjenica je da se njihovo izjašnjavanje temelji, velikim dijelom, na njihovoj poziciji u socijalnoj strukturi, odnosno da je povezano s njihovim potrebama i interesima. Stoga, upravo su socijalne karakteristike ključni faktori koji određuju političku preferenciju. Kao ni sama politička nauka, tako ni područje političkog ponašanja nije uvijek jasno određeno, zato je od sugestije da se analiza usmjeri na pojedinca kao nosioca političke akcije. Naravno, pri svako budućem istraživanju izbornog ponašanja treba voditi računa o oblicima izbornog procesa i načinima uređenja biračkog prava.

Literatura

Darmanović, S. (2006), *Crna Gora – nova nezavisna država na Balkanu*, Podgorica: Centar za monitoring.

Jovanović, P., Dimitrijević, N., Popović, M. (1998), *Savremeni politički sistemi – drugo prošireno izdanje*, Podgorica: Univerzitet Crne Gore.

Pavićević, V. i grupa autora (2007), *Izbori i izorno zakonodavstvo u Crnoj Gori 1990-2006*, Podgorica: Centar za monitoring.

Šiber, I. (2007), *Političko ponašanje*, Zagreb: Politička kultura – nakladno – istraživački zavod.

Šuković, M. (2004), *Stvarati sistem po mjeri Crne Gore, a ne modela*, Knjiga 28 (*Parlamentarni ili predsjednički sistem u novom ustavu Crne Gore*), Podgorica: CANU.

Zakon o izboru odbornika i poslanika (Sl. list RCG, br. 16/00).

Zakon o izmjenama i dopunama zakona o izboru odbornika i poslanika (Sl. list RCG, br. 4 /98).

UDK: 77.041.5:94

**FORME TUMAČENJA REALNOSTI
(DVIJE FOTOGRAFIJE: ČE GEVARA I LJUBO ČUPIĆ)**

**FORMS OF THE REALITY INTERPRETATION
(TWO PHOTOS: CHE GUEVARA AND LJUBO ČUPIĆ)**

mr VESELIN-MITKO PAVLIĆEVIĆ, Podgorica

Apstrakt: Ovaj rad ima za cilj da predstavi preko dviije fotografije hrabrost, prkos i protivljenje zlu dviije velike revolucionarne ličnosti XX vijeka: Ernesta Če Gevare i Ljuba Čupića. Takođe, ciljnost rada je usmjerena i na uticaj revolucionara i (kasnije) liberalnog mislioca Miloana Đilasa na revolucionarne događaje u Latinskoj Americi početkom 60-tih godina XX vijeka.

Ključne riječi: Če Gevara, Ljubo Čupić, tumačenje realnosti, slika

Abstract: This paper aims to present courage, defiance and opposition to evil of two great revolutionary figures of the twentieth century: Ernesto Che Guevara and Ljuba Čupića, through two photos. Also, this paper has been focused on the impact of revolutionary and (later) a liberal thinker Milovan Djilas on the revolutionary events in Latin America in early 60-ies of XX century.

Key words: Che Guevara, Ljubo Cupic, the Interpretation of Reality, the Picture

1. Uvod

Slikar crtežom i bojom lako „uhvati stvarnost ili nečiji karakter“, šaljivo je pa čak i podrugljivo govorio veliki argentiski fotograf Fredija Alborte sredinom 70-tih godina prošlog vijeka posmatrajući fotografiju kolege Alberta Korde na kojoj je „uhvaćen“ i ovjekovječen veliki latino-američki revolucionar Ernesto Če Gevara. Na legendarnoj fotografiji -napravljnoj prije 45 godina- možda i najtransparentnijoj fotografiji u svijetu masovnih protesta, Če Gevara

je „uhvaćen“ kako zamišljeno i zabrinuto posmatra –najvjerovatnije– „svijet prošlosti“ i ljude u njoj. (Veoma pretjerano, Ž.P. Sartr je posmatrajući Kordinu fotografiju, Čea nazvao „najpotpunijim ljudskim bićem naše epohe“.)

Istina je da veliki slikari, vajari pa sve do modernih performanista, snagom strasti, talentom, imaginacijom, „vide“ svijet iz svoje nadzemaljske orbite približavajući realnost čulima ili tumačeći realnost čulima i čovjeka u njoj. Veliki umjetnici su „aktivni“ stvaraoci i kada u svom umjetničkom zama-hu „kompresuju“ vrijeme i prostor ili kad „kompresuju“ estetiku u stvarnost. Veliki umjetnici su veliki i onda kada individualnu ili kolektivnu realnost uzdižu na imaginativni i poželjni nivo estetike i njenog „spasonostva“ kako je negdje zabilježio Fjodor Mihailovič.

Za razliku od umjetnika raznih profila, kod velikih fotografa je obratno. Oni su „pasivni stvaraoci“. Polje njihovog djelovanja je znatno suženije, skraćenije i malo inventivno. I upravo u takvom suženom i skraćenom „fotografnom prostoru“, srećom i/ili talentom, odabirom ili slučajnošću zna se stvoriti („uhvatiti“) velika i važna realnost. Dakle, foto-predmet -kao realnost trenutka- treba znati vidjeti i „uhvatiti“ a i sreća je važna. Nije nerijetko da iz hiljada i hiljada „škljocanja“ fotoaparatom, ne ostane ni jedna značajna fotografija. Ali je rijetkost da se u jednoj jedinog fotografiji „uhvati“ istorija. Takav je Čeov kulturni lik na fotografiji Alberta Korde. (Če je slučajno upao u kadar, kasnije je objašnjavao i branio se skromni A. Korde.)

2. Pogled revolucionara: Ernesto Če Gvara

Markantno zgodni, mačo-razbarušeni, neobrijani revolucionar razdr-ljene košulje, bijelog tena, beretkom na glavi i crvenom petokrakom- nevješ-to ušivenom na njoj – prodorno-misaonim, zastrašujuće-hrabrim i ledeno-mir-nim crnim očima, Če sažaljivo posmatra ljude iz umišljene orbite budućnosti, iz svijeta njegove „crvene“ revolucionarne i borbene galaksije. Možda ne bi iz-griješili ako oči Ernesta Če Gvare ne bi nazvali „svetionicima“ koji upozora-vaju na udes modernog čovjeka i doba. Doduše onako kako su „svetionici“ vi-djele i rešavale stvarnost: podčinjavajući je slijepoj, idealnoj i zamišljenoj ideo-loškoj „crvenoj“ otrodoksiji i nasilnoj praksi.

Nije isključeno da se u jednom liku i/ili pogledu može koncentrisati i „vidjeti“ cijela jedna ideologija ili pak karakteristično „parče“ istorije jednog naroda. Uzmimo za povod jednu Njegoševu sliku.

Slična mirnoj Če-ovoj fotografiji, austrijski slikar Johan Best naslikao je Vladiku i „uhvatio“ vladčin herojski, gordi i nadmeni pogled. Preciznije, ta-

lentovani slikar-Čeh „vidio“ je Vladičin „nadpogled“ koji se morao zabilježiti na platnu. Istoriju i prave strastveno-gordih naroda i heroji, vješto je „uhvatio“ slikar veličanstveni Vladičin prodorni, dubinski, otmeni i aristokratski pogled. Herojstvo i gordost i jeste „parče“ ali i produkt crnogorske istorije. Vladičin pogled je odsjaj široke narodne herojske vrline koja se individualnom strašću probrazila u crnogorsku mističnu vjeru –nije riječ o religiji- a ova (vjera) se dalje preobrazila u način vođenja i stil crnogorskog života, gorke i borbene nužnosti. Sve je eruptiralo ili tačnije „trebalo“ je eruptirati u viši moralni red individualnog samosavladavanja i prevladavanja u „novog crnogorskog čovjeka“. (Međutim, prvenstveno Njegoš i „kuća Petrovića“ su raznim silama udarali po crnogorskom životnom stablu rušeći ga državotvornom modernizacijom. I na kraju, uspjeli su.)

Zaključili bi iz Vladičinog pogleda. Gordost na crnogorsko individualno herojstvo i vjera u viši moralni red (ovdje nije riječ o modernim ljudskim pravima ili banalnoj vladavini prava) i jeste osobina malog-velikog društva kakvo je vjekovima izgrađivao crnogorski narod do XX vijeka.

Odsjaj crnogorskog pogleda na herojstvo i gordosti na junaštvo, se „vidio“ (govorićemo o fotografiji Ljuba Čupića) sredinom XX vijeka masovnom i eruptivnom crnogorskom antifašističkom borbom predvođenom prvenstveno komunistima. (Komunistička ideologija i njen futurizam i zagledanost „u horizont“ im je bila vjera i ratni „kompas“ koji ih je vodio do cilja. Četnici i „zelenaši“ zagledani u prošlost i/ili njome optrećeni, završili su na tamnoj strani istorije.)

Vratimo se Čeovoj fotografiji.

Za razliku od Vladičinog herojski-gordog i „visinskog“ pogleda, Čeov mirni pogled je ideološko-populistički. On je „u ravni“ sa običnim čovjekom koji je odasvud stiješnjen, obespravljen, obezličen i osiromašen modernim dobom i napadnut „ribarima ljudskih duša“ (Đ. Šušnjić). Ne samo kubansko-bolivijjskim ili latinoameričkim kapitalističkim modernim „ribarima“ već „ribarima“ cijele Planete.

Sa druge strane, strane „receptora“ Čeove fotografije, njegov pogled je pogled nade običnog čovjeka u Čeovu „crvenu ideologiju“. Osjenčenost lika na fotografiji, daju duboku i mitsku sadržinu pa ne čudi što je fotografija vječiti „brend“ i zastava potlačenih i sirotih ljudi širom planete. Čeove fotografije ima posvuda od šolje za čaj do murala na metrou. O majicama, tetovažama, privjescima i brojnoj mizernoj komercijalizaciji da ne pričamo. Čak su nedav-

no u Libanu, povodom ubistva generala tajne službe i protivnika sirijskog predsjednika Bašara al Asada, demonstranti nosili Čeovu fotografiju.

Čeova fotografija je zaštitni znak jedne ideologije, njene kaste i njene borbenosti. Ima bezbroj fotografija-revolucionara ali Čeova fotografija je jedinstvena kao da živi iznad i izvan bijelog papira i van vremena. Čeov revolucionarni život nije predmet ovog pisanja. Njegov revolucionarni život je daleko ispod legendarnosti fotografije. Ali legende se pamte i traju. Zaključili bi, ideologije su „patuljci“ ali i moćna prevratnička strast i revolucionarna narodna snaga koja se čak i fotografijom prenosi, „nosi“ i opstaje.

3. Osmijeh revolucionara: Ljubo Čupić

Jedna od „naših“ legendarnih fotografija –ništa manje dramatična od Čeove - jeste fotografija Čedomira-Ljuba (Sava-Tomeljina) Čupića i njegov „leonardovski“ osmijh koji je „uhvaćen“ par trenutaka prije njegovog strijeljanja aprila 1942.g. Prkosni „crveni“ bundžija, crnogorski nepokornik, nadmenog i aristokratskog držanja, zadivio je oficira okupatorke vojske Karla Ravniča koji ga je fotografisao. (Karlo Ravnič je rodom iz plemićke porodice iz Rijeke-Hrvatska.)

Za razliku od Čea koji je gledao svijet sa vrha revolucije i kreirao je, Ljubo Čupić je revoluciju gledao i služio joj „odozdo, iz baze“. (Ljubo je bio komesar partizanske čete.) Ljubo je zarobljen na Koblenoj glavici 1942.g. sa mladom partizankom Jokom Baletić. Osuda profašista (nikšićkih četnika) je bila brza, ratna-smrt. Joka Baletić je strijeljana ispod brda Trebjesa a Ljubo je strijeljan na rubu nikšićkog groblja.

Njihova držanja na gubilištima su bila gotovo herojski-identična. Joka Baletić je –kao da je iskoračila iz priče Marka Miljanova- sebi namakla omču na vrat a Ljubo se smijao u lice dželatima, klicao Partiji, Titu i Staljinu. Osmijeh je „uhvaćen“ fotoaparatom. (Jokino herojstvo je nažalost malo poznato i priznato. Ljubova sestra Darinka je u logoru na Banjici folksdojčera Krigera napala. Likvidirana je na licu mjesta.)

Za herojsko društvo, kao što je bilo Crnogorsko, osmijeh u crnogorskom slikarstvu nije bio poznat. Gotovo sva crnogorska lica na slikama su napeta. Snaga i grč strogosti je svuda. Osmijeha nema. Oči i stisnutost usana su najizražajnije. Lako je zaključiti da dnevni izazov smrti i dnevnim hodaњem ivicom noža, ne može izazvati osmijeh. Ljubova fotografija je izuzetak.

Heroji imaju neku vrstu „unutrašnjeg“ smijeha, baš kao i u Iljadi i kod grčkih junaka i njihovog dubinskog i „grohotnog smijeha“.

Ljubov osmijeh je izazivački, nadmen, visinski, neustrašiv, unutrašnje-crnogorski. To je osmijeh poruke i pouke, prkosa i slobodoljubivosti. Kao da se i danas sama fotografija smije svakom ljudskom zlu i napasti.

Možda su velikani revolucija Če i Ljubo zaista nešto vidjeli a Korde i Ravnič bili miljenici trenutka i sreće. Ko će ga znati. Istoriju i prave izabrani heroji. Možda su u ljudskoj civilizaciji samo rijetki „vidoviti“. Bez njih nema kretanja. Sve ostalo je privid „praha i pepela“ kako je još u „biblijskim vremenima“ uočeno i zabilježeno.

4. Uticaj Milovana Đilasa na Če Gevaru

U prvom dijelu teksta nastojao sam predstaviti kako forma (fotografije dvojice kulturnih revolucionara XX vijeka Če Gevara i Ljuba Čupića), izražava ideološku suštinu i individualnog i kolektivnog nepokora. Takođe, pokušao sam da Njegoševom slikom predstavim i nešto „istorijskiji“ i dublji odsjaj srčike jednog društva preko Vladičinog gordog i nadmenog (crnogorskog) pogleda. U Njegoševom pogledu kao da se skupio važan dio crnogorske istorije a da svoje forme, pogleda ni Vladika nije bio – niti, normalno, mogao biti- svjestan. Za razliku od Vladike, oko stranca slikara austrijanca Johana Besta je „srčiku“ vladičinog pogledu zapazilo i naslikalo. Njegošev pogled je neevropski pogled sjaja kolektivne strasti, gordosti i individualne nepokornosti. Kao da je Vladika ne samo crnogorski svijet gledao iz neke druge, više galaksije već je svijet gledao sa prezrenjem, pa čak svijet mu se i gadio. Ali Njegoš nije bio kritičar stvarnosti. On je bio iznad kritike. Takvi su mudraci. (Za razliku od njih, intelektualci su ili kritičari ili apologete vlasti. Češće ovo drugo.)

Stara je istina –vratimo se revolucionaru Če Gevari- da se ništa veliko u ljudskom rodu ne može pokrenuti i ostvariti bez (energije) strasti. Kolika je i kakva i kuda je usmjerena prevratnička energija strasti, u miru se čita u memoarima aktera revolucije. Tako je Če Gevara svakog dana zapisivao ličnu revolucionarnu dramu koja se zvala „Čeov dnevnik“¹.

¹ I „naš“ Marko Miljanov je pisao dnevnik ali njegov dnevnik morao bi se nazvati „antidnevnik“. U dubokoj starosti za svoje vrijeme, gotovo u crticama, Veliki Vojvoda je se sjećao i nena-dmašno opisivao crnogorsko društvo. Doduše, za razliku od Če-a koji je pisao o sebi, Veliki Vojvoda je pisao samo o drugim i drugačijim ljudima od sebe. O sebi gotovo ništa. Kao da se stidio svoje veličine. Heroji -smatrao je Marko Miljanov- ne treba da pišu o sebi. Moderni heroji, revolucionari - kao Če na primjer - nijesu takvi. Mnogo su „prizemniji“.

Če je dnevnik pisao do poslednjeg dana i do pred samu svoju smrt. Njegov dnevnik je svjedočanstvo o revolucionarnom herojstvu, viziji, patnji, pregnućima, ciljevima i šta sve dnevnik ne sadrži kada autor hoda „ivicom žileta“ a svakodnevno mu glava visi o koncu. (Iskreni revolucionari i nemaju niti znaju da odaberu drugu stazu. Možda ih mirna, široka i pravolinijska životna staza zaplete, po njoj ne znaju da hodaju.)

Interesantan je istorijat Čeovog dnevnika poslije njegove smrti. Veliki inkvizitori kad fizički likvidiraju protivnika, nastoje da zatru svaki protivnikov trag. Naročito pisane tragove jer su najopasnija i najproduktivnija zaostavština neprijatelja za buduće naraštaje.

Pošto su 8. oktobra 1967. godine bolivijske trupe, uz ogromnu pomoć američe CIA ubile Čea, njegov dnevnik je dospio u ruke tadašnjeg bolivijskog vođe, generala Renea Barijentosa. General je Čeov dnevnik kopirao i predao u ruke CIA, Pentagonu i vladi SAD-a. Originalni dnevnik volšebno je prebačen na Kubu, gdje je 1968. g. objavljen. Autentični dnevnik je vraćen u Boliviju tek 16. septembra 1986. g. i smješten je u trezoru Centralne banke u ormariću A73. Tamo je bio sve do maja 2003.godine kada je prebačen u Nacionalni arhiv Bolivije i ima javnu dostupnost i upotrebu. Dnevnik se koristio i za potrebe snimanja brojnih igranih i dokumentarnih filmova o Če Geveri.

Dnavnik je sada objavljen na internet stranici „Ghebolivia.org“ na kojoj se mogu pročitati Čeovi originalni zapisi plavim mastilom nastali u periodu od 7. novembra 1966.g. do 7. oktobra 1967. godine. (Če je ubijen 9. oktobra 1967. godine u jutarnjim satima.)

Čeov dnevnik je veliki po jednom iznenađenju. U „ravni iznenađenja“ ćemo ukratko predstaviti obrazovni lik velikog revolucionara XX vijeka. (Obrazovanje je veoma važno za vođu bilo koje revolucije, pa i kod Ernesta Geyera. Od vođinog obrazovanja zavisni su revolucionarni ciljevi, zadaci, metodi i budući sistem društvenih vrijednosti.)

Naime, Če Gevara -po profesiji ljekar- je očito bio čovjek elitističke kulture i suptilnog obrazovanja. Na poslednjim stranici svog Dnevnika poput bibliografa, Če Gevara je ispisao imena autora i njihovih djela koja su na njega ostavili najsnažniji utisak. Na spisku se nalaze Aristotelova „Logika“, Hegelova „Fenomenologija duha“, Ljorkin „Ciganski romansero“, djela Trockog, De Gola, Čerčila i Đilasova studija „Nova klasa“. (Šokantno je uočiti da na poslednjoj stranici Čeovog dnevnika nijesu ispisana imena Marksa, Lenjina, Engelsa, Staljina i Mao Ce Tunga.)

Obratimo pažnju na Đilasovu „Novu klasu“ i očit oduševljen uticaj koji je knjiga imala na Če Gevaru.

Ukratko. U „Novoj klasi“ Đilas je kritičar komunističkog sistema ali sa materijalističko-marksističke pozicije. Nešto kasnije, knjigom „Nesavršeno društvo“, Milovan Đilas će sebe prevrednovati u liberalnog i otvorenog kritičara komunističke vlasti i mnogih ideja marksizma. O oštroj kritici ideja i prakse lenjinizma i staljinizma da ne pričamo.

Đilas u „Novoj klasi“ iz unutrašnje strane i sa vrha vlasti, „poručuje“ međunarodnoj javnosti pa čak - iz Čeovog dnevnika vidimo jasan uticaj- i revolucionarnoj „javnosti“ u Boliviji, da njihova borba vođena u ime planetarnog ukidanja klasa samo dovodi do vlasti isključivo jedne nove „nove klase“. Specifičnost te „nove klase“ –iznosi Đilas a pažljivo čita Če Gevara - jeste u tome što se ona društvu nameće „odozgo“. Riječ je o privilegisanom tankom partijskom vrhu ali i širokoj partijskoj osnovi, partijskoj birokratiji, vojsci, miliciji, propagandi. Prije revolucije i još za vrijeme trajanja oružane borbe - svoje praktično revolucionarno iskustvo iznosi Đilas a Če visoko vrednuje- „nova klasa“ se nameće društvu kao jedina idejna, moralna, ideološka, organizaciona i „svjesna“ snaga društva. Jednom riječju, „nova klasa“ se nameće društvu kao totalna i zaokružena snaga društva gvozdene partijske discipline i hijerarhije.

U post-revolucionarno vrijeme „nova klasa“ totalno upravljanje društvom ustavno formalizuje zakonodavnom, izvršnom i sudskom vlašću ali sve grane vlasti su u ruci Partije odnosno Vođe. Međutim, iznosi Đilas a Če možda sa zebnjom prati, ni tu nije organizacioni kraj društva već jedna od etapa u formiranju „nove klase“. Unutar partije se –kao u ruskoj igračici „babuški“- izdvaja na njenom vrhu jezgro i osnova „nove klase“. Po sjećanju navešću jednu važnu rečenicu koja je moguće imala značajno mjesto u razmišljanju Ernesta Gevara o „Novoj klasi“ a to je Đilasovo zapažanje da partija začine klasu ali klasa zatim sama raste koristeći partiju kao osnov, klasa jača – moć partije opada.

Važno je još navesti i značaj socijalnog porijekla „nove klase“ a to su radnici, seljaci i poštena inteligencija u čije ime nova klasa istupa. Dakle, „nova klasa“ se nameće kao avangarda proletera čiji je jedan od korijena u samoj radničkoj klasi ali se i obnavlja iz radničke klase. Kao lucidan intelektualac, nije isključeno da je Ernesto Gevara morao zapaziti da između vrha partije i njenog dna (mase) je zjapio ogroman prazan prostor koji sistemski stvara društvenu nestabilnost. Jedino vezivno tkivo između vrha piramide i njenog dna jeste svojina. „Nova klasa“ –navodi Đilas – razvija teoriju i praksu o kole-

ktivnoj svojini kao konačnom (bez)svojinskom obliku. Time se stvara duštevna iluzija – iznutra je svojinsku lažnu zamagljenost analizirao Đilas – da se ne radi o vlasništvu „nove klase“ nego o kolektivnom vlasništvu nacije kao cjeline.

Teško je reći što je Če osobno najviše cijenio u „Novoj klasi“ Milovana Đilasa niti je to moguće znati. Po ličnom izboru moguće da je to post-revolucionarni strah Če Gevare da „nova klasa“ zatvorena u sebi i potpuno gospodareći društvom, mora da nerealno procjenjuje i vlastitu ulogu i svijet oko sebe. Ona nije kadra ni za šta drugo sem za jačanje golog nasilja i pljačku nad ljudima. „Nova klasa“ prestaje da stvara. Laž postaje njeno glavno oružje, navodi Đilas. Istina je da revolucija pravi velike podvige ali gospodstvo „nove klase“ jedno je od najsramnijih stranica ljudske istorije. Duhovno jezgro „nove klase“ je led i tama, negdje je zapisao Milovan Đilas a Čea (možda) Đilasovo zapažanje o budućoj društvenoj bolivijskoj tami „u snu“ prevrnuo.

Sa idejama iz i o „novoj klasi“, Če je očito bio oduševljen. Ne bi Đilasovu knjigu stavio u ravni sa ostalim velikim knjigama koje je „na margini“ svog dnevnika naveo.

5. Zaključak

Kod revolucionara nije normalno da se kritikuje tok revolucionarne oružane borbe bilo da je riječ o Čeovoj Bolivijskoj ili Latino-američkoj revoluciji. Tada bi bila riječ o veleizdaji sebe. (Ali sumlja u revoluciju je „dozvoljena“.) Če je očito bio -vidi se iz značaja koji je „Novoj klasi“ pridavao- iznad i izvan „crvene“ ravolucije. Stoga ne čudi što se (intimno) udaljio od Fidela Kastru, zabrinuto gledao budućnost a fotograf Alberto Korde Čeov „uzaludni“ čežnjiv pogled slučajno foto aparatom zabilježio i ovjekovječio. Ipak, legenda je stvorena.

Literatura

Đilas, M. (1990), *Nova klasa*, Beograd: Narodna knjiga.

Đilas, M. (1990a), *Nesavršeno društvo* Beograd: Narodna knjiga.

Šušnjić, Đ. (2010), *Ribari ljudskih duša*, Beograd: Clio.

www.chebolivia.org.

ŽENE NA TRŽIŠTU RADA

WOMEN FOR ECONOMY

mr AET SALH, Podgorica

Apstrakt: U ovome radu govori se o položaju žena na tržištima rada. Posebna je pažnja posvećena položaju žena u zaposlenosti i nezaposlenosti. Iako su u dugoročnijem razdoblju postignute mnoge pozitivne promjene u položaju žena na tržištu rada uopšte, mnogi pokazatelji govore da je on još uvijek dosta lošiji od položaja muškaraca: stopa ekonomske aktivnosti i zaposlenosti žena je znatno viša, i ako je bolji položaj žena danas, ipak žene u prosjeku duže čekaju na posao, koncentracija zaposlenih žena u pojedinim, tipično ženskim djelatnostima, još je uvijek vrlo velika itd. Takva situacija nalaže potrebu da se razmotre mogućnosti za proširivanjem i otvaranjem prostora za fleksibilnošću njihova zapošljavanja, jer žene još uvijek moraju usklađivati svoje obaveze u porodici i na radnom mjestu. Nestandardni oblici zaposlenosti sve su češća realnost, svi oni nisu jednako poželjni.

Ključne riječi: Diskriminacija, tržište rada, žene, nezaposlenost

Abstract: This paper discusses the status of women in the labor markets. Special attention was paid to the situation of women in employment and unemployment. Although in the longer run achieved many positive changes in the status of women in the labor market in general, many indicators show that he is still far worse position than men: the rate of economic activity and employment of women is much higher, and if it's better the position of women today, though women, on average, for a job longer, the concentration of women in particular, typically female activities, it is still very high and so on. This situation makes it necessary to consider the possibility of expanding and creating room for flexibility in their employment, because women still have to adjust their commitments in the family and in the workplace.

Non-standard forms of employment are increasingly common reality, they are not all equally desirable.

Keywords: *Discrimination, Labor Market, Unemployment, Women*

1. Uvod

Ekonomsko osnaživanje žena predstavlja osnov jačanja njihove uloge u društvu i put ka održivom ekonomskom razvoju. Ekonomska samostalnost žena je ključ njihove sveukupne ravnopravnosti.

Evropska socijalna povelja obavezuje vlade država članica da osiguraju da »svi zaposleni imaju pravo na jednake mogućnosti i jednak tretman u smislu zapošljavanja i zanimanja bez diskriminacije na osnovu pola. Povelja, takođe, pored rada i zapošljavanja tretirai ravnopravnost žena i muškaraca u porodici. Inoviranom Poveljom garantuju se i pravo na dostojanstvo na poslu i pravo na jednake mogućnosti i tretman za zaposlene muškarce i žene sa porodičnim odgovornostima.

Zbog postojeće razlike u platama žena i muškaraca, nižeg procenta učešća žena na tržištu rada i većeg procenta žena na slabo plaćenim poslovima, žene uopšteno imaju niži dohodak od muškaraca.

2. Ženina zaposlenost i žrtvovanje za porodicu

Bez obzira kako, koliko radila i zarađivala, od žene se očekuje i ona sama gleda sebe kao "žrtvu" porodice. Drugim riječima, žene pristaju na ulogu žrtve ili su ucijenjene shvatanjem da je njihova uloga u porodici primarna, od prvorazrednog značaja i nezamjenljiva budući da su žene majke, supruge i domaćice. Ovo trojstvo ženinih uloga u porodici ne pokazuje tendenciju promijene ili bar smanjivanje ženinih obaveza.

Žene koje visoko zarađuju, manje rade u kući, ali imaju i manje slobodnog vremena od žena koje nemaju tolike zarade, tj. koje zarađuju manje od svojih muževa. Očito je da su žene koje imaju visoke zarade manje zaposlene kod kuće ali zato najviše vremena odvajaju na posao i karijeru. Da li se one zbog toga osjećaju samosvjesnije? Ne bi se reklo, jer se kod njih češće srijeće osjećanje krivice ili stida, prvo zato sto bolje rade i zarađuju više od svojih muževa te na taj način ugrožavaju njegovo samopoštovanje, ali i zato što zbog nedostatka slobodnog vremena mogu manje vremena i energije da posvete porodici, a naročito djeci.

U pitanju nijesu samo vrijednosti i norme socijalizacije već i rodna identifikacija: kod žena ona se vezuje uz porodicu, dom i rad u kući, te svako iskakanje iz ovih prioriteta predstavlja neku vrstu devijacije ili čak lične patologije koje se treba stidjeti. Može se iz ovoga zaključiti, da bez obzira na karakter rada i visinu zarade, osjećanje žrtvovanja za porodicu služi kao dobro opravdanje ženama, kao i njihovim poslodavcima za sve vrste objektivnih propusta ili subjektivnih nelagodnosti koje žene kao nosioci rada u kući i izvan nje mogu doživjeti i osjetiti.

3. (Ne)jednakost žena na tržištu rada

I ako je značajan pozitivni pomak, položaj žena na tržištu rada još uvijek je lošiji od položaja muškaraca, i to kako u visokorazvijenim tako i u manje razvijenim zemljama. Kada kažemo da se žene nalaze u lošem položaju na tržištu rada u Evropskoj uniji, to znači sljedeće:

Stopa zaposlenosti žena još uvijek je 18,1 postotnih bodova niža od stope muškaraca. Tako je 2001. godine stopa zaposlenosti žena iznosila 54,9%, a muškaraca 73,0%.

Djelovanje žena na tržištu rada je u stalnom povećavanju tokom prošlog i ovog vijeka. Taj proces nažalost, nije značajnije promijenio nekoliko parametara, a to su dio žena na rukovodećim pozicijama, bolje plaćenim djelatnostima i broju nezaposlenih. Prva je rodna segregacija sektora, a druga je da i u djelatnostima koja primarno zapošljavaju žensku radnu snagu žene rade na slabije plaćenim radnim mjestima. Praktični dio rada vezan je uz analizu stanja na hrvatskom tržištu rada. Na temelju statističkih pokazatelja ukazuje se na rodnu asimetriju na tržištu rada i to kroz pokazatelje koji se tiču ekonomske participacije žena na tržištu rada (npr. stopa nezaposlenosti žena) i ekonomske mogućnosti žena na tržištu rada (napredovanje u organizacijskoj hijerarhiji i sl). Osim statističkih pokazatelja, u radu se raspravlja o primjeni radnog zakona kao jednog od načina smanjenja diskriminacije na tržištu rada. Rodna jednakost na tržištu rada složen je problem koji također zahtijeva angažman cijelog društva.

Paradoksalno je da su tokom cijele ljudske istorije preživljavanje čovječanstva i njegov kontinuitet bili povjereni ženi, dok su vođenje i organizacija javnoga društvenog života bili u rukama muškarca. Muškarci su imali pravo na privatno vlasništvo, pravo na glas, pravo na društvenu karijeru, pravo na obrazovanje. S druge strane, žena nije bila u posjedu tih prava, bila je, jednostavno rečeno, građanin drugoga reda. Ne čudi stoga da su gotovo sve druš-

tvene ustanove bile oblikovane po mjeri muškarca, a žena kao da nije postojala. U takvome je društvu i takvoj kulturi žena već u startu bila diskriminirana. Društveni identitet i status muškarca vezali su se uz profesiju i zanimanje dok je status žene, pa čak i njezin društveni identitet, bio neodvojiv od porodičnog statusa.

Ova društvena diskriminacija žene ima svoj korijen u ženinoj biološkoj odnosno fizičkoj predispoziciji. Žena je po svojoj fizičkoj konstituciji inferior-nija u odnosu na muškarca zbog čega i nije mogla obavljati teške fizičke poslove. Nažalost, fizička inferiornost prerasla je i u pravnu inferiornost. Zbog toga je njena prvenstvena uloga bila rađanje i podizanje djece, kućni poslovi i briga za starije članove porodice. Žena je tako ostala zatvorena u privatnu porodičnu sferu sa svojim striktnim zadacima, dok je muškarac svoju ulogu imao na području javnog društvenog djelovanja. Rodna podjele uloga, privatna sfera i javna sfera dugo vremena bile su dva potpuno odvojena pola. Stoga i ne čudi što su porodični i rad izvan porodice bili dugo vremena smatrani kao dvije paralelne stvarnosti koje se ni u čemu ne dotiču. Takvo je gledište potrajalo sve do nagloga razvoja poslijeratne industrije kada je započelo povećano zapošljavanje udatih žena. Koncem 50-tih i početkom 60-tih godina žene postaju sve prisutnije na tržištu rada. Žena, koja je do tada bila u potpunosti posvećena porodici čiji je jedini „vanjski“ radnik i hranitelj bio muškarac, odjednom i sama postaje radnica i hraniteljica porodice. Vrijeme koje je prije usmjeravala na zadovoljavanje potreba porodici, otada je morala rasporediti.

Kao što smo spomenuli, tradicionalna podjela uloga u porodici i društvu danas se gotovo u potpunosti promijenila. Muškarac nije više jedini hranitelj porodice, isto tako, niko više ne dovodi u pitanje da žena može biti uspješan pilot, vozačica autobusa ili vojnik. Savremeni ekonomski poredak i jednakopravnost žene na tržište rada doveli su do smanjenja razlike zaposlenosti između muškaraca i žena. Ova činjenica izazvala je sukob između rada i porodice te rodni sukob između muškarca i žene. Prvi se sukob događa kada zahtjevi jedne uloge »radnik-radnica« ometaju ispunjenje zahtjeva druge uloge »otac-majka«, i obratno. Drugi je sukob sukob rodni uloga: nastaje kada muškarac u radu unutar porodice ne dijeli porodične poslove sa ženom.

4. Zaključak

Iako su žene danas u pravnom smislu izjednačene s muškarcima, vidljivo je da ih i dalje diskriminišu različite društvene strukture. Još uvijek se osjeća velik raskorak između posjedovanja prava i njihovoga ostvarenja. Taj je

raskorak naročito vidljiv u poslovnome svijetu. Žene i danas imaju puno teži put ka ostvarenju poslovne karijere nego muškarci, rade na slabije plaćenim radnim mjestima i socijalno su ugroženije od muškaraca. Ovakav status žene u poslovnom svijetu donio je neke negativne posljedice za ženu, porodicu i samo društvo. Žena je u većini slučajeva stavljena pred izbor: ili karijera ili porodica. Njena dvostruka prisutnost u porodici i poslovnom svijetu stavlja je u stresnu situaciju. Zbog toga je vidljivo da je žena u poslovnom svijetu i danas izazov za cjelokupno društvo. Stoga, svaka porodica mora voditi računa o važnosti dvostruke ženine prisutnosti (porodična sfera i javna sfera).

Drugim riječima, organizacija rada mora biti tako ustrojena da žena, ako to želi, na sebi svojstven način i bez diskriminacije može obavljati dvostruk posao. To znači: zadovoljavanje profesionalnih i porodičnih obaveza, fleksibilno radno vrijeme, podupiranje rodne jednakosti, kako na području rada tako i u podjeli porodičnih obaveza. U takvoj kulturi različitost se doživljava kao dar koji istovremeno obogaćuje, ali i čini odgovornim.

Literatura

Milić, A. (2007), *Sociologija porodice. Kritika i izazovi*, Beograd: Čigoja štampa.

Eagleton Terry (1978), "Aesthetics and Politics", *New Left Review*, No 107

Griffin G., Braidotti, R. (2002), *Thinking Differently: A Reader in European Women's Studies*, London - New York: Zed Books.

UDK: 27-36:929-055.2:94(4)“375/1492“

**KULT SVETOSTI KAO DRUŠTVENI FENOMEN –
SVETE ŽENE U POZNOJ VIZANTIJI**

**CULT OF HOLINESS AS A SOCIAL PHENOMENON –
THE HOLY WOMEN IN LATE BYZANTIUM**

MILENA CMILJANIĆ, MA

Ruski universitet družbe naroda, Moskva, Rusija

Apstrakt: *Svete žene su, u zavisnosti od svog društvenog položaj, uticale posredno ili neposredno na društvene događaje u Vizantiji. U poznoj Vizantiji, izvršene su samo četiri kanonizacije među ženama. Dve svetice su bile iz vladajućih porodica: Sveta Teodora i Sveta Irina - Ksenia, dok su druge dve pripadale građanskom staležu: Sveta Marina i Sveta Matrona sa Hiosa.*

Ključne reči: *Hrišćanstvo, žene, Vizantija, Pravoslavlje, svetost manastira*

Abstract: *The holy women, depending on their social position affected directly or indirectly on social events in Byzantium. In the late Byzantine Empire, there were only four canonizations among women. The two female saints were from the reigning families: St. Theodore and St. Irina - Xena, while two were from the middle class: St. Marina and St. Matrona from Chios.*

Keywords: *Christianity, Women, Byzantium, Orthodoxy, the Sanctity of the Monastery*

1. Uvod

Religija je bila utkana u sve pore Vizantijskog društva. O monaštvu, kao putu ka carstvu nebeskom, Vizantinci su imali visoko mišljenje tako da su se pod starost ili pred smrt podstrizavali, što je bio hrišćanski ideal u srednjem

veku. I neki članovi carskih porodica su se, pred smrt, odlučivali na ovaj izbor. Mnogi roditelji su po primeru starozavetnih pravednika, davali tek rođenu decu u manastir. Bogatiji građani su podizali svoje manastire koje su bogato obdarivali i kao zadužbinari i igumani, pisali su manastirske ustave – *Tipike*¹.

Kanonizacija svetih je uzakonjenje kroz naročiti postupak više crkvene vlasti; crkveno poštovanje monaha, mučenika za veru, čoveka koji je bio na glasu po svojoj pobožnosti i čestitom životu². Ovaj proces je, pod uticajem Zapadne Crkve, u XII veku pretrpio znatne izmene u Vizantiji. Do tada su crkveni Sabor ili neka lokalna zajednica donosili odluke o nečijoj svetosti, dok je od dolaska Latina u Carigrad, prvi uslov bio dokaz o čudima koji se dešavaju na njegovom grobu, pa tek je onda Sabor donosio odluku. Na nekim grobovima svetih točeno je miro ili krv, ali to nije bilo od presudne važnosti za kanonizaciju. Nakon utvrđene svetosti, pisano su žitije, a datum njegove smrti je bio unosen u kalendar crkve Svete Sofije *sinaksarion*³.

U ranoj Crkvi starozavetni patrijarsi, proroci, novozavetni apostoli i mučenici već su iz početka smatrani svetim zbog njihove vremenske blizine sa Isusom Hristom. Njihova imena su lokalni episkopi unosili u svoje diptihe i molitvama obeležavali dan njihove smrti, jer je do IV veka svaka eparhija imala posebne mesecoslove⁴. Smatra se da je u XI veku u sinaksar bilo upisano oko 2000 svetaca, a taj jedinstveni sinaksar, navodo je sakupio carski zvaničnik Simeon Metafrast. Od tada se taj broj vrlo malo uvećao.⁵ Sveti ljudi su pripadali različitim slojevima društva: carevi, patrijarsi, građani i sirotinja.

2. Svete žene u poznoj Vizantiji

Uticaj žena na društvene promene u Vizantiji nije dovoljno rasvetljen. O ženama iz visokog društva ima nešto podataka, dok o životu žena iz nižeg sloja vizantijski istoričari nisu našli za shodno da ostave svedočanstva. O životu Svetih žena saznajemo iz dosta idealizovanih žitija. Slavljenje skromnosti, pobožnosti, osamljenosti i privrženosti porodici, osobine su koje su se najviše cenile. Međutim, bilo je i onih koje su izašle iz kruga prosečnosti i skrenule

¹ Sokolov, Sostojanie monašestva v vizantijskoj cerkvi: s polovini IX načala XIII veka (842 – 1204), 35-36.

² [D. Kalezić], EP, I – O, 949.

³ Macrides, Macrides R, Saints and Sainthood in the Early Palaiologan Period, 83 - 87, ODB, I, 372; Kavalo, Vizantinci, 326.

⁴ [D. Kalezić], EP, I – O, 949.

⁵ Kavalo, Vizantinci, 323, 328.

pažnju na sebe svojom obrazovanošću, smislom za politiku, a neke i svojom lakomislenošću.

Bilo je mnogo svetih žena koje su posredno ili neposredno uticale na politiku Carstva. Sve su one pripadale carskoj porodici. Od Svete Jelene, majke cara Konstantina; Svete Teodore, žene cara Justinijana koja se poštuje kao svetica kod monofizita⁶; Blažene Teodore, žene cara Teofila koja je učinila kraj ikonoklastičnog perioda; do Svete Irine – Ksene koja je približila Vizantiju Ugarskoj.

Sveta Marina je umrla 1062. godine. Ona je bila jedina žena koja je bila kanonizovana u XI veku. Nju pravoslavna Crkva slavi 20. jula.⁷ Međutim, u “Žitijima Svetih za jul” od J. Popovića, ne nalazi se njeno Žitije, kao ni u Žitijima Ruske pravoslavne Crkve. Poslednje izdanje ovog Žitija izdato je na latinskom jeziku od strane Caietanus-a, Vitae SS. Siculorum II, Panormi 1657, koje mi nije bilo dostupno.

Izvori o životu Svetih žena su većinom bazirani na njihovim Žitijima. Ovo se posebno odnosi na Svetu Matronu sa Hiosa. O njoj se, osim Žitija koje je napisao Mitropolit Nil sa Rodosa, a preveo na ruski jezik Mitropolit Arsenije⁸, ne zna ništa.

Izvori o životu Svete Teodore i Irine - Ksene su obimniji. To se može objasniti njihovoj pripadnosti vladajućim porodicama. Osim, Žitija koji je napisao monah Job⁹, a prevela na engleski jezik Alis – Meri Talbot¹⁰, o Svetoj Teodori doznajemo još i iz dela Georgija Akropolita koji je glavni izvor za istoriju Nikejskog carstva¹¹. Glavne podatke o Svetoj Irini - Kseni doznajemo iz njenog Žitija¹² i iz Tipika Pantokratora koji je preveo na francuski jezik Gotje¹³. Nju je opevao u dve poeme Teodor Prodrom¹⁴. Osim njega, Jovan Kinam¹⁵ je jedan od glavnih izvora pomoću koga možemo da rasvetlimo neke periode njenog života.

⁶ Evans, The holy women of the monophysites, 525.

⁷ BHG, II, 1170, 86;

⁸ Arsenije, Nila Mitropolita Rodosskago, četire neizdannija proizvedenija, Moskva 1891.

⁹ Migne, PG. 124, col. 904 – 908.

¹⁰ Holy Women of Byzantium, ed. Alice - Mery Talbot, Washington 1996.

¹¹ A. Heisenberg, Georgii Acropolitae Opera I, Lipsiae 1903.

¹² Synax. Eccl. Const, ed. Delehay, 887 - 890.

¹³ Gautier, Le typikon du Christ Saveur Pantokrator, REB 32 (1974) 1 – 147.

¹⁴ Horender, Teodorus Prodromos. Historische Geschichte, Wien 1974.

¹⁵ Cinnamus, Epitome, ed. Meineke, Bonnae 1886.

Na institutu Dumbarton Oaks, već duže vreme se radi na projektu prevoda vizantijskih Žitija na engleski jezik. Između ostalih, prevedeno je i 14. Žitija Svetih žena: Atanasije iz Egipta, Marine – Marije, Matrone, Teodore, Teodore iz Arte, Teodore iz Tesalonike i drugih.¹⁶ Literatura o pojedinim Svetim ženama je dosta oskudna. Većinom se radi o radovima koji uopšteno govore o njima. U Atini je 1988. godine održan naučni skup sa temom „Žene i vizantijsko monaštvo“ na kojem je podneto 10 interesantnih radova¹⁷. Najpoznatija dela iz ove oblasti napisala je A. M. Talbot¹⁸. U *Byzantinische Forschungen* 9 iz 1985 godine se može naći takođe, više radova o ovoj temi.

3. Sveta Irina - Ksena

Ugarsko – vizantijski odnosi krajem XI i početkom XII veka, bili su veoma složeni. Njihovi interesi su se prelamali oko teme Dalmacije i Srbije, koje su, u to vreme, pripadale Vizantiji. Za ovu temu interesovanje su pokazivali i Normani sa Sicilije kao i Venecija¹⁹.

Postoji pretpostavka, da je godine 1082. vizantijski car Aleksije I Komnin (1082 – 1118) Dalmaciju predao Veneciji zajedno sa ostalim privilegijama u zamenu za pomoć protiv Normana. Međutim, njome je i dalje upravljao vizantijski sebast²⁰. Venecijanski dužd je tom prilikom dobio i titulu protosevasta i time nominalno priznao vizantijskog cara za svog suverena. Međutim, 1091. godine Ugri su se umešali u prilike u Hrvatskoj. Tada je Vizantija pozvala u pomoć Kumane, koji su svojim upadom u Mađarsku naterali Ugare da se

¹⁶ Četiri Žitija su prevedena u knjizi: Talbot, Alice - Mary, *Byzantine Defenders of Images; Eight Saints' Lives in English Translation*, Dumbarton Oaks Research Library and Collection, Washington 1998 (meni nedostupna); *Holy Women of Bizantium; 10 Saints' Lives in English Translation*, ed. A. M. Talbot, Dumbarton Oaks Research Library and Collection, Washington 1996.

¹⁷ *Proceedings of the Athens Symposium 1988*, ed. J. Y. Perreault (Publications of the Canadian Archaeological Institute at Athens No.1), Athens 1991.

¹⁸ A. M. Talbot, *A Comparison of the Monastic Experience of Byzantine Men and Women, Saints and Monasteries*, Brookline Mass. 1985, 1 – 20; A. M. Talbot, *Byzantine Women, Saints Lives, and Social Welfare, Through the Eye of a Needle; Judeo - Christian Roots of Social Welfare*, ad. E.A. Hanawalt - C. Lindberg, Kirksville, Mo. 1994, 105 – 122. (meni nedostupne).

¹⁹ Ferluga, *Vizantijska uprava u Dalmaciji*, 124 – 125.

²⁰ Ferluga, *Vizantijska uprava*, 124; Sisic, *Poviest Hrvata za kraljeva iz doma Arpadovica (1102 - 1302)*, 9.

povuku iz Dalmacije. Posle tih događaja, Vizantija je sa prekidima tim oblas-tima pravila do 1105. godine²¹

Posle krunisanja ugarskog kralja Kolomana I (1095 – 1116) iz dinastije Arpadovića za kralja Hrvatske 1102. godine, Ugarska je postala neposredan sused Vizantije. Zbog opasnosti od antiohijskog i tarantskog hercega Balduina (1098 – 1111), kao i krstaša, car Aleksije je odlučio da uspostavi prijateljske veze sa Ugarsko – Hrvatskim kraljem Kolomanom. Svoga sina Jovana II (1118 – 1143) je u prvoj polovini 1104. godine oženio ugarskom princezom Piroškom, kojoj je tada bilo između 15 i 16 godina. Ona je primajući pravoslavlje dobila ime Irina²². Irina je bila kćer kralja Vadslava I Svetog (1077 – 1095) i Adelaide Reinfelden²³. Već sledeće 1105. godine, kralj Koloman je zaposeo gradove u Dalmaciji: Zadar, Trogir i Split, i ostrva: Cres, Lošinj i Rab²⁴.

Piroška-Irina je rodila sedmero dece: Aleksija²⁵, Andronika, Isaka, Manojla²⁶, Mariju (Aleksijeva bliznakinja), Anu i Evdokiju. Rođenje velikog broja dece nadahnulo je Teodora Prodroma da napiše slavospev u njenu čast, pročitao za vreme krunisanja njenog sina za savladata 1122. godine²⁷. On je za nju napisao i posmrtni epitaf 1134. godine, predstavljen kao da ga ona sama piše, u kojem je posebno uzdizao cara Jovana, a njenu smrt u Vitiniji je opisao kao da to ona sama piše.²⁸

Utica Piroške-Irine na spoljnu politiku je bio veliki kada se to ticalo odnosa Vizantije prema Ugarskoj. U Vizantiji su nalazili sklonište i pomoć

²¹ Ferluga, Vizantijska uprava, 125 – 127.

²² Chalandon navodi da je venčanje održano 1108. godine, Chalandon F, Les Comnenes II: Jean Comnene (1118 - 1143) et Manuel Comnene (1143 - 1180), 11; Živojinović, M, Slovenski prolog Žitija carice Irine, 483; Mathieu, Etude de quelques problemes agraires et sociaux d une seigneurie croisee au XII siecle, 141; Moravcsik, Magyars, 70.

²³ Garland L, „The eye of the beholder“ Bizantine imperial women and their public image from Zoe Porfirogenita to Euphrosyne Kamaterissa Doukaina (1028 – 1203), 272.

²⁴ Ferluga, Vizantijska uprava, 127; Sisic, Povijest Hrvata, 9; Moravcsik, Magyars, 70.

²⁵ Aleksije je rođen 1106. Godine. Bio je krunisan za savladata 1122. Godine, posle Jovanove pobeđe nad Pečenezima. Umro je od epidemije 1142. Godinu dana pre očeve smrti, Horender, Prodromos, 177-181; Chalandon, Les Comnenes II, 11; Stanković V, Komnini u Carigradu: evolucija jedne porodice, 95, 127,

²⁶ Car Manojlo (1143 – 1181) nasledio je svog oca na vlasti, iako je bio najmlađi od sve braće. Za njegove vladavine vladari Srbije, Antiohije, Jerusalima i Jerermenije priznavali su vizantijsku vlast. Vodio je veliko-državnu politiku, Ostrogorski, Istorija, 357 – 370.

²⁷ Predromos, II/ 77-181.

²⁸ Predromos, VII/ 229-230; Moravcsik, Magyars, 76.

mnogi ugarski prinčevi. Posle oslepljenja od strane cara Kolomana brata Almoša i sinovca Bele, dolazi do zahlađenja odnosa između Vizantije i Ugarske, a pod uticajem Piroške-Irine. Ovo je bio uzrok otpočinjanja neprijateljstva Vizantije i Venecije protiv Ugarske pred Kolomanovu smrt, avgusta 1115. godine²⁹. Međutim, pravi sukob je izbio godine 1127. I ovoga puta je jedan Ugarski princ došao da traži pomoć od svoje rođake. To je bio Boris, sin cara Kolomana i ruske princeze koji je bio odgojen na ruskom dvoru. Njega je car Jovan oženio svojom rođakom Aretom Dukom i nameravao je da ga dovede na ugarski presto. Rat, koji je vođen na teritoriji Srbije, završio se primirjem bez promene granica, 1129. godine. Sve do svoje smrti 1156. godine Boris je ostao samo pretendent.³⁰

Piroška-Irina je zajedno sa svojim mužem podigla jedan od najvećih i najbogatijih manastira u Vizantiji. Bio je posvećen Hristu Pantokratoru, gde su bili sahranjeni Jovan, Piroška, Aleksije i Manojlo³¹.

Manastir je sadržao čitav kompleks zgrada u čijem centru se nalazila crkva Hrista Spasitelja. Tu su se nalazile i crkva Bogorodice Eleuse i kapela posvećena Arhangelu Mihailu koja je predstavljala mauzolej. U okviru manastira nalazila se bolnica sa 50 kreveta i *gerokomeion* za 24 starca. Manastir je mogao da primi 80 monaha. Bio je završen 1136. godine kada je napisan Tipik³². Pošto je Piroška-Irina umrla pre završetka manastira 1134. godine, bila je sahranjena u nedovršenoj crkvi.³³

Piroška-Irina je pratila svoga muža na mnogim njegovim ratnim pohodima, kao što je to radila Irina Duka. Car Jovan je tražio i od svojih sinova da budu uz njega. Tako vidimo da su u tim pohodima, kojih je bilo mnogo, umrli ne samo carica već i njihovi sinovi Aleksije i Andronik.³⁴

²⁹ Živojinović, Slovenski prolog, 484; Ferluga, Vizantijska uprava, 40; Chalandon, Comnenes II, 53; Makk F, The Arpads and the Comneni, 21.

³⁰ Stanković, Komnini u Carigradu, 132; Moravcsik, Magyars, 78; Makk, Arpads, 22 – 30; ISN, I, 200.

³¹ Gautier, Le typikon, 1 - 147; Synaxarium, 487; Koubena, Koubena E, A Survey of Aristocratic Women Founders of Monasteries in Constantinople between the Eleventh and the Fifteenth Centuries, Les Femmes et le Monachisme Bizantin Women and Byzantine Monasticism, 28; Halkin, 29 – 30; Živojinović, Slovenski prolog, 487 – 488; ODB, III, 1575; Žitije svetih za Avgust, 224.

³²Gautier, Le typikon, 82 – 110; Koubena, Monasteries, 28.

³³Gautier, Le Typikon, 130; Moravcsik, Magyars, 72.

³⁴ Synaxarium, 490; Živojinović, Slovenski prolog, 491.

U *žitiju* Svete Irine - Ksene nema mnogo podataka o njenom životu. Pominju se samo njeno poreklo i činjenica da je sazidala manastir Pantokrator. Ne pominje se nigde kada se zamonašila i uzela ime Kseni. Posebno je neobično njeno svetiteljstvo u veku kada je to bilo retko, odnosno, jedino, bar, kada se tiče žena. Umrle je u Vitiniji, za vreme jednog od mnogih ratnih pohoda svog muža, 13. avgusta 1134. godine.³⁵

3. Sveta Teodora iz Arte

Arta je bila prestonica Epira, države koja je nastala posle četvrtog krstaškog rata 1204. godine. Nju je osnovao Mihailo I Anđeo Duka Komnin³⁶ (1205-1204), brat od strica Isaka II Anđela (1185-1195) i sinovac Aleksija III Anđela (1195-1203). Njegov naslednik, Teodor I Anđeo Duka Komnin (1214-1230), osvojio je Solun 1224. godine i krunisao se za cara. Tom prilikom, on je proširio državu na Tesaliju i veći deo Makedonije³⁷. Tesalija je bila zemlja velikih magnata kao što su Melisini i Petralife. Porodica Petralifa je imala normansko poreklo. Njihov predak, Petar od Alife, po kome su dobili ime, došao je iz Kaserte u 11. veku, za vreme prvog krstaškog rata, naselivši se u Didimotici u Trakiji³⁸. Vremenom, ta porodica je stekla posede u Serviji i Tesaliji. Još za vreme vladavine Isaka I Anđela, upravnik Tesalije i Makedonije, sa titulom *sevastokrator*, bio je Jovan Patralifa³⁹. On je bio oženjen Jelenom, koja je pripadala jednoj od najuticajnijih porodica u Konstantinopolju. Svoju kćer Mariju je udao za epirskog despota, docnijeg cara, Teodora I Anđela Duku Komnina⁴⁰. Drugu sevastokratorovu kćerku Teodoru su njena braća udala za naslednika Teodora I u Tesaliji, njegovog polubrata, a nezakonitog sina Mihaila I, Mihaila II (1230 –1267) između 1224 i 1230. godine⁴¹.

³⁵ Chinn, 14, 3-7; Chalandon, Les Comnenes II, 11.

³⁶ Nazivao se Komninom po babi Teodori kćerki Aleksija Komnina (1081-1118) ženi Konstantina Anđela, a Dukom po prababi Irini Duki, Ostrogorski, Istorija, 406; Ferjančić, Tesalija XII - XIII, 14; Polemis D, The Doukai, 89.

³⁷ Ostrogorski, Istorija, 406. Ferjančić, Tesalija, 44.

³⁸ Holy women, 327; Nikol, Vizantijske plemkinje, 30; Polemis, Dukai, 165

³⁹ Holy women, 327.

⁴⁰ Ferjančić, Tesalija, 53; Međutim, Polemis kaže da je Marija bila sestra Jovana Petralifa, Polemis, Doukai, 165.

⁴¹ PG, 904; Tačna godina se ne zna, osim da je to bilo posle osvajanja Tesalije 1224. Godine, Holy women, 330; ODB III, 2038; PLP, 4, 5664, 64-65; Popović, Žitije za mart, 217; Polemis, Doukai, 165.

Teodora je bila još dete kada se udala za Mihaila II. Postoji pretpostavka da se rodila 1225. godine, i da je, kada se udala 1230 godine, imala samo pet godina. Po crkvenom pravu, najranija godina za stupanje u brak je bila peta godina⁴². Pouzdano se zna da je 1230. godine bila udata.

Teodora nije bila srećna u tom braku. Bila je nemilosrdno maltretirana od strane svog muža. Godine 1240, dok je još bila trudna sa prvim sinom Nićiforom I Anđelom (1268-1290), Mihailo je proterao na Peloponez. U progonsstvu, u selu Prenisti, provela je pet godina, gde je rodila i svog prvog sina⁴³. Prema *Žitiju Svete Teodore*, došlo je do pobune magnata i državnih činovnika protiv uticaja careve metrese Gangrene koja mu je rodila dva sina, Jovana⁴⁴ i Mihaila. Uskoro je ta dama bila proterana.⁴⁵ Tada je Mihailo vratio Teodoru iz progonstva. Ona je caru rodila još petoro dece: Jovana Duku⁴⁶, Dimitrija (Mihaila) Kutrulesa⁴⁷, Jelenu⁴⁸, Anu⁴⁹ i Evdokiju.

Teodora je aktivno učestvovala u političkom životu Epira. Zalagala se za zbližavanje dve grčke države, Epira i Nikeje. Obe su pretendovale na osvajanje Konstantinopolja i to suparništvo je kvarilo njihove odnose. Mihailo II ju je poslao na pregovore sa sicilijanskim kraljem i nemačkim carem Fridrihom II i nikejskim carem Jovanom III Vatacem 1249. godine u Pegu radi sklapanja saveza protiv latinskog cara Balduina II⁵⁰. Ona je, tom prilikom, ugovorila i venčanje svog sina Nićifora sa carevom unukom, a kćerkom Teodora II Laska-

⁴² Holy women, 323.

⁴³ PG, 906; Holy women, 331; Popović, Žitije za mart, 218; Polemis, Doukai, 130; Byzantin Magic, 124.

⁴⁴ Jovan je vladao Tesalijom od 1268 do 1289 kao samostalan vladar sa titulom *sevastokrator*, koju je dobio od cara Mihaila VIII 1272, Polemis, Doukai, 97.

⁴⁵ Poulemis, Doukai, 97.

⁴⁶ Mihailo Anđeo je imao dva sina sa tim imenom. Jednog sa Teodorom i jednog vanbračnog koji će zavladatai Tesalijom samostalno posle Mihailove smrti. Međutim, Teodorin sin će svoj život provesti u Konstantinopolju bez ikakvog kontakta sa svojom braćom, Ferjančić, Tesalija, 95; PLP, III, 5664, 65-66; Polemis, Doukai, 95.

⁴⁷ O Mihailu (Dimitriju) zvanom Kutrul (čelavac) se malo zna. Bio je oženjen 1277 ili 1278. godine kćerkom Mihaila VIII Paleologa, Anom i drugi put 1300. kćerkom bugarskog cara Georgija Tertera, isto sa imenom Ana. Pod optužbom za izdaju bio je zatvoren 1304. I time nestaje sa političke scene, Ferjančić, Tesalija, 101; PLP, 5664, 65-66; VIII, VI, 33; Polemis, Doukai, 96.

⁴⁸ Jelena se 1258. godine udala za sicilijanskog kralja Manfreda Hoenštaufena, D. Nikol, Plemkinje, 23-42; Nikol, Despotate I, 171-172; PLP, III, 5664, 65-66.

⁴⁹ Ana se 1259. godine udala za ahajskog kneza Vilijema Vilarduena, Akropolit I, 157; Nikol, Plemkinje, 29; Ferjančić, Tesalija, 6; PLP, 5664, 65-66.

⁵⁰ Nicol, Despotate I, 149

risa, Marijom⁵¹. Tri godine kasnije, 1252. Mihailo je priznao vrhovnu vlast cara Jovana Vataca i od njega dobio despotsku titulu⁵².

Još jednom je Teodora pomogla mužu. Godine 1256, Mihailo je sklopio savez sa srpskim kraljem Stefanom Urošem protiv Teodora Laskarisa. Međutim, uvidevši da nema izgleda protiv pobjednika Bugara⁵³, poslao je Teodoru na pregovore. Ona je sa sinom Nićiforom otišla u carev logor na bugarskoj granici, u oblasti Lenca. Sporazumom, Mihailo je morao caru Teodoru da preda tvrđave Serviju i Drač i tom prilikom je obavljeno venčanje Nićifora i Marije⁵⁴. Međutim, Mihailova nemirna priroda nije odoljela da odmah po smrti cara Teodora Laskarisa krene u novi rat protiv Nikejskog carstva⁵⁵.

Teodora i Mihailo su zajedno osnovali dva manastira: Pantanasa u Galaksidi, trinaest kilometara severozapadno od Arte i Kato Panagija posvećen Svetom Georgiju, dva kilometra severno od Arte⁵⁶. Teodora je sama podigla manastir Svetom velikomučeniku Georgiju, u koji se povukla posle Mihailove smrti 1267 ili 1268. godine⁵⁷. Nije mnogo nadživjela svog muža. Umrula je 1270. godine kao kaluđerica u manastiru Sv. Velikomučenika Georgija, gde je i sahranjena. Zbog svojih vrlina i zbog velikih patnji koje je imala u životu, crkva ju je proglasila sveticom. Crkva prepodobnu Teodoru slavi 11. Marta.⁵⁸

Job Jasit nazvan i Meles, ili Melija bio je savetnik patrijarha Josifa I (1267-1275) i pisac *žitija Svete Theodore*. Po naručbini patrijarha, a u saradnji sa Georgijem Pahimerom, napisao je spis protiv Latina i poslanicu, koja nije sačuvana, upućenu pravoslavnima, u istom duhu.⁵⁹

Nakon potpisivanja lionske unije 1274. godine, bio je zlostavljan od strane državne vlasti, zbog njegovog protivljenja uniji. Postoji mogućnost da je

⁵¹ Akropolitae Opera I, 88; Nikol, Despotate I, 149-150; Polemis, Doukai, 94-95; Ferjančić, Despoti u Vizantiji i Južnoslovenskim zemljama, 67 - 69.

⁵² Ferjančić, Despoti, 67.

⁵³ Tada je Teodor Laskaris sklopio mirovni sporazum sa Mihailom II Asenom (1246-1257) posle uspešnog pohoda, Ostrogorski, Istorija, 418; Nikol, Despotate I, 158-159.

⁵⁴ Akropolit I, 132-134; Ferjančić, Tesalija, 59; Nikol, Despotate I, 159; Ostrogorski, Istorija, 418.

⁵⁵ Ferjančić, Tesalija, 60-62; Nicol, Despotate I, 166; Ostrogorski, Istorija, 418-419.

⁵⁶ PG, 908; Holy women, 332; Nikol, Despotate I, 200-2003; Acheimastou – Potamianou M, The basilisa Ana Palaiologina of Arta and the monastery of Vlahcerena, 43-47.

⁵⁷ Manastir je kasnije promenio ime u Sv. Teodora.

⁵⁸ BHG, II, 1736, 273; Popović, Žitije za mart, 216-220.

⁵⁹ Buhvald V, Holveg A, Princ O, Tulkulum – Leksikon rečnik grčkih i latinskih pisaca antike i srednjeg veka, 206.

on identičan sa kaluđerom Jovom Hamartolom, koji je napisao egzegetske teorije sedam sakramenata i Etičko objašnjenje uz proroka Davida.⁶⁰

4. Sveta Matrona sa Hiosa

Sveta Matrona sa Hiosa je bila jedina žena koja je proglašena za sveticu od strane vaseljenske patrijaršije u XIV veku. Njeno žitije je napisao Nil - Nikita, mitropolit sa Rodosa (1357-1366) za Georgija Astrulu, popa iz malog sela Trianta sa Rodosa.⁶¹ On je bio pristalica Palamista i protivnik Latina. Oko 1366. godine, kada se na čelu vaseljenske patrijaršije nalazio Filotej, Nil je bio progнан sa Rodosa. Osim žitija sv. Matrone, napisao je još i Besedu na početku jevanđelja po Mateju, besedu o vaskrsenju sina udovice i besedu na početku večernje službe.⁶²

Ostrvo Hios je 1204. godine, u raspodeli među krstašima IV krstaškog rata, pripalo Latinskom caru Balduinu Flandrijskom (1204-1206). Pod latinskom vlašću ostalo je do 1276. godine. Hiosom je 1304. godine zavladao đenovljanin Benedeto Cakarije, u vreme kada je Sveta Matrona bila monahinja.⁶³ U *žitiju* se Đenovljani opisuju kao nečovečni varvari sa Zapada, koji su svojom gramzivošću opustošili ostrvo, bogato raskošnim vrtovima, plodnom zemljom, divnom klimom, velikim pristaništem, divnom vodom, kao i sa dobrim ljudima.⁶⁴

U *Žitiju* se ne spominje Matronino ime pre monaštva, kao ni imena njenih roditelja, već samo njen put do svetosti. U vremenu previranja, kada ljudi ne razlikuju dobro od zla, ona se izdigla iznad ostalih. Nije se uzvisila svojom učenošću, čak štaviše nije bila ni pismena, već svojom čistotom i pobožnošću. Bila je vrlo mlada kada je pobegla od svojih roditelja i prijatelja iz svog malog mesta Hiosa, koji je tada bio najveći grad na ostrvu.⁶⁵ Tamo se zamonašila i uzela monaško ime Matrona. Ne zna se ime manastira gde se zamonašila.

⁶⁰ PLP, 4, 7959, 92; ODB, II, 1042; Buhvald, Tulkulum, 206; Petta M, *Inni inediti di Iob Monaco*, 81-101.

⁶¹ Nil, I.

⁶² Isto.

⁶³ Isto, XII; Ostrogorski, *Istorija Vizantije*, 397, 431, 458.

⁶⁴ Isto, 4-5.

⁶⁵ Isto, 14, 22.

Kada je nasledila novac od svojih roditelja, nešto je poklonila siromašnima, a ostatak je upotrebila za zidanje crkve. Crkvu je posvetila Hristu Spasi-telju. Vrlo brzo je podignuta i ukrašena živopisom i ikonama.⁶⁶

Siromašne ljude i ljude sa velikim brigama koji su dolazili kod Svete Matrone, tešila je dobrom rečju. Posebno su se nevolje ljudi na ostrvu povećale njihovom okupacijom od strane đenovljanske bankarske porodice Cakarija. Đenovljani su ugnjetavali narod otimajući im sve što su imali i zlostavljajući ih na najgori način. Čak je jedan od đenovljana pokušao da siluje kaluđericu iz njenog manastira.⁶⁷ Pomagala je mnoge ljude u tom smutnom vremenu. Zbog te bespoštedne brige za svoj narod, đenovljani su je mučki ubili. Njena smrt je datirana između 1306 i 1310. godine.⁶⁸ Nakon njene smrti, ljudi su počeli da se okupljaju oko njenog groba gde su počela da se dešavaju čuda u vidu isceljenja.⁶⁹ Ne zna se tačno kada je bila proglašena sveticom. Pravoslavna Crkva je slavi 20. oktobra.⁷⁰

5. Zaključak

Već je prethodno rečeno da o svetim ženama u poznoj Vizantiji nije ostao dovoljan broj zapisa. Većina onih koji su pronađeni baziraju se na žiti-jama i drugim prilično idealizovanim pričama. Ali i ovi podaci mogu biti od velikog značaja za dalja istraživanja koja će se, bez sumnje, vršiti u ovoj oblas-ti.

Ovaj rad je bio pokušaj da se, koliko je to moguće, činjenično predstave jedine četiri kanonizovane svete u poznoj Vizantiji, kao i da se objasni njihova uloga, život i djelo.

⁶⁶ Isto, 25, 27.

⁶⁷ Isto, 42-43.

⁶⁸ Isto, 44; BHG, II, 1220, 102.

⁶⁹ Nila, 49-50.

⁷⁰ ODB, II, 1220, 102; Međutim, u „Žitijima Svetih za Avgust“ od J. Popovića ne nalazi se njeno žitije.

UDK: 28:17-055.2

Esej (Essay)

ISLAMSKA VJERA I MORALNE VRIJEDNOSTI ŽENE

ISLAMIC FAITH AND MORAL VALUES OF WOMEN

dr VUKAJLO GLUŠČEVIĆ,
Istorijski institut, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: Ovaj rad predstavlja sintetizovani prikaz uticaja islamske vjere na stvaranje moralnih vrijednosti muslimanske žene, kao i način postizanja određenog moralnog kapaciteta.

Ključne riječi: Kuran, hadise, islam, muslimanka, moral

Abstract: This paper presents an systematized overview of influence of Islam on the creation of the moral values of Muslim women, as well as on a way of achieving a certain moral capacity.

Keywords: Quran, Hadith, Islam, Muslim Woman, Morality

Tokom istorijskog razvoja ljudskog roda, položaj žene bio je različit. Počev od prvobitne zajednice, pa preko klasnih društveno – ekonomskih formacija, do savremenog doba, žena je smatrana običnom stvari, robinjom požude i rada, sredstvom rađanja djece i slično. Samo ponegdje, kao na Kritu, žene su uživale više časti i poštovanja. Dočim u staroj Grčkoj, prema riječima Aristotela, žena je muškarcu ono što je rob gospodararu.

I Rimljani su ženu smatrali predmetom svojine, pa stoga, iako bi se udajom oslobađala vlasti oca, potpadala bi pod vlast muža.

Njen položaj nije izmijenjen ni u hrišćanstvu, na što ukazuju i riječi Svetog Pavla, koji je rekao - Čovjek nije stvoren radi žene, već žena radi čovjeka.

Naolikoj skali dostojanstva je bila žena kod starih Jevreja, pokazuje jutarnja molitva muškaraca, koja je glasila -Da si hvaljen Bože, Gospodaru naš i svega svijeta koji me nijesi učinio ženom.

Odnos prema ženi nije znatno izmijenjen ni u doba humanizma i renesanse, te je ona sve do najnovijeg vremena, pa često i danas, ostala potčinjena muškarcu.

Međutim, u najgorem položaju žena je bila kod predislamskih Arapa. Kod njih ona nije imala vrijednost čak ni koliko najobičnija stvar. Žena je bila manje poštovana od životinje, jer su Arapi životinju izuzetno cijenili. Oni nisu imali samilosti ni prema ženskom djetetu, već su ga kao nepoželjno živo zakopavali. Majka se nije mogla protiviti tome jer je morala samo da sluša i da se pokorava. Muž je imao apsolutnu vlast nad ženom: mogao je prodati, dati drugom na tjelesno uživanje, pa čak i ubiti. Brak je bio oslobođen svih moralnih i materijalnih obaveza, jer je tada muškarac mogao imati više žena, a žena više muškaraca. Dakle, kod predislamskih Arapa bila je zastupljena poligamija i poliandrija. Te prema tome, bio je izraziti nemoral čiji vrhunac predstavlja ženidba s majkom, sestrom, kćerkom i drugim srodnicima. Međutim, početkom VII vijeka dolazi do pojave Islama kao reakcija na tadašnje prilike u arapskom društvu. Nakon dva stoljeća poslije hidžre, islam dostiže potpuno razvijeni oblik u kojem traje do naših dana. Taj puni razvoj javlja se kao posljedica sređivanja glavnih stavki vjerovanja i običaja kao i pojave zbirke izvora, jer pored Kurana ortodoksni islam prihvata i određene zbirke hadisa ili predavanja o proroku Muhamedu. Ovo djelo je po važnosti odmah iza Kurana i predstavlja izvor za upoznavanje sune ili običaja proroka Muhameda. Kolika je važnost tog djela govori i činjenica da se o izrazu (suna) i pravovjerna islamska zajednica naziva Sunitima.

Za razliku od sune, Kuran predstavlja skup propisa koji obuhvata život čovjeka u cjelini i predstavlja božansku poruku koja određuje ljudski put. Ali, prema islamu, božija briga o čovjeku ne isključuje brigu čovjeka. Naime, Bog stvara mogućnost, a od čovjeka zavisi hoće li te mogućnosti iskoristiti. Dakle, islam je religija koja poziva čovjeka da se služi razumom, jer kako je govorio Muhamed – vjera i razum se ne sukobljavaju. U svojim naredbama i zabranama, islam je odredio granicu koja se ne treba preći, ali je ostavio na volju čovjeku, njegovim okolnostima i mogućnostima. Dovođenje u vezu razuma i vjerovanja uslovalo je i različito usklađivanje Šerijata s jedne i moralnih shvatanja i tradicije, s druge strane. Stoga, iako je Šerijat jedinstven, polo-

žaj muslimanske žene bio je različit kroz istoriju, a i danas je različit u mnogim zemljama.

Međutim, ono što Kuran prvenstveno želi, jeste da od čovjeka izgradi visoko moralnu ličnost koja bi predstavljala značajan faktor u međuljudskim odnosima. U tom smislu je i velika važnost Kurana i po pitanju žene, pa se pojava islama može smatrati pravom socijalnom revolucijom po tom pitanju. Imajući u vidu stanje kod predislamskih Arapa, to je najsmjelija reforma koju je islam izvršio u korist žene. Ona je ženu izvukla iz krajnje poniženosti i dala joj dostojanstven položaj, iz bespravnosti u punu pravnu sigurnost.

Još prije 1500 godina islam kao ideologija gleda podjednako na muškarca i ženu. Tako u Kuranu, šesta sura, pod nazivom – Žene, počinje riječima – Ljudi bojte se Alaha koji nas je stvorio od jedne duše. Prema tome, islam jednako tretira muškarca i ženu, jer tek zajedno čine potpunog čovjeka. S obzirom na to da su različiti, muškarac i žena se kao takvi dopunjuju pa samim tim se ne mogu upoređivati.

Po Kuranu, muškarac i žena su ravnopravni i kao takvi imaju ista prava, iste dužnosti i odgovornosti. U vezi sa tim, u Kuranu piše – Vjernice i vjernici uzajamno ste odgovorni za druge: naređujte dobro, a sprečavajte zlo.

U cilju toga, šerijatsko pravo zabranjuje zakopavanje žive ženske djece, ukida poliandriju, a poligamija je strogo uslovljena. Pored prava na život, žena sa punoljetstvom postaje slobodna građanka sposobna da vrši sve pravne poslove. Ima pravo da raspolaže svojom imovinom, pravo nasljedstva, pravo izbora bračnog druga i pravo na razvod braka. Stupanjem u brak, muslimanka ne gubi svoja prava koja je imala prije braka. Prema tome, muslimanska žena postaje ravnopravni član društva, kako u braku tako i van braka. Međutim, Kuran ne izdvaja ženu ni po pitanju prosvjećivanja, jer je to i vjerska dužnost, a ne samo pravo koje daje Šerijat. To potvrđuje i hadis u kome se kaže – traženje nauke prvenstveno je dužnost muslimana i muslimanke. Otuda, proističe da su muslimani, tokom srednjeg vijeka, dali veći broj žena u svim područjima nauke i zanimanja nego bilo koji drugi narod u svijetu.

Iako islam podjednako tretira ženu i muškarca, izaslanik Muhamed je ženi kao majci dao prednost nad muškarcem. U jednom hadisu Muhamed kaže – Alah vam preporučuje da budete dobri prema svojim majkama i dodaje – dženet je pod njenim nogama. No, nije samo materinstvo to koje ženi daje najveću vrijednost, već kako kaže Muhamed – Vrijedna i savjesna žena ima najveću vrijednost, a vrijedna i čista žena je najveće blago, jer takva žena, kako je govorio Muhamed – cijeni muža, cijeni njegov trud i njegovu brigu o poro-

dici. Ona mu čuva kuću, čast i ugled, pazi i odgaja djecu. Ona je starješina i pastir u kući svog muža i biće pitana za svoje stado.

Kuran je u nizu ajeta dosta pažnje posvetio međuljudskim odnosima, a prije svega odnosu muškarca i žene. U šestom ajetu, šeste sure se kaže – muškarci upravljaju i vode brigu o ženama, jer je Alah stvorio čovjeka da bude jači i izdržljiviji. Žena je osjećajnije, nestabilnija, ne posjeduje tjelesnu snagu kao muškarac i zato za nju više odgovara kuća. Muškarac želi da žena što više boravi u kući kako bi bila više zaštićena, jer je krhka i nježna. To nije način da bi se muškarac što više distancirao od kućnih poslova, jer ilam ne zabranjuje muškarcu da pomaže ženi u kući već, naprotiv, on podstiče, ali ne u toj mjeri da se pomaganje pretvori u zamjenu uloga, kao što je slučaj na Zapadu, gdje je prevelika zapošljenost primorala muškarca da zauzme ulogu žene.

Pored toga, na Zapadu mnogi muškarci zamijenili su uloge ne samo u poslovima, već i u partnerstvu. Naime, u braku je muškarac zamijenio ženskog partnera, a žena muškog, ali u tim neprirodnim, a može se reći patološkim vezama, postoji prirodna podjela na muške i ženske obaveze, bez obzira na to što su jedopolni partneri. Međutim, islam osuđuje takve veze i polne odnose, jer donose teške posljedice. I ne samo to, na Zapadu je sve izraženija „slobodna ljubav“, čime se uništava čednost koja je u čvrstoj vezi sa dostojanstvom, tj. najboljom osobinom ljudi, zato žena bez dostojanstva postaje manje privlačna. Stoga, islam osuđuje pornografiju, golotinju, izazovno odijevanje i sl. Zbog toga islam zahtijeva određeni način odijevanja, a Sveta knjiga poziva na čist i moralan život od najranije mladosti do smrti, jer samo takav život može da donese pravu ljubav, zadovoljstvo i sreću.

Još u srednjem vijeku, islam stavlja u prvi plan pitanje žene, pri čemu ne apostrofira materijalnu stranu niti staleški položaj i njenu ljepotu, već prvenstveno lijep porodični odgoj i određeni moralni kapacitet.

Prema islamu bogatstvo nije veličina, već lijep porodični odgoj koji ima prednost nad svim drugim vrlinama.

Muslimanska žena, koja je prihvatila islam kao svoj životni put, pridržava se vjerskih načela iz želje za sticanjem Božije milosti i straha od njenog gubitka, kao i užasavanja od pakla. Ta želja za sticanjem Božije milosti s jedne strane od kazne s druge strane, predstavljaju pokretačku snagu koja upućuje na moralni život, što je i cilj Kurana.

Žrtvujući se za Božiju milost, pravovjerna muslimanka se poput palme uzdiže iznad svega lošeg, jer za nju je moral ljepši od zlata, a lijepo ophođenje bolje od bogatstva. Stoga su moralna čistota, blagost, smirenost, uravnoteženo

ponašanje, odlike pravovjerne muslimanke, koja se sa svakim lijepo ophodi uz izrazitu milost, jer očekuje i milost Božiju. Ona je spremna na dobročinstvo, jer po islamu, čovjek koji čini dobro, Gospod ga nagrađuje radošću i lagodnim životom. Kao takva uvijek je spremna na pružanju milostinju, pa makar to bio i najmanji udjel, jer kako kaže Sveta knjiga, Bog takvima olakšava svakoake brige i nevolje.

Pravovjerna muslimanka nije žena izrazite naglosti. Kao bogobojažljiva ona je staložena, smirena i sigurna, jer je vjera podstiče na blagost, a Božiji izaslanik Muhamed kaže – Stvar u kojoj nema blagosti, manjkava je. Muslimanka, je kao istinski vjernik izuzetno strpljiva, jer kako kaže Sveta knjiga – strpljivom pripadaju najbolje stvari. Čak i kada je zadesi tuga za izgubljenim djetetom, ona je strpljiva i smirena, jer smatra da je to Božija volja, a hadisa kaže – Alah će čovjeka kojem je dijete uzeto nagraditi dženetom.

Kao takva, ona ne troši vrijeme na ono čime Bog nije zadovoljan, već na ono što je korisno i dobro, na kuću, porodicu i sebe.

Ne prihvata mržnju ni kada je neprijatelj u pitanju, jer je uvijek spremna na praštanje. Ne prepušta se slasti zabranjenog, jer je za nju sreća mirna savjest i moralna čistota. Zaogrnuti velom stida, za nju su važniji moralni ukrasi i uzvišeni ciljevi od dnevnih naslađivanja.

Kao takva, muslimanska žena je poslušna svom mužu, a to znači da ne krši njegove naredbe, ne odaje njegove tajne, da ga posluša bez oklijevanja, da čuva svoju čast i čast muža, jer i nju u tom slučaju čuva Alah – kako kaže Sveta knjiga.

Dakle, ona je zahvalna i poslušna svom mužu, jer kako kaže Kuran – poslušna žena je ravna dženetu. Prema islamu – Žena se ne može odužiti Alahu dok ne ispuni svoju obavezu prema mužu, a koja umre ući će u dženet ukoliko je njen muž bio s njom zadovoljan. Žena na koju je muž ljut proklinje Kuran. Zato se kaže – Blago ženi sa kojom je muž zadovoljan.

Prema tome, muslimanka koja je prihvatila dužnosti koje joj je islam odredio uvijek je na visini ljudskog dostojanstva, pokazujući da je ljepota u ljepoti odgoja a divota u divnim manirima.

Literatura

Brkić, Ibro (1937), „O braku“, *Gajret*, broj 5.

Bušatlić, Abdulah (1932), „O islamskom braku“, *Novi behar*, broj 19/20

Elkorni, Aid (2007), *Najsretnija žena na svijetu*, Sarajevo: Bookline.

Haverić, Ismail, Haverić Izeta, (1995), *Islamski brak i porodica*, Novi Pazar: Mešihat islamske zajednice.

Kurpejović, Avdul (2011), *Kulturni i nacionalni status i položaj Muslimana Crne Gore*, Podgorica: Matica muslimanska Crne Gore.

Čovječanstvo u potrazi za Bogom, Hrišćanska vjerska zajednica

Kuran

Hadis

UDK: 94(47:497.16) „17/18“

Esej (Essay)

RUSKO – CRNOGORSKI ODNOSI OD SREDINE 18.

I U PRVIM DECENIJAMA 19. VIJEKA

**RUSSIA-MONTENEGRO RELATIONS SINCE THE MID 18TH
AND IN THE FIRST DECADE OF THE 19TH CENTURY**

dr ŽARKO LEKOVIĆ,

Istorijski institut, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: Sredinom XVIII vijeka politika vezivanja za Rusiju dobija novi zamah djelovanjem vladike Vasilija Petrovića koji je pokušavao da izađe iz okvira dotadašnjih rusko-crnogorskih odnosa, koji su se u osnovi bili sveli na davanje redovne godišnje pomoći. Od tog vremena značaj ruskog uticaja nije toliko u povremenoj novčanoj, koliko u političkoj pomoći. Kroz XVIII i u prvoj polovini XIX vijeka Rusija je zais-ta uspjela da stekne jak politički uticaj u Crnoj Gori. Petar I je svu svoju djelatnost usaglašavao sa voljom naroda kako u unutrašnjem životu, tako i u spoljašnjim odnosima. Spoljna politika Petra I je bila potpuno narodna, a narod je u cjelosti bio odan Rusiji. Odnose između Rusije i Crne Gore karakterisala je posebna bliskost. Crnogorci su iznad sebe priznavali "samo Boga i ruskog cara".

Ključne riječi: Rusija, Crna Gora, Brda, Hercegovina, pomoć, odnos, prijateljstvo.

Abstract: In the mid eighteenth century, policy of tying for Russia gets new momentum by acting of Bishop Vasilije Petrovic, who was trying to get out of the framework of scrap page Russian-Montenegrin relations, which have basically been reduced to giving a regular annual assistance. Since that time, the importance of Russian influence is not so much expressed through a occasional financial, as through the political help. Throughout the eighteenth and the first half of the nineteenth century, Russia has indeed managed to gain a strong political influence in Montenegro. Peter I was harmonizing his activities

with the will of the people in both the inner life, and external relations. The foreign policy of Peter I was quite popular, and the nation was entirely devoted to Russia. Relations between Russia and Montenegro were characterized by their own special closeness. Above themselves, Montenegrins were confessed "only God and the Tsar."

Keywords: Russia, Montenegro, Hills, Herzegovina, Help, Relationship, Friends

Sve naglašenije opadanje moći turske carevine tokom 18. vijeka aktualizovalo je istočno pitanje, tako da pred kraj toga vijeka nekada moćna sila postaje predmet pogađanja Austrije i Rusije oko njene podjele. Na drugoj strani ove dvije sile jačaju, a naročito Rusija, koja je poslije Kučuk-Kajnardžijskog mira 1774. za Tursku već postala opasna. Ona je za vlade carice Katarine II (1762-1796) preuzela, svojom dinamičnom spoljnom politikom, odlučujuće korake u rješavanju istočnog pitanja.¹

Katarina II Velika (1729-1796) bila je porijeklom njemačka princeza. U sprovođenju politike, bila je pod jakim uticajem plemstva, naročito svojih ljubimaca Orlova, Potemkina i Zubova. Omogućila je plemstvu da pojača iskorišćavanje seljaka kmetova, i da dotle slobodne kozake potčinjava i pretvara u kmetove, što je izazvalo Pugačovljev ustanak 1773-75, i proteste nekih intelektualaca, u prvom redu Radišćeva. Pod uticajem francuskih filozofa i ideja prosvete izvršila je značajne reforme, kojima se ujedno učvršćivao centralizam i apsolutizam: otvarala je škole, pomagala nauku, književnost i umjetnost, uredila finansije, ukinula je torturu, a smrtnu kaznu zamijenila progonstvom u Sibir. Pruski kralj i austrijski car, bili su joj "poslušne sluge" a Engleska je tražila savez sa Rusijom. Od svoga dolaska na vlast 1762. godine Katarina II dva puta uspješno ratuje protiv Turske 1768-74 i 1787-92.

Kako su se u zavisnosti od careva mijenjali i odnosi Rusije prema Crnoj Gori, još od vremena Petra Velikog koji u Crnogorcima otkriva svoje saveznike, za Katarinu II možemo reći da im nije naklonjena kao Jelisaveta, često ih odbacuje i vrijeđa ali ih ne zaboravlja.²

¹ Dr Vasilj Popović, Istočno pitanje, Sarajevo, 1965, str. 72.

Dr Ilija Pržić, Spoljašnja politika Srbije (1804-1914), Beograd, 1991, str. 7.

² Pavel Apolonovič Rovinski, Zapis o Crnoj Gori, Podgorica, 2001, str. 262, 265.

Sredinom XVIII vijeka politika vezivanja za Rusiju dobija novi zamah djelovanjem vladike Vasilija Petrovića koji je pokušavao da izađe iz okvira dotadašnjih rusko-crnogorskih odnosa, koji su se u osnovi bili sveli na davanje redovne godišnje pomoći. Tražio je da se ruski dvor primi protektorata nad Crnom Gorom, da se Crna Gora unese u carsku titulu, pokušavao je da se obrazuje puk Crnogoraca za carsku vojsku. Pravi uspjeh nije postigao, iako je u tri navrata duže boravio u Rusiji, mada je nesumnjivo povećao interesovanje i razumijevanje za svoju zemlju i izdejstvovao povećanje pomoći.³

U Rusiji je Vasilije bio dobro primljen 1753. godine, uspostavio je brojne kontakte sa ruskim državnim velikodostojnicima. Pokrenuo je pitanje seobe Crnogoraca u Rusiju i pitanje državnog statusa Crne Gore. Ruska vlada je dala sugestiju da Crnogorci ne plaćaju danak Turcima i da su u stalnom ratu sa njima, te su zbog toga slobodan narod. To je bio Vasilijev ogroman uspjeh. On je, naročito do velikog pohoda Turaka na Crnu Goru 1756. godine gledao na svoju zemlju kao na "bedem pravoslavlja" koga mrze i "Turci i Mlečići" i dalekovidno je nastojao da zauvijek učvrsti vezu sa Rusijom. Za razliku od mitropolita Save, Vasilije nastavlja smjer vladike Danila, težeći da stavi Crnu Goru pod zaštitu i pokroviteljstvo Rusije. Za vrijeme njegovog prvog boravka u Rusiji, neodlučni i kolebljivi mitropolit Sava, dopustio je nekolicini glavara da izjave pokornost sultanu, uz pogodnost da plemena dobiju pravo slobodno trgovati po svoj turskoj državi. Tome se energično po povratku iz Rusije suprotstavio vladika Vasilije, čime je otpor, osobito u vidu četovanja dobio jak podsticaj.

Baveći se u Rusiji 1754. godine, vladika Vasilije je u Moskvi štampao Istoriju Crne Gore, koja je i prva naša štampana istorija. Knjigu je posvetio ondašnjem državnom vicekancelaru Rusije Mihailu Larionoviču Voroncovu čijim je staranjem i objavljeno prvo izdanje na ruskom jeziku. Cilj mitropolita Vasilija bio je da se nametne ruskim vladajućim krugovima i da ih privoli za svoje političke planove. Već tradicionalne i veoma plodne rusko-crnogorske veze i saradnja pobuđivale su pažnju šire ruske političke i kulturne javnosti za

³ Ivan Božić, Sima Ćirković, Milorad Ekmečić, Vladimir Dedijer, Istorija Jugoslavije, Beograd, 1972, str. 177.

K. Petković, Černogorija i Černogorci, Sanktpeterburg, 1877, str. 97

(Mitropolit Vasilije u februaru 1755. godine moli caricu Jelisavetu da u svoju titulu unese da je "vojvotkinja crnogorskog, primorskog i brđanskog vojvodstva". Na početku poslanice kaže da je on "činonačelnik" tog "vojvodstva".)

upoznavanjem prošlosti i stvarnosti Rusiji privrženog naroda i njegove oslobodilačke borbe.

Vladika Vasilije Petrović je 1758. godine odveo u Rusiju 12 crnogorskih mladića na nauke s namjerom, da ih po svršetku nauka vrati u svoju vrljetnu domovinu. Ali ih ruska žestoka klima u Petrogradu gotovo sve pomori.⁴

Vasilije Petrović se razmetao ruskom pomoći. Od nje je podigao novu crkvu u Majinama kod Budve, a manastir Stanjevići je postao rasadnik ruske agitacije. Iz ovog vremena je i pismo Ilije Drekalovića ruskoj carici, pisano u Kućima "na gradu Medunu" 6. avgusta 1756. godine i kom se ističe vjernost Brđana pravoslavlju i Rusiji.⁵

Od 1750. godine mnoge srpske porodice iz Crne Gore, Brda i Hercegovine su se iselile u južnu Rusiju, naročito u Hersonsku i Jekaterinoslavsku guberiniju u oblasti koje su se nazvale Nova Srbija i Slavo-Srbija. Neznatan broj ovih iseljenika se vratio, ostali su postali Rusi.⁶ U periodu od 1756. do 1759. godine preseljenici su preko Kijeva i Orenburga išli u Moskvu i pet grupa. U prvoj grupi je bilo 86 ljudi i žena i 13 djece, u drugoj 105 ljudi i žena i 56 djece, u trećoj 152 ljudi i žena i 10 djece, u četvrtoj 432 odraslih i 510 djece i u petoj 45 odraslih i 90 djece. Od preseljenih je preko 700 odraslih po svojoj želji bilo upućeno u srpska naselja, i to 688 lica u Novu Srbiju i 17 u Slavenoserbiju, gdje su naseljeni. Pri naseljavanju umrlo je 36 osoba. Jedan broj mladih ljudi stupio je u vojsku ili u razne građanske i vojne škole. Prema kazivanju jednog očevica – početkom avgusta 1757. godine, kada su se iseljenici ukrcavali na brod u Budvi, bila se iskupila sva zemlja od Ostroga do Sutormana. Da nije bilo sprečavanja "šćaše poč sva zemlja".⁷

Masovno iseljavanje Crnogoraca u Rusiju je zaustavljeno pred kraj 1758. godine. Poslednja grupa od 135 crnogorskih emigranata, na čelu s ruskim oficirom I. Markovim, stigla je u Rusiju tajno, u jesen 1759. godine. Iz ruskih izvora se vidi da je ruska vlada za preseljenje Crnogoraca imala trošak od 42.168 rubalja.

⁴ Nićifor Dučić, Crna Gora, Beograd, 1874, str. 73.

Irina S. Dostjan, Crna Gora i Crnogorci u ruskoj publicistici i službenim materijalima prve četvrtine XIX vijeka, Istorijski zapisi, 1989, 3-4, str. 35-50.

⁵ Arhiv SANU, 6017.

⁶ Jovan Cvijić, Balkansko poluostrvo, Beograd, 1991, str. 133.

⁷ Pavle S. Radusinović, Stanovništvo Crne Gore do 1945. godine, Beograd, 1978, str. 157.

U Novoj Srbiji je podignuto i novo naselje koje je nazvano Crna Gora (Černogorija) neposredno uz Novomirgorod. Zasnovali su ga Crnogorci koji su napustili Orenburšku guberniju, nezadovoljni tamošnjim uslovima življenja. Formirano je i naselje Černogorivka na rijeci Bahmutu, pritoci sjevernog Doneca. Podigli su ga crnogorski doseljenici koji su napustili Novu Srbiju. Doseljenici su se brzo asimilovali i za sobom ostavili malo tragova iz starog zavičaja.⁸

Ruska vlada je početkom avgusta 1758. godine poslala u Crnu Goru pukovnika Pučkova sa zadatkom da ispita stanje i da provjeri sve izvještaje o Crnoj Gori. Izvještaj pukovnika Pučkova koji je podnio ruskoj vladi bio je vrlo nepovoljan. Zato mitropolit Vasilije odlazi i po treći put u Rusiju, početkom juna 1765, preko Beča, da bi krajem oktobra 1765. preko Kijeva stigao u Petrograd. Sa njim su pošli jeromonah Josif Vukićević i jerođakon Petar Petrović koga je poveo na školovanje. On je uspio, došavši u doticaj sa ruskom vladom, da donekle popravi utisak koji je ona bila dobila iz takvog izvještaja. Iznenada se razbolio. Umro je 21. marta 1766. godine. Njegov testament, pisan na pragu smrti, poslednja je oporuka upućena ruskoj carici: "Ako ja umrem, ne ostavi narod crnogorski bez pažnje i milostive odbrane". Po naređenju carice sahranjen je o državnom trošku Rusije, uz najveći crkveni i vojni ceremonijal u Blagoveščenskoj crkvi u Petrogradu, u kojoj počivaju znamenite ruske ličnosti.⁹ Ukaz o smrti vladike Vasilija carica Katarina Velika je izdala 7. juna 1766. godine.¹⁰

Na preporuku Kolegije inostranih poslova, carica Katarina II je naredila da se Vasilijeva zaostavština u Rusiji prenese u Crnu Goru i odredila je potporučnika Mihaila Tarasova da zajedno sa Ivanom Šeferom prevodiocem, Josifom Vukićevićem i Petrom Petrovićem otputuje u Crnu Goru. Tarasov je ponio carsku gramatu i trogodišnju pomoć Cetinjskom manastiru od 1.500 rubalja. Zadatak mu je bio i da prouči prilike u Crnoj Gori.¹¹

Rat koji je buknuo 1768. godine, vođen je po redosledu kojim se mislilo doći do konačnog cilja: najprije su zadobijene Vlaška i Moldavija, a zatim je

⁸ Miomir Dašić, *Iseljavanje Crnogoraca u Rusko carstvo do kraja pedesetih godina XVIII vijeka*, Glasnik CANU, Podgorica, 2003, str. 41-45.

⁹ Žarko Šćepanović, *Kratka istorija Crne Gore*, Podgorica, 2002, str. 145.

¹⁰ Tri Francuza o Crnoj Gori (Viala, Delari, Lenorman), priredio Andrija V. Lainović, Cetinje, 1949, str. 13.

¹¹ Gligor Stanojević, Milan Vasić, *Istorija Crne Gore*, knjiga treća, Podgorica, 2006, str. 368.

probijen izlaz iz Crnog mora. Istočno pitanje bilo je takvom žestinom otvoreno, da se prestravila cijela Evropa, sve dok nije posredovanjem Austrije zaustavljeno napredovanje Rusije, a Turska bila spašena da ne bude rastrgnuta.

Ovo je vrijeme kada se u Crnoj Gori pojavio samozvanac, avanturista kome se nije znalo porijeklo Šćepan Mali. Izdavao se za ruskog cara Petra III, koga je Katarina II uklonila s prestola, i tako je prigrabio vlast od mitropolita Save. Uspio je da se nametne za gospodara od 1767-1773. godine. Šćepan je zaista ličio na ubijenog cara Petra III, čiji je portret postojao u Mainskom manastiru, i došao je na vlast zahvaljujući posebnom poštovanju Rusije, koje je postojalo u Crnoj Gori. Čim je uspostavio vlast počeo je da se ponaša kao apsolutni gospodar, radeći na tome da njegova vladavina donese dobro Crnoj Gori. Zato ga je i ubio njegov sluga po nalogu skadarskog paše. Savremenik Šćepana Malog, nadbiskup barski Lazar Vladanji, govoreći o Šćepanu Malom smatrao je da ga u Crnu Goru uputiše Rusi da se opire Turcima, što su onda uostalom, mnogi držali.¹²

Kad je počeo rusko-turski rat 1768-1774. iz Petrograda je poslat u Crnu Goru knez Georgije (Jurij) Vladimirovič Dolgorukov sa gramatom kojom je carina Katarina II pozvala Crnogorce u rat protiv Turaka. Poslanik je ujedno htio uvjeriti Crnogorce da Šćepan Mali nije ruski car Petar III. On se iskrcao kod Spiča u ljeto 1769. i došao u Crmnicu. Tamo ga je među ostalim dočekaao u ime mitropolita Save Petrovića i pozdravio kaluđer Teodosije Mrkojević, koji će za vrijeme ovog rata postati ruski čovjek i uticajna ličnost u Crnoj Gori. Vidi se to i iz sačuvanih podataka u mletačkim i dubrovačkim arhivima. U martu 1771. on je išao tajno preko turskog i dubrovačkog zemljišta na Reku i nosio sobom poruke Šćepana Malog ruskom zapovjedniku u Sredozemlju grofu Alekseju Orlovu. On je sam sebe zvao "ruskim kapelanom".¹³

Jurij Vladimirovič Dolgorukov, general-major ruske vojske, u pratnji nekoliko nižih oficira stigao je na crnogorsko primorje 11. avgusta 1769. godine. Njegova ekspedicija je trajala do 25. oktobra 1769. kada je napustio Crnu Goru.¹⁴

¹² Cvito Fisković, Dva pisma o Šćepanu Malom i nekoliko vijesti o ratovanju s Turcima u drugoj polovini XVIII stoljeća na Balkanu, Istorijski zapisi, 1977/1, str. 155-165.

¹³ Vasa Čubrilović, Odabrani istorijski radovi, Beograd, 1983, str. 448-449.

¹⁴ Stjepan Antoljak, Misija kneza Dolgorukova u Crnoj Gori, Cetinje 1959, 11. (Prema drugim izvorima on je boravio u Crnoj Gori od 13. jula.)

Prema vijestima iz ruske štampe ruski brodovi su dolazili do obala Crne Gore. List "Moskovske vjedomosti" je objavio 23. septembra 1768. kraću vijest, pozivajući se na izvore iz Carigrada, da Turska šalje jaku vojsku protiv nepokornih Crnogoraca. U vijesti se ne pominje Šćepan Mali, kao ni to da se on izdavao za ruskog cara. Tek će list "Sanktpeterburške vjedomosti" 28. avgusta 1769. godine donijeti vijest da je Šćepan Mali ponovo napao Turke, kao i to da je u julu 1769. prebjegao iz turske vojske, iz tvrđave Hotin, u armiju generala Galjicina crnogorski arhimandrit Gligorije Drekalović. Pojedinačnih prebjegavanja Crnogoraca u rusku armiju bilo je u toku 1770. godine. Oni su prema zapisima ruskih glasila, rado otkrivali slabosti turske armije ruskim oficirima, što je kod Rusa izazivalo velike simpatije. U istoj ruskoj armiji bilo je i istaknutih oficira crnogorskog porijekla (I. Čarnojević, I. Podgoričanin), iako se javno nije označavalo porijeklo vojnih lica.¹⁵

Krajem 1770. godine objavljene su vijesti iz Dubrovnika da su Albanci i skadarski paša odbili da ispune sultanovo naređenje i krenu prema Dunavu zbog mogućeg upada Crnogoraca. Tako su Crnogorci ometajući koncentraciju turskih snaga na Dunavu, vezujući dio tih osmanlijskih jedinica, postali dragocjeni ruski saveznici.¹⁶

U toku 1771. i 1772. bilo je dosta vijesti o učešću Crnogoraca i Primoraca u borbama s Turcima. Oni su činili sastavni dio posade ruske sredozemne flote i ruske novine su pisale o njihovim sposobnostima. U tom nemirnom vremenu Prve ruske ekspedicije u arhipelagu (1769-1774) istakao se grof Marko Ivanović Vojnović (1740-1807), porijeklom iz Boke Kotorske. Karijeru je počeo kao mornarički zastavnik. Već 1783. komandovao je prvim linijskim brodom Crnomorske flote, a 1785. Sevastopoljskom eskadrom. Učestovao je u rusko-turskom ratu 1787-1791. da bi zatim napustio rusku flotu i otišao u Boku, pa se vratio 1797. u Crnomorsku flotu. Dobio je čin admirala 1801.

Kao vrlo sposoban i hrabar oficir koji se naročito istakao u ratu 1768-1774. pominje se i grof Ivan Mihailović Podgoričanin. Umro je kao general-poručnik ruske vojske 1779. godine. Njegova porodica se nije dugo održala. Naime, njegovom nećaku, general-majoru, grofu Georgiju Petroviču – Podgoričaninu, koji je umro 1795. godine, bilo je dozvoljeno da porodično ime i grofovsku titulu preda svom bratu od tetke Jegoru Filipoviču, potomku starog

¹⁵ Milorad P. Radusinović, Nekoliko tragova u ruskoj štampi o Crnoj Gori za vremena Šćepana Malog (1767-1773), Istorijski zapisi, 1986/3, str. 99-106.

¹⁶ Isto.

grofovskog roda tog imena. Pošto bi završili vojni staž, kao isluženi generali, povlačili su se na svoja dobra, koja su za ratne zasluge, poput plemstva, ponajviše dobijali u južnoj Rusiji. Oni sami su se osjećali kao Srbi, a njihovi potomci su se brzo rusificirali.¹⁷

Boraveći u Maloj Rusiji i Novoj Srbiji 1788. godine Gerasim Zelić je tamo posjetio nekoliko srpskih generala, koji su bili u ruskoj službi, među njima je bio i general Podgoričanin, po svoj prilici bio je to Georgije Petrović Podgoričanin.¹⁸

U velikoj ruskoj vojsci krajem osamnaestog i devetnaestom vijeku bilo je 25 generala i 5 admiralata porijeklom s prostora današnje Crne Gore. Naravno mnogo više je bilo oficira s nižim činovima i zvanjima (majori, kapetani, poručnici).¹⁹ Jedan od njih bio je i Jovan Stefanov Baljević (1729-1769), major u ruskoj vojsci, filozof i pisac, porijeklom iz Bratonožića, koji je svoju doktorsku tezu odbranio u Haleu. Kao major u ruskoj vojsci pominje se i Stevan Šarović Podgoričanin, koji je doselivši se iz Podgorica u Rusiju, promijenio svoje prezime i po djedu Petru prozvaao se Petrović. Njih dvojica su okupljali doseljenike iz raznih srpskih zemalja i upućivali ih u Rusiju.

Crnogorci i Primorci bili su aktivni u sastavu flote grofa Orlova i 1773. godine. O Crnogorcima i Primorcima se pisalo da su veoma nemilosrdni prema Turcima i da kod njih, za razliku od Rusa, nije bilo ratnih zarobljenika. Pobijeđenim Turcima su odrubljivali glave, dok su sami nevoljno padali u ropstvo.

Krajem 1772. godine stigao je u Crnu Goru Crnogorac Savić Barjanović, podoficir u ruskoj službi i donio instrukcije od ruskog dvora da se formiraju oružani organi vlasti u Crnoj Gori. Već je bio formiran i stalni međuplemenski sud čiji su troškovi pokriveni iz sredstava ruske pomoći koju je sa sobom donio knez Dolgoruki.

Šćepan Mali se nije mogao pojaviti da nije bio formiran kult ruskog cara u Crnoj Gori, niti se bez toga naturiti Crnogorcima, Primorcima i Brđanima i zavesti do tada neviđeni red u toj "besudnoj zemlji".

Nema pomena da je tokom ovog rata dolazilo do grupnog iseljavanja Crnogoraca u Rusiju, dok su pojedinci i dalje stupali u rusku službu. U ispisima Branka Pavićevića iz ruskih arhiva postoji tvrdnja da su doseljenici iz Crne

¹⁷ M. Kostić, *Srpska naselja u Rusiji*, SKA, SEZ, knj. XXVI, Beograd, 1923, str. 88.

¹⁸ *Žitije Gerasima Zelića*, SKZ, 44, sv. druga, Beograd-Zagreb, 1898, str. 16.

¹⁹ Dušan J. Martinović, *Generali iz Crne Gore u ruskoj vojsci*, Pogorica, 2003.

Gore u Rusiji imali status donskih kozaka. Zbog daljeg učvršćivanja veza sa Rusijom Šćepan Mali je u februaru 1772. tražio od Dubrovčana pet naoružanih brodova da njima preveze dvije hiljade Crnogoraca kao pomoć ruskoj armiji na Dardanelima, ali do toga nije došlo, jer su Dubrovčani bili na strani Turaka.²⁰

Ovaj rat je doveo do mira u Kučuk-Kajnardžiju (21. jula 1774.), kojim je zasnovana nadmoćnost Rusije u odnosu na Tursku. Poslije Kučuk-Kajnardžijskog mira, pokrenuto je i pitanje podjele Turske između Austrije i Rusije. Austrijski državnik Kaunic naročito se založio da se Rusija i Austrija pogode i udruže, umjesto da rivalstvom jedna drugoj smetaju. Godine 1781. austrijski car Josif II zaključuje sa ruskom caricom Katarinom II ugovor o prijateljstvu i odbrani, u prvom redu u vezi sa rješavanjem pitanja Turske. Međutim, već tada je vidljivo da je Rusija, umjesto Austrije, s Kučuk-Kajnardžijskim mirom preuzela vodeću ulogu u rušenju Turskog carstva. Ovim mirom aktivirana je ruska balkanska politika, uspostavljene vrlo tijesne veze balkanskih naroda sa Rusijom i tako snažno ojačana nadanja tih naroda u rusku podršku. Iz više razloga ruska carska spoljna politika odgovarala je težnjama balkanskih naroda, a oni su bili od znatne koristi ruskim imperijalnim ciljevima i važan faktor u sukobljavanju sa zapadnim silama oko uticaja na balkanske narode u okviru Osmanskog carstva. Balkanski narodi, od prvog dana od kada je Rusija postala politički aktivna na Balkanu bili su privrženiji njoj nego Austriji.

Od 1774. godine Rusija dobija pravo na zaštitu pravoslavne vjere u cijeloj Turskoj čime je stvorena osnova za jače ustaničke akcije. Za Srbe iz crnogorskih, brdskih i hercegovačkih plemena je uspostavljanje direktnih veza sa Rusijom predstavljalo jedini ispravan korak u težnji za oslobođenjem od Turaka. U ovom periodu oni se nebrojeno puta obraćaju Rusima za savjete i pomoć. Rusija im u granicama svojih mogućnosti skoro uvijek izlazi u susret. Ovaj mir zapravo pruža mogućnost Rusiji da se upliće u unutrašnje poslove Turskog carstva.²¹

Poslije mirovnog ugovora u Kučuk-Kajnardžiju, kojim Crna Gora nije bila obuhvaćena, kao i smrti Šćepana Malog, došlo je u Crnoj Gori do sukoba

²⁰ Dr Đorđije-Đoko D. Pejović, *Iseljavanje Crnogoraca u XIX vijeku*, Beograd, 1962, str. 72.

²¹ Gligor Stanojević, Milan Vasić, *Istorija Crne Gore*, knjiga treća, Podgorica, 2006, str. 399 (Rade Plamenac, koji se izdavao za podoficira ruske konjice, putovao je u Ankonu kod Orlova da bi se s njim dogovorio o seobi Kuća u Rusiju, do koje nije došlo.)

između guvernadura Jovana Radonjića i arhimandrita Petra Petrovića. Obojica su željeli da se ruskom dvoru predstave kao prvaci Crne Gore.

Krajem 1774. Petar Petrović je krenuo u Rusiju, preko Dubrovnika, Trsta i Beča. Kao izaslanici Crne Gore, zajedno sa njim, putovali su Stjepan Zanočić, kaluđer Vasilije Ivanov, sinovac vladike Save i protopop Nikola Davidović, zvani Kapa, paroh pravoslavne crkve u Budvi. U Beču njima su se pridružili Petar Bjeladinović i Stevan Šarović. No, njih u Beču nijesu primili ni Rusi, ni Austrijanci.

Takmičeći se oko zadobijanja milosti ruskog dvora, guvernadur Radonjić i arhimandrit Petar Petrović su shvatili da je za interese Crne Gore najbolje da tu milost zajednički traže i da kod dvora ne ističu svoje rivalstvo. Zbog toga su zajedno otputovali za Petrograd, krajem 1777. godine. Crnogorska delegacija, u kojoj se nalazio i njeguški serdar Ivan Petrović, doživjela je, koliko se zna potpuni neuspjeh, iako je u ruskoj prestonici boravila pola godine. Na to je bitno uticalo saznanje ruskog dvora o vezama crnogorskih starješina sa bečkim dvorom, pa su zato i primljeni veoma hladno i neljubazno.²²

Za vrijeme svog drugog putovanja u Rusiju Petar I se povezao 1778-1779. sa Simeunom Nerandžićem, poznatijim pod imenom Zorić, čuvenim ljubavnikom Katarine II. General Simeon Zorić bio je sin Gavрила Nerandžića, a posinak svog rođaka Maksima Zorića. Zbog sukoba sa knjazom Potemkinom, najuticajnijom ličnošću kod carice, povukao se na svoje imanje u Šklov. Njegov brat pukovnik David Nerandžić dogovorio se bio sa Petrom I i guvernadurom Jokom Radonjićem da Nerandžić dođe u Crnu Goru za "vrhovnog starješinu" i organizuje ustanke po slovenskim zemljama na Balkanu. To je takozvani "Nerandžićev projekt" iz 1785. zbog koga je Petar I bio protjeran iz Rusije.²³ Glavni savjetnik Katarine II, Potemkin, predlagao je obnavljanje Grčkog carstva na Balkanu pod ruskim protektoratom. Zato je protjerao iz Rusije Petra I sa sekretarom Frančeskom Dolčijem, optužujući ga da je on podstakao generala Nerandžića da napiše memoar i pošalje ga njemu. To je prvi primjer mijешanja u rusku politiku saradnje s Austrijom prilikom rješavanja Istočnog pitanja.

Mitropolit Petar je krenuo iz Beča za Rusiju 11. februara 1785. Arhimandrit Petar je želio da se zavladiči u Rusiji. Zato je pošao u Beč i zatražio pasoš za Petrograd od tamošnjeg ruskog poslanika kneza Golicina. Pošto

²² Simeon Milutinović Sarajlija, *Istorija Crne Gore*, Cetinje, 1997, str. 115.

²³ Vasa Čubriločić, *Odabrani istorijski radovi*, Beograd, 1983, str. 453.

pasoš nije dobio, obratio se caru Josifu II da mu dopusti da ga zavladiči karlovački "patrijarh" Mojsije Putnik, koji ga je i rukopoložio 24. oktobra 1784.²⁴

Prije polaska za Rusiju, tek što se vratio iz Karlovaca, posle zavladičenja, Petar I je pisao 7. novembra 1784. knjazu Potemkinu da je došao na presto "po pravu nasljedstva" i da želi po primjeru svojih predaka zajedno sa narodom "stojati na službu Ruskoga dvora".

Mitropolit Petar je u Rusiji proveo pola godine. Intrige njegovih protivnika koje je predvodio Potemkin, bile su uzrok da Petar nije mogao vidjeti caricu Katarinu. I tako je na njegovu veliku žalost morao ostaviti Petrograd, ne uspjevši da ostvari cilj zbog koga je otišao. Pošto je već prispio na granicu Rusije, carica Katarina doznade da je on nepravedno udaljen iz Petrograda, te pošalje za njim jednog pukovnika, da zamoli Petra I, da se vrati u Petrograd. Mitropolit se nije htio vratiti, nego je poslao carici ovu poruku: "Vrlo sam blagodaran Njezinome Imperatorskome Veličanstvu, na milostivijšem Njezinome pozivu; ali ja nigda više za moga života u Petrograd doći neću. A neka je Njezino Carsko Veličanstvo uvjereno o mome toplome usrđu i privrženosti ka jednovjernome i jednoplemenome Ruskome carstvu. Opraštam sve lične uvrede, a slava i svetinja naroda Ruskoga nikada se neće moći izbrisati iz moga srca, do potonjega dana moga zemnoga života". Vratio se u zemlju 1786. godine.²⁵ Do poslednjeg dana ostao je bezrezervno odan Rusiji.

Prije odlaska u Rusiju arhimandrit Petar I iz Novog Sada 26. novembra 1784. javlja Sinodu preko petrogradskog mitropolita Gavrila da mu je potrebna pomoć za otvaranje škola.²⁶ Još od XVII vijeka počele su se donositi ruske štampane knjige, koje su uspjele da u većini crkava istisnu stare Srbulje. Sa ruskim knjigama i učiteljima uvlačio se postepeno u našu književnost i rusko-slovenski jezik, koji je u XVIII vijeku od srpsko-slovenskog ili srbuljskog načinio sloveno-srpski jezik i pravopis. Taj se jezik vrlo malo razlikuje od rusko-slovenskoga i vladao je kod nas od polovine XVIII do druge polovine XIX vijeka. Tada ga je iz književnosti i pismenosti naše istisnuo čist narodni jezik i Vukov pravopis, ali je ruski crkveno-slovenski jezik ostao kod nas i dalje za bogoslužbeni jezik. Negujući rusku crkvenu literaturu srpska crkva neguje i

²⁴ Jevto M. Milović, Titule vladika Petrovića, Istorijski zapisi, 1, 1987, str. 55.

²⁵ Mitropolit Mitrofan Ban, Životopis Svetog Petra Cetinjskog, Ostrog, 2005, str. 11 – priredio Predrag Vukić.

²⁶ Dr Radoslav Jagoš Vešović, Uloga crkvenih poglavara u istoriji Crne Gore, Andrijevića, 1998, str. 67.

ruski jezik kao uzor. Srpski jezik je trebalo da se razlikuje od ruskog samo po nazivu. Na tom "slavjanosrpskom jeziku" je napisano dosta dobrih književnih ostvarenja.²⁷

Posle sporazuma Katarine II i Josifa II o podjeli Balkana 1781. godine, obnavlja se austrijska osvajačka politika prema Crnoj Gori, što se najbolje vidi iz pregovora u Beču 1777. i iz misije pukovnika Pavlića u Crnoj Gori 1782. Car Josif II je sklopio ovaj sporazum u strahu da Rusija ne dobije pretežni uticaj na Balkanu i da ne izvuče sama koristi od propasti Turske, osobito posle vrlo povoljnoga ugovora o miru 1774. godine.

Pokretanjem rata Rusije i Austrije protiv Turske 1787-1791. stvorene su okolnosti za dobijanje pomoći od obje države i vođenje borbe sa izgledom na puniji uspjeh. Opunomoćenik Austrije (oficir Filip Vukasović) donio je 1788. godine u Crnu Goru pomoć u novcu (oko 100.000) dukata, carevu gramatu i obećanja, a ubrzo su doneseni i hrana i naoružanje. Poslat je bio od austrijske vlade sa jednim odredom vojske da iz Crne Gore organizuje ustanke u sjevernoj Albaniji i susjednim brdskim i hercegovačkim plemenima. Mitropolit Petar I nerado je gledao austrijsku vojsku u Crnoj Gori. Njemu je više odgovarala samostalna akcija s osloncem na rusku flotu koja je imala da dođe u Sredozemno more. S Austrijancima se povezao guvernadur Joko Radonjić.²⁸

Poslije austrijskog stigao je i predstavnik ruske vlade Tutolomin sa preporukom i obećanjima da će Crna Gora dobiti potrebnu pomoć. Kasnije je iz Rusije dobijen godišnji iznos od 1000 dukata, što je za potrebe zemlje imalo veliki značaj. Podrška i pomoć iz obje zemlje imale su izvanrednu važnost kako za oslobodilačku borbu tako i za stvaranje crnogorsko-brdske države. Po izbijanju rusko-turskog rata (1788) u Crnu Goru je upućen ruski predstavnik grof Marko Ivelić sa zadatkom da uspostavi tješnje veze njegove vlade sa crnogorskim mitropolitom. U svom izvještaju tajnom savjetniku ruske vlade Aleksandru Andrejeviću Bezborotkovu, od 5. juna 1788. godine on ističe da su Crnogorci nesložni, podijeljeni na tri partije: 1) koja se drži Rusije, 2) koja se drži Austrije i koja je malobrojna i 3) gotovo najmnogobrojnija koja se drži Turske.²⁹

²⁷ Radoslav M. Grujić, Pravoslavna srpska crkva, Kragujevac, 1989, str. 104.

²⁸ Vladan Đorđević "Crna Gora i Austrija u XVIII vijeku", Beograd, 1912, str. 107-108.

²⁹ Marko Dragović, Rusija i Crna Gora od 1780-1790. godine, Glasnik SUD, knjiga 72, str. 273-274.

Novi kurs Rusije prema Crnoj Gori uveliko je ojačao položaj Petra I, politički i finansijski prema guvernaduru. I koliko se poboljšavao odnos Petra I s Rusijom, i proces učvršćivanja vlasti odmicao, položaj guvernadurov postajao je labaviji, nesigurniji. Borba između Austrije i Rusije za uticaj u ovoj zemlji, koja se ogledala kroz borbu guvernadura Jovana Radonjića i mitropolita, riješena je u korist Petra I kao političara koji je progresivnijom orijentacijom na unutrašnjem i spoljopolitičkom planu, uz podršku Rusije, otvarao nove vidike razvitku Crne Gore. Već u junu 1798. godine austrijski general Bradi mogao je da javi svome ministru da guvernadur nema uticaja u zemlji i da ne zasluži pažnju carske vlade.

Godine 1788. 14 marta Katarina II je uputila proglas Srbima na Balkanu da se dižu na oružje protiv Turaka. Ti Katarinini proglassi su došli i do brdskih i hercegovačkih plemena. Na njen poziv digli su se na ustanak Drobnjaci, Pivljani, Moračani i Rovčani, koji su Turcima nanosili znatne gubitke.³⁰ Katarina II je slala i Pivskom manastiru razne vrijednosti, knjige i drugo.

Činjenica da je došlo nekoliko ruskih predstavnika, na početku rata 1787. godine: caričin delegat major Sava Mirković, porijeklom Srbin, a za njim potpukovnik Tutolmin i major Drašković, sa zadatkom da ohrabre Crnogorce svojim prisustvom za dizanje ustanka i da ih uvjere da iza njih stoji Rusija na čiju pomoć sa sigurnošću mogu računati, uz to i pismo ruskog poslanika u Veneciji Mordvinova, govori koliko je bilo stalo Rusiji do vojne saradnje sa crnogorskim, brđanskim i hercegovačkim plemenima. Posle ovih došao je u Crnu Goru, početkom juna 1788. godine glavni predstavnik carice Katarine II, sa jednom gramatom, grof Marko Ivelić, koji je poticao iz ugledne srpske porodice iz Risna i koji je bio u ruskoj službi. Još kao mladić otišao je u Rusiju i tamo je stupio u rusku vojsku. Kao vrlo bistar, uz to i snalažljiv, koristio se opštim raspoloženjem Rusa prema Srbima, koje je tada bilo izrazito i brzo je napredovao u službi. Dospio je da general-lajtanta i uz to dobio je plemićko zvanje grofa. Postao je ekspert za crnogorska pitanje i kao takav došao je u Crnu Goru i od Crnogoraca je primljen oduševljeno.

Marko Ivelić se, između ostalog, povezao i sa Trebješanima, čija je prva razura nastala kao posledica njihovog pristanka na poziv Petra Velikog da stupe u borbu s Turcima. Iveliću je dobro došlo saznanje o borbenom raspo-

³⁰ Andrija Jovičević, *Istorija Morače*, Podgorica, 2006, str. 16, 17. (Nošen mišlju da Petru I uzme prvenstvo u zemlji guvernadur je slao peticije Katarini II početkom januara 1789. i sredinom jula sledeće godine.)

ženju Trebješana jer je to zgodna prilika da proširi svoju aktivnost i digne što više plemena protiv Turaka. Pošto ga je kapetan Marko Aleksić Đurković rođak Trebješana, u Risnu, uvjerio da će se Trebješani sigurno odazvati njegovom pozivu za borbu, on je uputio k njima svoga sinovca grofa Petra Ivelića – 2. avgusta 1789, a polovinom avgusta pošalje kod njih i Mira Kalabića sa caričinim manifestom i svojim pismom u kojem zatraži od njih da udare na grad Nikšić i osvoje ga od Turaka. Trebješani, koji su inače mnogo trpjeli od nikšićkih Turaka, pristanu na ovaj predlog, ali zamole da im se pošalju u pomoć Crnogorci. Mitropolit Petar pošalje 2000 Crnogoraca i Brđana pod komandom guvernadura Jovana (Joka) Radonjića, ali je ova pomoć kasno stigla. Nikšićki Turci su već bili upalili i razorili Trebjesu 18. avgusta i Trebješani pobjegnu u Bjelopavliće, a odavde dvije godine docnije u Moraču.³¹

Druga razura Trebješana imala je teške posledice i za ostala srpska naselja u okolini grada Nikšića – u Polju nikšićkom. Odlaskom Trebješana koji su uvijek imali oko stotinak ljudi pod oružjem, nastali su turski zulumi nad okolnim stanovništvom.

Poslije dvije godine bavljenja u Bjelopavlićima koje su proveli u hajdukovanju, Trebješani pređu u Donju Moraču 1792. godine, a zatim u Gornju Moraču u selo Ljevišta gdje su se sa ostalim došljacima nazvali Uskoci. Pošto su uvidjeli da ne mogu pod tim uslovima normalizovati život, Trebješani riješe da se odsele u Rusiju. Oni su došli na ideju da se presele u Rusiju još 1791. godine, pošto su vidjeli da nema pomoći niotkud i da je pitanje njihovog stalnog boravka postalo nerješivo u tim uslovima.³² Zbog toga su od 1794. do 1803. godine tri puta slali svoje deputacije u Rusiju povodom pitanja njihova preseljenja.

Prvu deputaciju sačinjavali su serdar Mina Lazarević Trebješanin i arhimandrit Aksentije Šundić, koja je pošla u Petrograd 1794. godine kod carice Katarine II. Pošto je upoznata sa njihovim molbama, a u znak osobite carske milosti poklonila je arhimandritu krst na lancu za nošenje na vratu, a serdaru zlatnu medalju na plavoj lenti – 20. marta 1795. godine. Njihovu molbu su razmatrali grof Bezborotko i konzul Paladoklis, ali u tom trenutku nije bilo moguće ispuniti njihovo traženje zbog postojećih traktata sa Portom.

³¹ Đoko D. Pejović, Crna Gora u dobra Petra I i Petra II, Beograd, 1981, str. 313, 314.

³² Kazivanja starih Trebješana (fototipsko izdanje), priredio Branko Pavićević, Nikšić, 1973, str. 45-51.

Međutim, odmah poslije toga Trebješani po drugi put pošalju serdara Minu u Petrograd. On preda pismenu molbu carici Katarini II 23. jula 1796. godine.³³ No kako je carica ubrzo poslije toga umrla, serdar Mina preda novu molbu njenom sinu i nasledniku caru Pavlu (1796-1801). Ta se molba sporo rješavala. Zbog toga je serdar Mina ostao u Petrogradu sve do 1798. godine. Dok se u Morači zabrinuto čekao izvještaj iz Petrograda, serdar Mina je neumorno radio da se to pitanje što prije riješi. Caru je predao kopije gramata Petra Velikog i carice Katarine II, svjedočanstvo grofa Marka Ivelića o njihovom učešću u ratovima na poziv Rusije, pismo Petra I u kom se traži pozitivno rješenje tog pitanja. Serdar Mina je u molbi caru i pismima naglašavao da je do dvije razure Trebješana 1711. i 1789. godine došlo zbog njihovog učešća u ratovima s Turskom kad je sa njom ratovala i Rusija, i da su u te ratove stupali na poziv njenih careva.³⁴ Poslije dugog čekanja pitanje preseljenja Trebješana u Rusiju riješilo se povoljno. Povodom toga car Pavle izdao je gramatu 30. aprila 1798. godine. Uz ovu gramatu car je darovao Mini nešto novca i dao mu sedam zlatnih i deset srebrnih medalja da podijeli najistaknutijim uskočkim glavarima, uz to dobio je i portret carev i vratio se u Moraču u decembru 1798. godine.

Ruska vlada je o ovoj gramati izvijestila i mitropolita Petra I, preko carevog deputata Nikole Čarnojevića-Davidovića, rodnom iz Boke Kotorske. Uz gramatu donio je Petru I orden Aleksandra Nevskog, kojim ga je car Pavle odlikovao, zatim 15 zlatnih medalja koje se nose na crvenoj lenti, da se podijele zaslužnim crnogorskim glavarima, jedan carev portret i osam zlatnih i deset srebrnih medalja za starješine hercegovačkih Srba. Sa ovim došlo je Petru I propratno pismo koje mu je u ime ruskog cara i vlade uputio knjaz Sergije Komarov 20. maja 1798. godine.³⁵

Trebješanima je bio problem kako da se organizuje njihov put preko turske teritorije do primorja gdje će ih čekati lađa za prekomorski put do Rusije. Sa Turcima su se stalno krvili, a i Petar I se plašio da preseljenje Uskoka ne povuče za sobom ljude iz drugih plemena pa se s njim vodila duga prepiska. Utoliko Trebješani čuju da je ubijen car Pavle I i da ga je naslijedio sin Aleksandar I. Uplašeni da novi car ne usvoji gramatu cara Pavla, oni pošalju po

³³ Pavel Apolonovič Rovinski, Crna Gora, tom I, Cetinje, 1993, str. 466.

³⁴ Milan Vujačić, Dvije razure Trebješana i postanak plemena Uskoci u Crnoj Gori, Beograd, 1971, str. 280.

³⁵ Isto.

treći put deputata serdara Minu Lazarevića u Petrograd januara 1803. godine. Car Aleksandar je odmah potvrdio gramatu cara Pavla i naredio da se Trebješani prime u Novorusijsku guberniju blizu Crnog mora, da im se dadne zemlja za obrađivanje i ograde kuće i da im se dadne po 20 červonaca – zlatnih cekina, a sve zbog njihove predanosti i vjerne službe koju su od iskona činili. Uz to car je naredio grofu Marku Iveliću, koji se spremao na put u Crnu Goru, u političku misiju, da se stara o njihovom preseljenju u Rusiju.

Trebješani su pošli iz Risna 11. avgusta 1804. godine, plovili su Sredozemnim pa Crnim morem i stigli u Odesu 6. oktobra 1804. godine. Nakon karantina od 6-24. oktobra smješteni su u odesku varoš Moldavinsku i tu su ostali do proljeća 1805. godine. U Odesi su, njih 106, dočekani vrlo lijepo i od strane mjesnih vlasti i od građanstva. Data im je zemlja na jednoj prostranoj nenaseljenoj ravnicu, udaljenoj dan hoda sjeverno od Odese. Tu su sagradili sebi kuće od kamena, crkvu koju su posvetili Sv. Luki i osvještali je 1815. godine. Njihovo novo selo je dobilo naziv Slavjanoserpsko. U Rusiji su svoja srpska imena zamijenili kalendarskim.³⁶ Sljedeće godine, kako tvrde francuski izvori, pošlo je još 50 porodica sa oko 250 članova.³⁷

Austrija i Rusija su krajem XVIII i početkom XIX vijeka htjele odstraniti Tursku s Balkana i zbog toga su došle u sukob s Engleskom i Francuskom, kojima u to vrijeme propast Turske nije išla u prilog. Zbog takvih međunarodnih odnosa, Crna Gora je predstavljala značajno vojno-strategijsko uporište.³⁸ Zbog povoljnih međunarodnih uslova, materijalna i politička pomoć od Rusije i Austrije omogućila je Crnoj Gori da se uveliko oslobodi pritiska Turske, a uz to još i da preduzme niz mjera na unutrašnjem uređenju. Crna Gora je zbog ovoga od bitke na Krusima, postala faktički nezavisna, dok je Cetinjska mitropolija mogla učvrstiti centralne organe državne vlasti. O pobjedi na Martinićima Petar I je odmah obavijestio Platona Zubova 17. avgusta 1796, ubijeden da će vijest još više učvrstiti pozicije Crne Gore kod ruske vlade. Informisana o ovoj pobjedi od državnog kancelara Ostermana, Katarina II je odmah izdala nalog da se Petru I pošalje čestitka na pobjedi protiv Turaka, potpomognutih od "bezočnih Francuza". Uz čestitku Petar I je nagrađen skupocjenom panagijom. U pismu koje je mitropolit zatim poslao ruskom poslaniku u Mlecima Mordvinovu Rusija je upozorena na opasnost od francuskog prodora na istok

³⁶ Glas Crnogoraca, 17. jun 1886, br. 24.

³⁷ Dušan Lekić, Spoljna politika Petra I Petrovića Njegoša, Cetinje 1950, str. 158.

³⁸ Dr Vladan Đorđević, Ispisi iz bečkih državnih arhiva, Beograd, 1913, str. 31.

što je ruskoj diplomatiji i te kako poslužilo za određivanje spoljno-političkog kursa prema Francuskoj.³⁹

U austro-ruskim planovima za rušenje Turskog carstva određivana je i uloga Crnoj Gori, koja je već bila priznata kao neosporan činilac u oblastima Hercegovine i sjeverne Albanije i kao najzgodnija baza za pokretanje ustanka hercegovačkih, brdskih i sjeverno-arbanaških plemena. Na opštem crnogorskom zboru na Cetinju 19. maja 1797. izrađeni su predlozi Pavlu I i određen je arhimandrit Stevan Vučetić da ih nosi u Rusiju. Po predloženom državnom uređenju Crna Gora je trebala da predstavlja mješavinu građanskog parlamentarizma i plemenske demokratije. Rusija je poslala materijalnu pomoć, obećala zaštitu od Austrije i Turske, ali je petrogradska diplomatija ćutke prešla preko predloga zbora kako treba organizovati vlast. Novo uređenje je isuviše mirisalo na francuski parlamentarizam onoga doba da bi se dopadao ruskim autokratama. Od toga vremena počinju dolaziti tužbe iz Petrograda da Petar I sa svojim sekretarom Dolčijem vodi neku revolucionarnu politiku i traži oslonca za tu politiku kod republikanske vlade u Parizu. Zato se uprava nije organizovala kako se zamišljalo 1798, a njegov zakonik nije našao širu primjenu. Mitropolit Petar I je i 1798. poslao u Rusiju svog izaslanika Nikolu Davidovića, koji je imao da ruskom caru kaže kako su Dalmatinci, Hercegovci, Bosanci, Arbanasi i Srbijanci gotovi da se ujedine sa nama i stave pod zaštitu ruskog cara.⁴⁰

Ruski car Pavle I je donio odluku da zbog njihove privrženosti Rusiji dodijeli novčanu pomoć Crnoj Gori od 1000 červonaca godišnje, počev od 1. januara 1799, za troškove suda i praviteljstva. Uporedo je i dalje uplaćivana novčana pomoć Cetinjskom manastiru po 500 rubalja svake treće godine, ustanovljena u doba Petra Velikog. Vučetiću je isplaćena i zaostala pomoć od 4122 rublje i 36 kopjejk i dato mu je za Crnu Goru "četvrt vjedra svetoga mira".⁴¹

Jedna od najmarkantnijih ličnosti iz kraja 18. i početka 19. vijeka bio je svakako Arsenije Jovanov Gagović, arhimandrit Pivskog manastira. Prvo je

³⁹ Branko Pavićević, *Istorijska prekretnica, Zbornik radova – Bitka za Crnu Goru, Martinići – Krusi 1796-1996*, Podgorica, 1997, str. 25.

⁴⁰ Dušan Pantelić, *Beogradski pašaluk pred Prvi srpski ustanak (1794-1804)*, Beograd, 1949, str. 378.

⁴¹ Dušan Vuksan, *Crna Gora u 1804. godini*, Zapisi, knj. XXII, 1939, str. 198. (Pavle I – 1754-1801, ruski car od 1796, sin Petra III i Katarine II. Niko se posle Petra Velikog nije bolje odnosio prema Crnoj Gori od cara Pavla.)

bio kaluđer, a potom postao jeromonah u Pivskom manastiru. Dospijeva u manastir Hilandar 1783. godine, odakle uz starca Atanasija odlazi u Rusiju 1786. godine.⁴²

Godine 1803. Arsenije je već arhimandrit Pivskog manastira i tada po drugi put odlazi u Rusiju u Petrograd, kada izlaže ruskom dvoru da su svi oni koji su pravoslavne vjeroispovijesti spremni da se priključe Rusiji. Odnosno Arsenije izlaže da sva slovenska plemena na jugu treba ujediniti u jedno slovensko carstvo, dostojno jednom od velikih knezova, koje im njegovo imperatorsko veličanstvo odredi za cara. Uvjeravao je Ruse da se može u Hercegovini dići na oružje 30.000 ljudi. Tada je ruski car darovao Arseniju krst, ukrašen dragim kamenjem. Iste, 1803. godine Arsenije traži od ruskog Sinoda obnovu ranije Gramate, koju je ruski car Petar Veliki dodijelio Pivskom manastiru. Dalje Arsenije traži 24 kruga knjiga poslatih od carice Katarine II Pivskom manastiru, po nekom Jakovu Ljubojeviću, koje je on zaturio na putu. Isto tako traži mitru i druge crkvene stvari od ruskog konzula u Dubrovniku, koje su takođe bile poslate iz Rusije za Pivski manastir. Pri odlasku u Rusiju Arsenije je oba puta svraćao u Karlovačku mitropoliju kod mitropolita Stefana Stratirovića.⁴³

Turci su 1811. godine uhapsili i okovali Arsenija. Bio je u zatvoru četiri mjeseca. Na veliki protest naroda, a naročito grofa Ivelića, Turci puštaju Arsenija iz zatvora, koji iste 1811. krene za Rusiju, ali bude vraćen nazad u Hercegovinu po nalogu Čičagova, zapovjednika ruske vojske.⁴⁴

Grof Ivelić iz Risna 21. maja 1812. daje nalog Arseniju da izvidi jačinu francuskih snaga u Kotoru, francusku politiku... Pošto je obavio posao za Rusiju, otputuje ponovo 1. marta 1813. godine za Rusiju. Kod Rusa se ovog puta zadrži četiri godine. Izdejtvoval je novčanu pomoć za manastir Pivu kao i besplatne potrebne crkvene knjige.⁴⁵

Iz Odeze Arsenije se 17. marta 1817. godine zahvalio ruskom caru Aleksandru i zamolio ga da mu se penzija od 1. avgusta 1815. godine od kada je napustio Petrograd, šalje u Odesu, preko trgovca Luke Ivanova Ljesara, i da

⁴² Milosav M. Gagović, Biografski podaci o Arhimandritu Arseniju Gagoviću, Podgorica, 2011, str. 7-18.

⁴³ Obren Blagojević, Piva, Beograd, 1971, str. 155-170. – Arhiv Srbije, Zbirka Andrije Luburića, IV/32.

⁴⁴ Kosta Radović, Prvi srpski ustanak i arhimandrit Arsenije Gagović, Cetinje, 2006, str. 350.

⁴⁵ Vladimir Stojančević, Iz istorijske prošlosti Stare Raške, Prijepolje, 2005, str. 32-37.

mu se ubuduće, svake godine šalje preko ruskog poslanstva u Carigrad. Poslije ovoga o Arseniju se više ništa ne zna. Nagađa se da je pri povratku iz Rusije, a pri posjeti bosanskom veziru, dočekan od turske zasjede na rijeci Prači i tu ubijen. Po drugoj verziji ubijen je u Mostaru od Turaka prilikom posjete hercegovačkom mitropolitu.⁴⁶

Crna Gora se početkom XIX vijeka držala Rusije, njene pokroviteljske uloge i svete pravoslavne misije, vjerujući da njeni državnici neće dopustiti da se bečki političari poigraju sudbinom pravoslavnog naroda. Na osnovu dobijenih sugestija na prijemu kod cara Aleksandra I arhimandrit Gagović prenio je uvjerenja ruskih zvaničnika da nije vrijeme za ustanak, jer je procijenjeno da takav ustanak "u srpskom narodu namjerno izazivaju Francuzi". Sumnja ruske vlade u namjere crnogorskog vladara i veze sa Francuzima navela je da, uz službeno obavještenje bečkih političkih krugova, upute generala Marka Ivelića, u svojstvu carskog izaslanika da iz Boke (Risna) nadgleda i utiče na zbivanja u Crnoj Gori kako ne bi izmakla kontroli Petrograda i Beča. Stoga je Petar I od januara do jula 1804. godine bio pod prismotrom carskog izaslanika Ivelića. Po otvaranju ruskog konzulata u Kotoru njegov rad nastavlja konzul Aleksej Mazurevski koji je uspio da ukloni mitropolitovog sekretara Franja Dolčija. Razmjere i način na koji je Petar I održavao veze sa Francuskom još od 1802. godine danas je još uvijek nemoguće sigurnije prosuditi, iako bi njihovo određenje, i zbog samog sadržaja i posljedica, imalo prvorazredan značaj.

Kad je planuo Karađorđev ustanak, početkom 1804. Crna Gora je mirovala, jer se mitropolit Petar I bio zabavio intrigama koje su skovane protiv njega u Rusiji. Iako ne otpočinje borbu šalje poruke Brđanima i Hercegovcima da napadaju Turke i da ne čine ništa od čega bi se mogli stidjeti pred potomstvom. Mitropolit je 10. januara 1804. uputio pismo dečanskom igumanu Hadži-Danilu Kažanegri u kome piše: "Da ti je na znanje dobro, da paziš oće ova godina imamo namerenije mi Crnogorci i sa beogradske strane Serbi očemo skočiti na oružje protiv naših vragova Turaka, ako možemo i vas da izbavimo..." Na kraju pisma izražava nadu "da će i slavna Rusija da pomogne svima hristijanima da se oslobode iga turskog".⁴⁷

⁴⁶ Božo Đ. Mihailović, Manastir Piva, rukopis, str. 24, 25.

⁴⁷ Serafim Ristić, Dečanski spomenici, Beograd, 1864, str. 23, 24. (Sve pokrete krajem 1803. i tokom 1804. godine u Crnoj Gori, Brdima i u Hercegovini dovodili su u vezu s namjerama Napoleonovim da upadne na Balkan ruski predstavnici Mazurovski u Kotoru, Fonton u Dub-

Ovu namjeru Petra I osujetila je Rusija, tražeći uzdržanost, jer je stvarala koaliciju sa Turskom i Austrijom protiv Napoleonove Francuske. Zato Petar I nije prihvatio Karađorđeve pozive i pozive susjednih plemena. To je još više zakomplikovalo ionako dosta složeno stanje, zbog čega je mitropolit još i tokom 1803. godine pomišljao da se povuče sa vlasti.⁴⁸ Koliko je Petar I bio ograničen voljom Rusije vidi se iz njegovog pisma od 16. avgusta 1804. godine, ruskom caru Aleksandru I gdje između ostalog piše: "Pa narod mene krivi za sve nesreće koje trpi od vjerolomnih Turaka, zbog toga što im ja ne dopuštam da na ove varvare dignu svoje oružje; a ja držim narod i stegu i zaustavljam da ne udare na turske zemlje, zbog toga što među Imperijom Vašeg Visočanstva i Portom otomanskom postoji savez."

Povodom otvaranja ruskog konzulata u Kotoru 1. oktobra 1804. godine, baron Rozeti šalje izvještaj austrijskoj vladi da je primio od Mazurevskog akt, u kome saopštava da se Crna Gora nalazi pod ruskim protektoratom već 94 godine i da će za sve što bi Crnogorci učinili austrijskim podanicima dati potpunu satisfakciju. Mazurevski je uz akt poslao vladicino i guvernadurovo pismo, u kome saopštavaju da će ova prepiska između Crne Gore i drugih država saobraćati preko Mazurevskoga. Nalazeći se pod ruskim pokroviteljstvom Petar I je izdavao svojim podanicima pasoše sa zaglavljem: "U ime Njegovog Imperatorskog Veličanstva cara Sverosijskoga". U evropskim zemljama ovi pasoši bili su respektovani i zbog zaglavlja priznavani.⁴⁹

Mitropolit Petar I je pod pritiskom Rusa, od proljeća 1804. godine savjetovao Hercegovcima da miruju. On je u jesen i pred kraj godine 1804. pisao arhimandritu Gagoviću i ostalim glavarima Pive i Drobnjaka i molio ih da održe narod u miru. Gagoviću je iz Kotora pisao i ruski izaslanik grof Marko Ivelić.⁵⁰ I tokom 1805. godine Crna Gora je pod pokroviteljstvom Rusije i stalo joj je do dobrosusjedskih odnosa sa Turskom, jer ova tada ima miroljubive odnose sa Rusijom. Ruski politički uticaj bio je potpun. Petar I se povinovao politici ruskog cara Aleksandra I, pa je zajedno s ruskim agentima uspio da

rovniku i za vrijeme odsustva ruskog poslanika u Beču Razumovskoga činovnik ruski Molija. – Vidi: Milenko M. Vukićević, Karađorđe, knjiga druga, Beograd, 1912.

⁴⁸ Dušan Vuksan, Deset godina iz istorije Crne Gore 1794-1803, Zapisi, sv. 6, 1940, str. 338.

⁴⁹ Dušan Vuksan, Petar I Petrović Njegoš i njegovo doba, Cetinje, 1951, str. 295.

⁵⁰ Istorijska građa, Politička i druga interesantnija pisma iz vremena mitropolita Petra I, Zapisi, knjiga XXII, 1939, str. 351-358.

brdska i hercegovačka plemena zadrži od ustanka. Ipak požar oslobodilačkog pokreta 1805. godine bio je zahvatio Drobnjake, Uskoke i dio plemena Nikšića.

Najviše zbog svađe Petra I s Ivelićem, upućen je početkom 1805. državni savjetnik Stefan Sankovski, kao ruski povjerenik kod mitropolita. Sankovski je donio carevu gramatu i 3000 dukata, godišnju pomoć za 1803-1805 godine. Dolazak Stefana Andrejeviča Sankovskog u Crnu Goru i njegov rad je u vezi sa uključivanjem Crne Gore u "Balkanski plan" Adama Čartorijškog. Uz pomoć Petra I, guvernadura, serdara, vojvoda i opunomoćenika svega crnogorskog i brdskog naroda Sankovski je u vidu Memoranduma sastavio koncepciju ustrojstva crnogorskih centralnih organa vlasti – Skupštine i Praviteljstva. Petar I do svoje smrti nije uspio da realizuje planiranu koncepciju vlasti.⁵¹

Naročito su značajni izvještaji Sankovskog koji su opis Crne Gore i susjednih zemalja, bili su strogo tajni i zbog toga šifrovani. Oni su urađeni pažljivo i dobronamjerno i važan su istorijski izvor. Sankovski je boravio u Crnoj Gori do 1807. godine.

Kako su od otvaranja ruskog konzulata u Kotoru Crnogorci na razne načine odlazili u Rusiju, od tog vremena nijesu mogli ići u Rusiju bez konzulova pasoša. Time je raznim "samozvancima" bio zabranjen put u Rusiju i oni su tražili drugi teren.⁵²

Uviđajući promjenu spoljnopolitičkih okolnosti poslije Požunskog mira (1805), suočena sa jačanjem uticaja Francuske na Balkanu, pribojavajući se da srpski ustanički pokret ne iskoristi Francuska, Rusija mijenja odnos prema ustaničkom pokretu pa nastoji da ga koristi za borbu protiv Francuske. Toj novoj politici Rusije pogodovala su aspiracije Crne Gore prema Boki Kotorskoj. Promjena politike Rusije uticala je na stav mitropolita Petra I prema ustaničkom pokretu, pa je on od tada spremniji da ga podrži. Već od 1806. Petar I se tješnje povezuje i sa Karađorđem.

Poslije Požunskog mira konkretno se postavilo pitanje saradnje Crnogoraca i Bokelja i ruske flote pod zapovjedništvom admirala Dmitrija Senjavina u borbi protiv ulaska Francuza u Boku Kotorsku. Rusi su iz baltičkih voda prebacili u južni Jadran tri pomorske eskadre sa 30 ratnih plovila. Oni računaju da će ovoj snazi dodati i 400 lađa "Bokeljske mornarice", sa 5000 bokeljskih vojnika. Odazivajući se pozivima admirala Senjavina, preko savjetnika Stefana Sankovskog, Petar I je na Cetinju 27. februara 1806. sazvaio Narodnu skupštinu

⁵¹ Dušan Vuksan, Crna Gora u 1805. godini, Zapisi, knjiga XIX, Cetinje, 1938, str. 267-276.

⁵² Isto.

i ubrzo potom formirao vojsku od 12.000 ljudi, za rat protiv Francuza u Primorju. Napoleon je uzaludno prijetio da će Crnu Goru pretvoriti u crvenu goru, ona nije pristajala na bilo kakve promjene bez saglasnosti svog ruskog zaštitnika.⁵³ Dolazak Sankovskog u Crnu Goru i nagovještaj dolaska ruske flote u Boku ohrabrio je Petra I da na skupštini narodnih prvaka na Cetinju oduševljeno pozove Crnogorce u borbu riječima: "Sa nama su naša ruska braća i naša braća iz Boke i mi ćemo zajedno sa njima spriječiti neprijatelja da davi našu braću u Boki". Svoj govor završio je riječima: "Sa kim je Rusija sa tim je i Bog i niko nam neće moći nauditi!" Na zboru je donesena odluka da se austrijski general u Herceg Novome prisili da preda Boku prije dolaska Francuza, što je i postignuto 5. marta. Dva dana poslije odlaska austrijske vojske Petar I je na zboru u Savini uručio gradskim kapetanima ruske barjake, koji se zalepršase u svim gradovima Boke. Blagosiljajući ove barjake, mitropolit je naglasio da je ruska zastava "bratska zastava, koja nas ispunjava nekim neopisivim ponosom i veličinom pa nam se čini da nema te sile koja bi nam mogla nametnuti svoju volju".

Prije no što su francuske snage okupirale Boku Kotorsku, koju su napustili Austrijanci, jedinica ruske flote pod komandom viceadmirala Senjavina je u martu 1806. ušla u Bokokotorski zaliv i zauzela Kotor i Herceg Novi. Ulazak Francuza u Dubrovnik za Ruse i Crnogorce značio je početak borbe. Oružane akcije otpočele su 21. maja 1806. i ove borbe će trajati, s promjenljivom srećom do mira u Tilzitu, 7. jula 1807, kada su Crnogorci morali napustiti Boku. Senjavin je to uradio nekoliko mjeseci ranije jer je morao da brani Jonska ostrva od Turaka. Dubrovnik je trpio opsadu i neprekidno bombardovanje šest nedelja. Crnogorci i Bokelji su se s ruskom divizijom ulogorili na brdu Srđ, u čijem podnožju se nalazi grad, i tu su se zadržali dok general Molitor nije doveo pojačanje (6. jula 1807).⁵⁴

Po Napoleonovom uputstvu Marmon je trebao da se približi Crnogorcima. Na sastanku u Kotoru nastojao je da pridobije crnogorskog mitropolita, da uspostavi konzulat na Cetinju i Crnu Goru odvoji od Rusije, govoreći mu da je Rusija divlja zemlja u kojoj živi neprosvijećeni i surovi narod. Petar I mu je ljutito odgovorio: "Molim vas, đenerale, ne dirajte mi u moju svetinju i ponositu slavu najvećeg naroda, čiji sam ja vjerni sin. Rusi su naša jednovjerna i jednoplemena braća, koja nas tako toplo vole, kao i mi njih. Vidite, vi poka-

⁵³ Milorad Ekmečić, *Stvaranje Jugoslavije 1790-1918*, 1, Beograd, 1989, str. 176, 177.

⁵⁴ Dr Timoleone Vedovi, *Statistički podaci o Crnoj Gori*, Podgorica, 2001, str. 46.

zanim malodušjem mrzite Ruse i njih crnite, a drugim slovenskim granama laskate, samo da bi time vaš car postigao svoj cilj. No, to vam neće uspjeti, no smo mi svi Sloveni i nemamo nigdje druge nade ni slave do u silnoj i nama potpuno srodnoj braći Rusima. Mi znamo, ako propadnu Rusi, propali su i svi ostali Sloveni i ko je protiv Rusa taj je protiv svih Slovena." Posle ovih mitropolitovih riječi "kome su – kako kaže Marmon – oči bljeskale nekim neobičnim sjajem kada je govorio o Rusiji", Marmon je počeo da napada Crnogorce kao "divalj i nečovječan narod".⁵⁵ Borbe su se vodile sa relativno malim snagama s obje strane i s promjenljivim rezultatom oko Herceg Novog, Cavtata, Dubrovnika i Korčule.

Rusija je, budući u ratu s Turskom, od 1807. godine podsticala crnogorsko-srbijansku saradnju. Napravljen je i plan za osvajanje Hercegovine, a Petar I je razradio i projekat o osnivanju sloveno-srpske države, sa Dubrovnikom kao glavnim gradom. Zbog nepovoljnog položaja u koji je zapala prilikom sklapanja mira u Tilzitu, ruska vlada nije mogla da podrži ovaj vladčin projekat.

Po odluci Ratnog savjeta Petar I je 7. marta 1807. sastavio plan operacija udruženih crnogorsko-bokeških i ruskih snaga za oslobođenje Nikšića, Klobuka i upad u Hercegovinu. Plan je predviđao brzo djelovanje, uz glavni oslonac na ustaničke snage u Hercegovini i Brdima. Ruski komandant iz Boke izdaje proglas Hercegovcima da ustanu na oružje. U određen dan na prostoru od Trebinja do Foče otpočela je borba protiv Turaka na 17 mjesta. Odred Rusa zauzme Banjane, da bi u aprilu Rusi, svi hercegovački ustanici i Petar I sa Crnogorcima pošli na grad Nikšić. Posle krvavih borbi u Kusidama i na rijeci Moštanci opsjednu ga sa tri strane. Turci iznesu bijeli barjak na nikšićki bedem i dogovore se da se ise le za Gacko. Vjerujući im na riječ, Petar I te noći povuče svoju vojsku ka Crnoj Gori, što Turci iskoriste i snažno napadnu Ruse, Hercegovce i Brđane, nanoseći im velike gubitke.

Posle neuspjeha kod Nikšića, Rusi odu na Klobuk sa Banjanima, Grahovljanima i Korjenicima. Oni ovdje izvedu žestoke juriše, gdje jedan ruski major gine na samim gradskim vratima. Njegovo mrtvo tijelo izvuku pop Marko Bulajić i Simo Blagojević. Međutim, Turcima stigne pomoć iz Mostara sa Ali-agom Dadićem i dva bataljona Francuza koje pošalje Marmon. Oni udare Rusima s leđa i potpuno ih unište, pa je kasnije sačuvano i narodno preda-

⁵⁵ Milorad Medaković, *Povjestnica Crne Gore*, Zemun, 1850, str. 170.

nje o njihovoj strašnoj pogibiji.⁵⁶ Neuspjesi u osvajanju Nikšića i Trebinja i poraz kod Klobuka okončali su nadanja da se preko Hercegovine krene u susret srpskim ustanicima. Mir u Tilzitu označio je kraj uzaludnim borbama i nastojanjima Crne Gore za ujedinjenje s Bokom Kotorskom i ovladavanje Hercegovinom. Ovim mirom izvršena je podjela interesnih sfera između Francuske i Rusije. Rusija je izgubila veoma važne vojno-strategijske i političke pozicije na jugozapadnom dijelu Balkanskog poluostrva i Sredozemlju uopšte. Od mira u Tilzitu car Aleksandar je prestao davati Crnogorcima po ono 1000 dukata godišnjih, što im je car Pavle I bio odredio.⁵⁷ Istovremeno, s pismom generala Loristona, kod komandanta ruske flote Baratinskog stigao je ruski kurir s naredbom cara Aleksandra da predaju Boku Francuzima. Predaja je završena bez pogovora i Petar I se povukao u Stanjeviće početkom avgusta 1807.⁵⁸ Sam ruski izaslanik Sankovski je 1807. napustio Crnu Goru, noseći molbu Petra I ruskom dvoru za što hitniju pomoć u novcu, prahu i olovu.

Pred kraj 1808. godine moglo se zapaziti da se rusko-francuski odnosi remete, da bi već u martu 1809. godine došlo do ruske objave rata Turskoj. To je okuražilo Karađorđa da stvori plan o ofanzivi u pravcu Novog Pazara radi spajanja s Crnogorcima i Hercegovcima. I Rusi i Srbi su 1809. godine željeli da se spoje srbijanska i crnogorska vojska. Uspjeh je ostvaren, ali je bio daleko od očekivanog. Crnogorci su bili u vezi sa Rusima i tokom 1810. i 1811. godine.⁵⁹ Petar I piše Simeonu Orloviču 26. novembra 1811. "da naša i svega slaveno-iliričkog naroda sreća zavisi ot dobića i slave visokoslavnih Rusov, kojih vladjenje da rasprostranit Bog v konci vselenija."

Tokom 1812/1813. godine, Petar I je sa najvećim interesovanjem pratio događaje vezane za francusko-ruski rat, očekujući da će pobjeda Rusije konačno riješiti pitanje oslobođenja Boke od Francuske okupacije. U porazu francuskih snaga u Rusiji krajem 1812. godine Petar I je vidio mogućnost "da se Napoleon zavazda onemogućiti". Zato je odmah početkom 1813. počeo sa pripremama za rat sa Francuzima u Boki.

⁵⁶ Arhiv SANU, Zaostavština Ignjata M. Žugića, str. 525.

Arhiv Državnog muzeja Cetinje, Petar I, 1807, 1329. (Petar I obavještava Sankovskog da je s vojskom pošao na Hercegovinu 26. aprila 1807.)

⁵⁷ Dimitrije Milaković, Istorija Crne Gore, Povjesnica Crnogorska, Podgorica, 1997, str. 410.

⁵⁸ Pavel Apolonovič Rovinski, Iz ratnog života Crne Gore, Podgorica, 2001, str. 147.

⁵⁹ Dušan D. Vuksan, Crna Gora u 1809. i 1810. godini, Zapis, knjiga XXII, 1939, str. 321-333.

Nakon Bukureškog mira, potpisanog 28. maja 1812. pripremana je tzv. jadranska ekspedicija, čiji je cilj bio da se uz pomoć Srba iz Šumadije, Crne Gore, Hercegovine i Bosne napadnu Francuzi na Jadranu i u Italiji. Ovaj plan admirala Čičagova, novog komandanta Dunavske armije, bio je odobren od ruskog cara. Ideja o jadranskoj ekspediciji nastala je početkom godine, prije nego što je sklopljen Bukureški mir. Duša čitave ove zamisli bio je pukovnik Aleksandar Plev. On je uradio plan o ekspediciji, a car Aleksandar je u skladu s njim, izdao instrukcije Čičagovu, u kojima je balkanskim narodima, uz Srbe su spomenuti još Hrvati, obećao nezavisno slovensko carstvo.⁶⁰

U proljeće 1812. godine Hercegovci su se obratili Rusima za pomoć. Ivelić je tada u Bukureštu našao arhimandrita Gagovića i poslao ga u Hercegovinu sa naredbom da sa njim dođe desetak hercegovačkih prvaka u Bukurešt radi dogovora o oslobođenju Hercegovine. Arhimandrit je uz to dobio nalog i da se informiše o broju francuske vojske u Boki Kotorskoj. Hercegovačke prvake iz Drobnjaka, Morače, Nikšića, Kolašina, Mostara, Gackog, Pljevalja, Nevesinja i Pive je skupio Gavriilo Šibalić. Oni su stigli u Topolu, odakle je u Bukurešt otišao samo Šibalić i stupio u vezu s Ivelićem. U julu 1812. godine u Topolu dođu Šibalić i Ivelić i kažu hercegovačkim glavarima da još nije vrijeme za oslobođenje Hercegovine zbog napada Napoleona na Rusiju. Tom prilikom razdijelio im je po 50 dukata i naredio da se vrate u Hercegovinu.⁶¹

Politička djelatnost mitropolita Petra u 1813. godini bila je usmjerena na objedinjavanje Boke i Crne Gore, a plan se zasnivao na podršci i pokroviteljstvu Rusije. Zato je on poslao delegata Savu Plamenca kod ruskog cara, tražeći od njega da primi pod svoje pokroviteljstvo Boku i Crnu Goru. Ali, Bečki kongres je odlučio da se Boka Kotorska ustupi Austriji, što je većina primorskog stanovništva primila kao pravu nacionalnu tragediju.⁶²

Posle Napoleonovih ratova nastala je glad u velikom dijelu Evrope, pa i u Crnoj Gori. Zbog toga je 1815. godine došlo do preseljavanja 18 porodica sa 90 članova koji su naseljeni na jugu u hersonskoj guberniji. Dvije godine docnije Petar I je pisao ruskom caru da će poslati svoga sinovca Stanka Petrovića sa "800 duša crnogorskih žitelja da se nasele u predjele Vaše Imperije, po oskudici i nerodu ovdašnjeg kraja, da se ne bi druge inoplemene oblasti s njima kori-

⁶⁰ Radoš Ljušić, Vožd Karađorđe, druga knjiga, Beograd, Gornji Milanovac, 1995, str. 149.

⁶¹ Vuk S. Karadžić, Istorijski spisi, II, Beograd, str. 219.

⁶² Jovan R. Bojović, Ujedinjenje Crne Gore i Boke Kotorske 1813. godine, Istorijski zapisi 3-4, 1983, str. 69-76.

stovale."⁶³ Te godine iz Kotora su sa dva broda krenula za Rusiju 534 lica iz Katunske nahije. Krenuli su i svi Donjokrajci sem osam kuća. Ruski ambasador pri Porti baron Stroganov naredio je da se ovi iseljenici kao "turski podanici" vrate natrag. Oni su iz Carigrada, o ruskom trošku, vraćeni u Crnu Goru iz obzira ruske vlade prema Turskoj. Ovi iseljenici su tražili da budu primljeni po kozačkim pravima i smješteni u Besarabiji, a njihovi knjaževi, serdari, vojvode i barjaktari da budu uneseni u rodoslovnu knjigu ruskog boljarstva.⁶⁴ Mitropolit Petar I je tada dao svom sinovcu Stanku Stijepovu punomoćje šta ima da traži od cara i vlade u Petrogradu, pa mu na prvom mjestu preporučuje da se postara za dobijanje praha i olova za 15.000 vojnika, a zatim i za jednu "graždansku štampariju i crkovnu, jer bi to mnogo polezno bilo ovome narodu". Crnogorski mitropolit je molio ruskog cara i da se doseljavanje vrši regularno, svakih 10 godina. Sa Stankom Stijepovim su išli u Rusiju i kapetan Martin Radonjić i barjaktar Ivan Špadijer.⁶⁵

Strašna glad koja je 1822. godine bila zahvatila ogroman dio stanovništva Crne Gore, primorala je Petra I da se obrati vladama Austrije i Rusije, s molbom da odobre da se po više crnogorskih porodica nasele na njihovim teritorijama.⁶⁶

Na kongresima u Ahenu 1818. i Veroni 1822. godine, evropske sile nijesu priznale nezavisnost Crne Gore, ali su poštovale ingerenciju Rusije u odnosima Crne Gore i Turske. Crna Gora nije učestvovala u radu međunarodnih kongresa i konferencija, već je bila njihov objekt. Ne može se govoriti o Crnoj Gori kao subjektu međunarodnog prava iako taj subjektivitet postoji u izvjesnoj mjeri. Osim Rusije stvaranje crnogorske države u XIX vijeku ostalo je bez formalnog priznanja evropskih država, naročito Turske. Pokroviteljstvo Rusije u međunarodnim odnosima Crne Gore dobilo je bilo određeni stepen naglašenosti i priznavano je prethodnom saglasnošću velikih sila, a Crna Gora se u spoljnopolitičkom saobraćaju pozivala na pravo ruskog pokroviteljstva. Crnogorci su molili cara Nikolaja I na početku vladavine "da se izbori za oficijelno priznanje Crne Gore kao zemlje pod zakonitim pokroviteljstvom Rusije."⁶⁷

⁶³ Dr Vladan Đorđević, *Crna Gora i Austrija 1814-1894*, Beograd, 1924, str. 8-10.

⁶⁴ Arhiv Istorijskog instituta Crne Gore, fascikla 134.

⁶⁵ Dušan D. Vuksan, Petar I Petrović Njegoš i njegovo doba, Cetinje, 1951, str. 232.

⁶⁶ Đorđije-Đoko D. Pejović, *Iseljavanje Crnogoraca u XIX vijeku*, Beograd, 1962, str. 137.

⁶⁷ Dr Jelena Guskova, *Rusija i Jugoslavija istorijske tradicije i pragmatizam novog milenijuma*, Zbornik radova CANU, Podgorica, 1999, str. 347.

Dokad je bila obustavljena subvencija poslije 1807. godine teško je utvrditi. Iz podataka se vidi da su početkom oktobra 1823. godine upućena dva čeka od po 7930 rubalja na ime pomoći za 1821. godinu. U nekoliko narednih godina pomoć Petru I je isplaćivana, iako neuredno i sa zakašnjenjem. Zahvaljujući promjeni na ruskom prestolu, 1826. godine je riješeno "da se obnovi crnogorskom narodu godišnja pomoć od 1000 dukata i produži crnogorskom mitropolitu lična pomoć od 300 dukata godišnje". Otada je pomoć redovno isplaćivana sve do njegove smrti 1830. godine. Pomoć je isplaćivana u četvoromjesečnim ratama, tri puta godišnje. Rusija je od 1826. davala godišnje 2900 rubalja za školovanje Đorđija Petrovića, a od 1828. Ivanu Popoviću 400 rubalja.⁶⁸ Rusko ministarstvo finansija je u doba mitropolita Petra I slalo novac na Cetinje preko ruskog vice-konsula u Dubrovniku Jeremije Gagića. Petar I je morao na taj novac davati priznanice Gagiću. Mitropolit Petar se veoma obrađovao ovoj pomoći i počeo je popravljati jadno stanje svoga naroda, po treći put je zaveo sud u zemlji da bi prekinuo samovolju pojedinaca i bratstava.

Petar I je do kraja svog života vodio prepisku sa Rusijom. Dvadesetih godina XIX vijeka prepiska je nešto manjeg obima, između ostalog i zbog nedostatka hartije. Zato mu knez Miloš preporučuje 21. oktobra 1827. da ako ima prepiske s Rusijom neka je šalje preko njega "jer i sam s državom ruskom počesto prepiske imam".⁶⁹

Svoj politički nastup potpune odanosti Rusiji, Petar I nigdje nije skrivao ili ublažavao, i naročito se to vidi po tome da se nazivao: "Petar, božijom milošću pravoslavni mitropolit crnogorski, Skenderije i Primorja i ruskog carskog ordena Aleksandra Nevskog kavaljer". Često se potpisivao samo kao "vladika crnogorski i kavalier rusijski".

Kada ja 1828. počeo rat Rusije sa Turskom, Crnogorci su polagali velike nade u uspjeh ruskog oružja. Crnogorski mitropolit je zatražio od ruske vlade da primi njegovu zemlju pod otvoreno pokroviteljstvo i da to javno očituje.

U svom testamentu mitropolit Petar I piše: "Isto tako da Bog da i onome, koi bi vas od vjernosti k blagočestivoj i Hristoljubivoj Rusii otlučiti poiskao i svakojemu ako bi se koi iz vas Cernogoracah i Berđanah našao da pomisli otstupiti od pokroviteljstva i nada na jednorodnu i jedinovjernu nama Rusiju, da Bog da jakij te od njega živoga meso odpadalo i svako dobro vremenito i vječno otstupilo! Svijema, pak, dobrijema, vjernijem i koi gođ ovo moje poto-

⁶⁸ Dr Mirčeta Đurović, *Crnogorske finansije 1860-1915*, 1960, str. 58.

⁶⁹ Vuksan Dušan, *Crna Gora od 1824. do 1827. godine*, Zapis, Cetinje, 1941, knj. - XXV, str. 205.

nje pismo poslušaju i sverše da bude najuserdnije moje otečesko i Arhijerejsko blagoslovenije ot roda v rodov i vo vjeki vjekov! Amin."⁷⁰

⁷⁰ Risto J. Dragičević, Testament mitropolita Petra I, Istoriski zapisi, knj. III, sv. 5-6, Cetinje, 1949, 241-243.

UDK: 347.235:339.142

**INFORMACIONA ASIMETRIJA KAO FAKTOR DESTABILIZACIJE
TRŽIŠTA STAMBENIH NEKRETNINA U MALIM I
OTVORENIM EKONOMIJAMA**

**INFORMATION ASYMMETRY AS A DESTABILIZING FACTOR IN
THE RESIDENTIAL REAL ESTATE MARKET AT SMALL AND
OPEN ECONOMIES**

mr ALEKSANDAR RADULOVIĆ, Podgorica

Apstrakt: *Jedan od najznačajnijih izvora informacija o kretanjima cijena na tržištima stambenih nekretnina u malim i otvorenim ekonomijama predstavljaju mediji. Ne sporeći uticaj medija u formiranju mišljenja i stavova kod investicionih odluka, ovim tekstom nastojim pokazati koliko paušalne i ponekad neutemeljene ocjene o cjenovnim kretanjima na stambenim tržištima mogu subjektivnošću „zamagliti“ suštinu veoma kompleksnog problema kao što je određivanje ravnotežnih trenutnih i predviđanje budućih cijena nekretnina u malim i otvorenim tranzicionim ekonomijama.*

Ključne riječi: *Stambene nekretnine, indeksi, finansiranje stanogradnje, mediji, banke*

Abstract *One of the most important sources of information on price developments in the residential real estate markets in small and open economies are the media. Not denying the impact of the media in forming attitudes and behavior of investment decisions, this paper attempts to show how arbitrary and sometimes unfounded judgments on price developments in the housing market may subjectivity "blur" the essence of very complex problems such as the determination of the equilibrium current and predicting future real estate prices in small and open economies in transition.*

Key words: *Residential Real Estate, Indexes, Housing Finance, Medias, Banks*

1. Uvod

Cijene stambenih nekretnina i uslovi stanovanja (rentiranja) kao i njihova vrijednost u fokusu su pažnje medija širom svijeta. Cijeneći uticaj medija kod donošenja odluka o investiranju odnosno zaduživanju oprez kod iznošenja procjena o kretanju cijena je posebno značajan. Kako se u principu radi o dugoročnim investicijama to je od posebnog značaja i investicioni horizont odnosno adekvatnost procjene i kvantifikacije svih relevantnih informacija te njihova ekstrapolacija u srednjem i dugom roku.

Globalizacija informacionog prostora i posebno finansijska liberalizacija dovela je i do interesovanja najpoznatijih svjetskih medija za događanja na tržištima stambenih nekretnina. Neki mediji imaju i svoje kreirane indekse cijena stambenih nekretnina te rentnih vrijednosti na nacionalnom nivou. Za potrebe ovog teksta biće ilustrovan House price indeks londonskog *The Economist*.

O institucionalnim problemima i nesavršenostima u segmentu finansiranja stanogradnje (Housing finance) na tržištima u razvoju postoji dosta radova a vjerovatno najilustrativniji naslov je svakako autora (Buckley i Van Order, 2005)¹. Kao ključne probleme u funkcionisanju održivog sistema finansiranja stanogradnje ti autori navode asimetrične informacije hipotekarnih zajmodavaca te visoke transakcione troškove prilikom eventualne realizacije kolaterala u slučaju defaulta.

U dijelu asimetričnih informacija koje „dobijaju“ hipotekarni zajmodavci u stručnoj javnosti se naglašava problem sa prikupljanjem, sistematičnošću i reprezentativnosti obrade te daljeg monitoringa tržišnih informacija relevantnih za tržište nekretnina, posebno segment stambenih nekretnina zbog njegove izrazite heterogenosti. Buckley i Van Order naglašavaju problem sa cijenom prikupljanja i obrade informacija sa tržišta nekretnina te konstatuju izostanak sistemskog pristupa interesovanja zajmodavaca.

Lokalni mediji necjelishodnim praćenjem, ove veoma kompleksne problematike, mogu uticati na donošenje neadekvatnih odluka. S obzirom da je tržište stambenih nekretnina i kod nas (Crna gora, ex YU prostor) zaživjelo i bilo posebno aktivno u vrijeme koje je prethodilo globalnoj finansijskoj krizi,

¹ Rad je nastao nekoliko godina prije globalne finansijske krize. To napominjem iz razloga što se globalna finansijska kriza laički akcentira kao glavni uzročnik kolapsa na tržištima stambenih nekretnina u nekim privredama u tranziciji a u crnogorskoj javnosti je ona najilustrativnija

posebno u periodu od 2005-2008. godine, uloga lokalnih medija u uslovima nedovoljne finansijske pismenosti lokalnog stanovništva, kao konzumenata informacija, imala je nesumnjiv uticaj.

Pored toga indirektni uticaj medija može biti posmatran i kroz vizuru stabilnosti finansijskog sistema (posebno bankarskog). Naime, medijskim tekstovima o sigurnosti bankarskog sistema, posebno izvještavanjem o hipotekarnom portfoliju kao kolateralima kreditnih plasmana, dodatno je moguće unijeti iluziju njegove stabilnosti².

2. Globalni rast cijena stambenih nekretnina i medijska prezentacija

Finansijska kriza koja je sredinom 2007. i početkom 2008. godine prerasla i u globalnu ekonomsku krizu zaustavila je rast cijena stambenih nekretnina i nakon, u najvećim ekonomijama obilježja stambenog cjenovnog balona, preokrenula smjer u padajući.

Prema novijim istraživanjima (Burnside, Eichenbaum, Rebelo 2011.) za stambene nekretnine karakteristične su epizode cjenovnog buma odnosno pada, što su empirijski potvrdili u različitim državama u različitim periodima. Na primjeru Velike Britanije i smjenjivanja ciklusa rastućih i padajućih (boom - bust) cijena stambenih nekretnina Ortalo-Magne, Rady (1999) su zaključili da njega uglavnom generišu mlađe populacije tzv. prvi kupci nekretnina koji imaju i specifičnije potrebe za kvalitetnijim uslovima življenja. Njihove želje uglavnom podstiču novu stanogradnju, rast cijena a uglavnom im prethode periodi niske nezaposlenosti i makroekonomske stabilnosti koji absorbuju novu radnu snagu.

Nakon četvorogodišnjeg kontinuiranog rasta cijene stambenih nekretnina su dostigle vrhunac 2008.godine i od tada su počele pad. Na rast cijena stambenih nekretnina uticali su brojni faktori od kojih je svakako najvažniji bio stabilan ekonomski ciklus te značajno veća stambena dostupnost (housing affordability) pod povoljnim finansijskim uslovima (duži rokovi otplate, niže kamatne stope, liberalizovano određivanje kreditne sposobnosti i sl.) što je povećalo tražnju za stambenim nekretninama a samim time i rast cijena. U pe-

² Pobjeda, 17.10.2012. Crnogorske banke: Za kredite založena imovina vrijedna 9,6 milijardi eura;

Dan, 16.11.2012. Cijene pale u Podgorici, porasle na sjeveru;

Vijesti, 07.01.2013.Preko 13.000 praznih stanova u Podgorici, a krediti za kupovinu nepovoljni

riodu od 2001. do 2007.godine kretanja cijena stambenih nekretnina u većem dijelu najrazvijenijih ekonomija imao je obilježja stambenog buma.

U periodu nakon vrhunca rasta cijena sredinom 2007. u nekim od najvećih ekonomija (Australija, Kanada, Francuska) došlo je kratkotrajne volatilnosti da bi od tada cijene počele da padaju. U najrazvijenijoj ekonomiji svijeta, Sjedinjenim Američkim Državama, pad cijena stambenih nekretnina konstantan je u periodu od 2007. do kraja 2011. godine.

Tabela 1: Prikaz indikatora kretanja cijena stambenih nekretnina, renti i raspoloživog dohotka 2007-2012. *The Economist house price indicator*

	Na kraju 2012 u %			
	Y/Y	Od 2007.	Valuacija ³	Rasp. dohodak ⁴
Austrija	10.1	23.3	-13	na
Hong Kong	21.8	86.8	69	na
Kanada	3.3	20.0	78	34
Švajcarska	3.6	21.6	na	-8
Njemačka	2.7	8.8	-17	-17
Singapur	2.8	24.1	57	na
Francuska	-1.3	2.7	50	35
SAD	4.3	-20.5	-7	-20
Južna Afrika	5.0	12.2	-5	10
Kina	-0.5	16.7	7	-35
Australija	0.3	10.4	45	23
Velika Britanija	-0.9	-11.2	21	12
Japan	-2.6	-14.2	-37	-36
Italija	-4.0	-11.3	-1	12
Švedska	-2.6	8.1	31	18
Holandija	-6.8	-13.5	17	33
Španija	-9.3	-24.3	19	21
Irska	-5.7	-49.4	-1	-5

Izvor: *The Economist*⁵, 12.01.2013.

³ Relativni odnos sa dugoročnim prosjekom (-podcijenjenost)

⁴ Raspoloživi dohodak po osobi

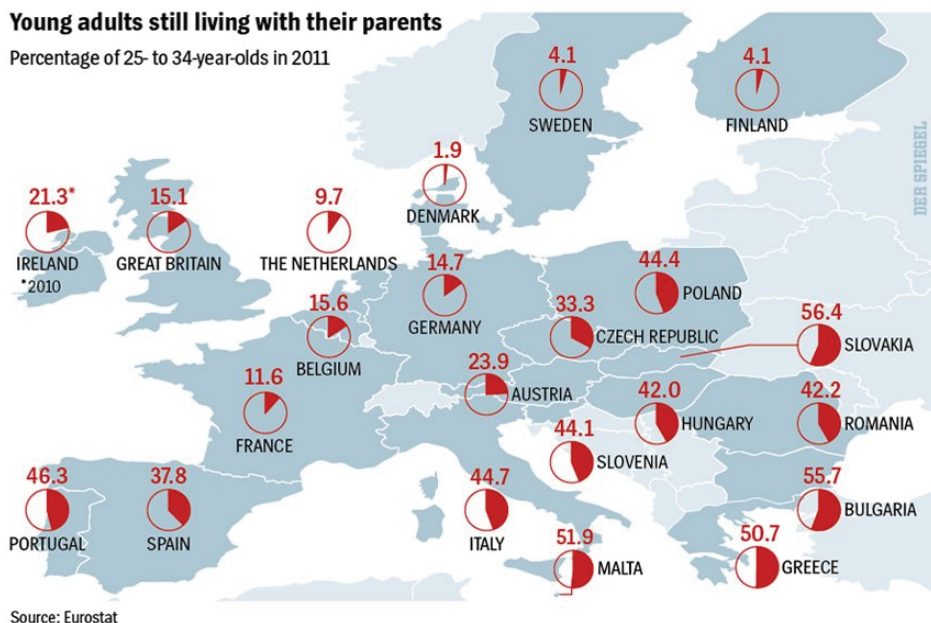
Cijeneći indikatore o valuaciji prosječnih vrijednosti stambenih nekretnina prema The Economist House price indeksu može se zaključiti da su stanovi u npr. Njemačkoj podcijenjeni, slično je i u Japanu dok je enorman rast doveo do precijenjenosti u npr. Hong Kongu, Kanadi.

Globalna finansijska kriza dovela je i do nemogućnosti osamostaljenja uglavnom mlađe populacije⁶. Iako je stambena samostalnost, zahvaljujući radnom angažmanu i kvalitetnoj finansijskoj ponudi stambenih kredita banaka, jedan od osnovnihh preduslova demokratskog razvoja kriza pokazuje da se bilježe uglavnom negativni trendovi. Naime, prema određenim medijskim istraživanjima na osnovu relevantnih podataka (Eurostat) sve više mlađe populacije stanuje sa roditeljima. Na slici 1 dati su podaci o procentu mlađe populacije koja stanuje sa roditeljima. Za Mediteran je taj procenat bio visok i prije krize a podaci o području ex Jugoslavije bi sigurno bili poražavajući.

Slika 1: Procenat mlađe populacije koja stanuje sa roditeljima

Young adults still living with their parents

Percentage of 25- to 34-year-olds in 2011



Izvor: Der Spiegel⁷, 15.01.2013.

⁵ Izvori podataka za analizu The Economist Housing indeksa su podaci institucija kao što su BIS, OECD, Centralne banke pojedinih država, Nationwide i dr.

⁶ Stanovništvo u starosnoj dobi od 25-34 godine

⁷ Der Spiegel : *Hotel Mama: Bad Economy Has Young Europeans at Home* (15.01.2013.)

Der Spiegel navodi i da procjene da se 29 odsto mladih stanovnika SAD vraća svojim roditeljima da stanuju sa njima te da su na osnovu anketa The Pew Research Center njih 78 odsto smatra zadiovoljnim svojim uslovima stanovanja. Ovaj fenomen u SAD prepoznat je kao tzv. *Boomerang generation*.

Dugi ciklusi makroekonomske stabilnosti sasvim razumljivo doveli su i do pojačane tražnje za stambenim nekretninama, što je doprinijelo i rastu cijena. Sa druge strane, globalna finansijska i ekonomska kriza od 2007. godine uglavnom obara tražnju za nekretninama a samim tim i njihove cijene. Pri tome svakako treba imati na umu da je cjenovni balon na tržištu stambenih nekretnina jedan od uzročnika krize, pa je pad cijena sasvim razumljiv.

Sem podizanja vrijednosti kolaterala, koju uzrokuje korisnik zajma, ona može rasti i zbog niza makroekonomskih faktora čiji se rezultati reflektuju i na tržište nekretnina. Poznato je da periodi prosperiteta podižu ličnu i investicionu potrošnju a sa rastom tražnje rastu i cijene na tržištu nekretnina. Rast vrijednosti nekretnina moguć je i kao refleksija na posebnu urbanizaciju određenih područja i regiona. Nasuprot takvim kretanjima, vrijeme depresija i pada investicionih aktivnosti značajno smanjuje potrošnju a samim tim i tražnju za nekretninama, pa usljed nedovoljne tražnje pada i cijena kolateralu.

3. Analiza praćenja tržišta stambenih nekretnina

Određivanje tržišne vrijednosti nekretnina te njegovo adekvatno praćenje i valorizacija je veoma kompleksan posao i zahtijeva dnevni monitoring, kvalitetan statistički obuhvat te izuzetno dobro poznavanje lokalnih specifičnosti finansijskog i posebno tržišta nekretnina. Određivanje tržišne vrijednosti nekretnina u datom trenutku je rezultat ponude i tražnje na određeni datum ali određivanje vrijednosti kolaterala hipotekarnim odnosno stambenim kreditima je mnogo kompleksnije pitanje koje gotovo ignoriše kratkoročne oscilacije na tržištu. Upravo iz tih razloga u stručnoj literaturi, posebno sa velikih i relativno razvijenih tržišta, postoji dosta radova koji naglašavaju neefikasnost tog segmenta tržišta.

U većini evropskih zemalja kod kreiranja indeksa potrošačkih cijena u obzir se uzima korisnički pristup i indeks potrošačkih cijena uključuje rente, a ne u imputirane rente. Nabavna cijena nekretnina (pristup sticanja) ne predstavlja dio indeksa potrošačkih cijena. Ipak, Evropska centralna banka (European Central Bank - ECB) je identifikovala potrebu za statistikama cijena nekretnina, a 2003 je pripremio dokument o strukturnim faktorima na stambe-

nim tržištima u EU⁸. ECB dobija tromjesečne podatke o indeksa cijena stambenih nekretnina u zemljama Evropske monetarne unije (Evropska monetarna unija - EMU). Od država koje nisu članice EMU, ECB-godišnje informacije potrebne za pripremu izvještaja o konvergenciji, kvartalni podaci će se morati prijaviti prilikom ulaska u EMU. Postojeća situacija u zemljama EMU-a je vrlo različita. Neke zemlje, posebno velike imaju ozbiljan pristup toj problematici dok se u malim kao npr. Malta prepisuju oglašene cijene iz lokalnih medija.

Područje indeksa nekretnina uređeno je priručnikom za indikatore finansijske solidnosti koji su uradili stručnjaci MMF⁹. Taj priručnik je, u teorijskom dijelu, manje sadržajan i cjelovit kao što je CPI manual, dok u praktičnom pogledu sadrži koncepte i definicije izvora i metoda za sastavljanje finansijske stabilnosti koje identifikuje izvršna uprava MMF.

Aдекватnoj procjeni kolatela, kao pretpostavci stabilnosti finansijskog sistema posvećeni su i dijelove Direktive o kapitalnim zahtjevima Evropske komisije. Prema toj direktivi veoma važni su određeni principi vrednovanja te monitoring vrijednosti kolaterala procijenjen od strane nezavisnih procjenitelja.

Po Direktivi o kapitalnim zahtjevima Evropske komisije¹⁰, nekretnina mora biti u vrijednosti ili manje od trenutne tržišne vrijednosti na osnovu koje bi mogla biti prometovana u privatnoj prodaji između prodavca i za kupovinu spremnog kupca na datum vrednovanja. Vrijednost kolaterala zasniva se na vrijednost imovine i prirodu i opseg zalag imovine, uzimajući u obzir postojanje prethodnog zahtjeva. Nekretnina mora biti u vrijednosti procijenjena od strane nezavisnih procjenitelja u ili manje od tržišne vrijednosti. U onim državama članicama koje su propisane stroge kriterije za procjenu vrijednosti hipotekarnih kredita u zakonskim ili regulatornim odredbama imovine može biti cijenjena od strane nezavisnih procjenitelja u ili manje od vrijednosti hipotekarnog zajma.

Učestalost vrednovanja nekretnina takođe je „nametnuta“ Direktivom o kapitalnim zahtjevima EK¹¹. Vrijednost imovine neophodno je pratiti najma-

⁸ ECB (2003): Structural factors in the EU housing markets

⁹ IMF (2004): Compilation Guide on Financial Soundness Indicators <http://imf.org.external/np/sta/fsi/eng>, pages 158-169

¹⁰ Annex VIII, Part 2, Paragraph 63, Capital Requirements Directive, European Commission

¹¹ Annex VIII, Part 2, Paragraph 8 Capital Requirements Directive, European Commission

nje jednom godišnje za komercijalne nekretnine i jednom svake tri godine za stambene nekretnine. Češće praćenje sprovodi se gdje je tržište podložno značajnim promjenama i uslovima. Statističke metode mogu se koristiti za praćenje vrijednosti nekretnina i identifikaciju imovinu koju treba revalorizovati.

3.1 Monitoring tržišta stambenih nekretnina u ex YU državama

Zvanična statistika tržišta nekretnina uglavnom je dostupna iz publikacija državnih zavoda za statistiku te popisa. Aktivnosti stanogradnje i stambenog fonda prate se prema izvještajima građevinskih kompanija kada su u pitanju novosagrađeni stambeni objekti od strane pravnih lica kao i podaci o cijenama novih prodatih stanova.

Statistički zavod Republike Slovenije (SURS) prikuplja podatke o cijenama novih stanova, ali ne izračunavana i objavljuje indekse. Poreska uprava Republike Slovenije prikuplja podatke o prometu za procjenu poreza na imovinu. Banka Slovenije je od 2004. godine počela sa aktivnostima potrebnim za dobijanje podataka o prometu nekretnina koje povremeno publikuje.

U Hrvatskoj podatke o izgradnji i prodajnim cijenama novih stambenih objekata sistematizuje i publikuje Zavod a statistiku dok se podaci o prometu na sekundarnom tržištu (postojeće nekretnine) sakupljaju u Poreskoj upravi zbog oporezivanja. Isto tako postoji i nekoliko agencija koje pripremaju indekse cijena stambenih nekretnina dok Hrvatska narodna banka priprema analize na osnovu hedonističkog indeksa.

U Srbiji a slično i u Crnoj Gori statistiku izgradnje i prodajnih cijena novih nekretnina objavljujuju Zavodi za statistiku. U dijelu prometa postojećim nekretninama još uvijek ne piostojе preciznije evidencije. Nacionalna korporacija za osiguranje stambenih nekretnina Srbije (NKOSK) priprema i povremeno objavljuje indeks cijena postojećih nekretnina na osnovu prometa i informacione baze stambenih kredita koje osigurava ova državna institucija koja postoji od 2004.godine. U Crnoj Gori događanja na tržištu stambenih nekretnina „prati“ Centralna banka koja sprovodi anketu na osnovu hedonističke metode.

Osnovna ideja hedonističkog metoda je odrediti obilježja proizvoda koja kupcu pruža zadovoljstvo i utvrđivanje tzv. implicitnih cijena. Nakon što su implicitne cijene procijenjene, hedonistička cijena proizvoda dobija se kao zbir implicitnih cijena pojedinih obilježja proizvoda. Upoređivanjem implicitnih cijena pojedinih obilježja bliže se istražuje strukturu preferencija kupaca. Ukoliko želimo da upoređujemo i pratimo promjene cijena nekretnina, neop-

hodno je da kontroliramo kvalitativne razlike u stambenim objektima. Hedonički indeks se upravo bazira na ekstrahovanju kvalitativnih karakteristika stambenih objekata, kako bi se dobila nepristrasna procjena vrijednosti stambenog objekta.

Određivanje i praćenje cijena nekretnina nije jednostavan zadatak. Obično je teško odrediti promjenu cijene jedne nekretnine tokom vremena jer se ista nekretnina najčešće ne prodaje mnogo puta. No, primjenjujući opisanu hedonističku metodu, moguće je odrediti implicitne cijene pojedinih obilježja nekretnine, pomoću kojih aproksimiramo cijenu nekretnine u različitim periodima.

Na prostorima ranije Jugoslavije hedonistički metod određivanja cijena nekretnina nalazio je primjenu u istraživanjima i određivanjima cijena kod Hrvatska narodne banke (HNB), Sloveniji i Crnoj Gori. Hedonistički modeli uzimaju u obzir heterogenost nekretnina, u model uključuje i kvalitativne karakteristike i prostorno prodane jedinice. Korišćenje hedonističkog prilagođavanja za izračunavanje indeksa stanovanja je vrlo rasprostranjeno posebno u zemljama sa razvijenim tržištem rentalnih stanova.

Model koji je primijenjen u Hrvatskoj sadrži 62 varijable kojima su prethodno određene ponderisane frekvencije. Osnovna ideja ovog hedonističkog metoda je identifikacija obilježja koja kupcima donose zadovoljstvo te određivanje nužnih cijena tih obilježja (implicitne cijene). Nakon procjene implicitnih cijena, hedonistička cijena proizvoda izvodi se kao zbir implicitnih cijena pojedinih obilježja proizvoda (u ovom slučaju stambene jedinice). Upoređivanjem implicitnih cijena obilježja može se bliže saznati preferencija kupaca.

Model koji je korišćen u analizi u Crnoj Gori bio je značajno jednostavniji od modela iz Hrvatske. U primjeni je bio klasični log-log model, koji procjenjuje promjenu stope rasta cijena nekretnina sa rastom veličine stambenog objekta ili posjedovanjem određene karakteristike. Pojedine centralne banke (Hrvatska narodna banka) do podataka o bazi cijena nekretnina dolazile su preuzimanjem (kupovinom) od agencija za nekretnine, dok su neke (Centralna banka Crne Gore) sprovodile telefonske ankete.

Kod baze podataka preuzetog od agencije za nekretnine za svaku pojedinačnu nekretninu se uzimaju podaci o kupoprodajnoj cijeni (traženoj i postignutoj), datumu prodaje te geografsko-lokacijskim i kvalitativnim obilježjima tj. atributima. Podaci se dalje svrstavaju prema određenim geografskim obilježjima (glavni grad, turistička mjesta i sl.) bližim lokacijskim odredištima (urbano-ruralno i sl.).

Glavna zamjerka hedonističkom metodu procjenjivanja cijena nekretnina, pogotovo u onim državama, gdje se ne sakuplja baza podataka od agencija za nekretnine na osnovu realizovanog prometa, već se to radi anonimnim TF izjašnjavanjem je subjektivnost. Naime, ona je statička i subjektivna kategorije i njenu relevantnost npr. treba uporediti sa metodološki izgrađenim indeksom Case&Schiller u SAD koji je u maksimalno mogućoj mjeri tržišan ali i kod njegovog tumačenja kao kupac odnosno investitor uvijek treba imati rezervi.

4. Relevantnost indeksa tržišta nekretnina

Indeksi tržišta stambenih nekretnina predstavljaju značajnu osnovu za praćenje kretanja cijena na tom imovinskom segmentu. Na razvijenim tržištima nekretnina indeksi koji imaju višedecenijsku istoriju tržišnih kretanja te neophodnih parametara dok se na tržištima u nastajanju oni tek formiraju.

Na tržištima SAD i Velike Britanije je pokretljivost radne snage intenzivnije nego što je to na tržištima u razvoju, posebno ranijem EU istoku te na području Centralne i Južne Evrope. Pokretljivost je rezultat ekonomskih imigracija ali i interne fluktuacije stanovništva u traženju boljih uslova egzistencije. Iz tih razloga je i razvijen rentalni sektor stambenih nekretnina pa je i neophodno imati odgovarajuću informatičku infrastrukturu o kretanju cijena i trendova.

Na tržištima u razvoju, ranije socijalističke ekonomije, pokretljivost radne snage i ukupnog stanovništva je značajno manja i te zemlje uglavnom predstavljaju emigraciona područja. Na nacionalnim nivoima može se evidentirati i kretanje stanovništva iz slabije razvijenih u razvijena područja (pretežno useljavanje u glavne gradove) kao i pomjeranja stanovništva usljed eventualnih međunacionalnih sukoba (karakteristično za neke djelove ex SFRJ).

4.1 Indeksi stambenih nekretnina u SAD

Najpoznatiji indeksi cijena stambenih nekretnina koji su u primjeni u Sjedinjenim Američkim Državama su:

- Case&Schiller S&P indeks (nazvan po autorima),
- Zillow indeks (ZHVI);

Case&Schiller S&P indeks nekretnina predstavlja jedan od najreprezentativnijih indeksa stambenih nekretnina u Sjedinjenim Američkim Državama. U "porodici" ovog indeksa nalazi se ukupno 23 indeksa i to 20 indeksa najvećih regionalnih centara u SAD, 2 kompozitna indeksa i nacionalni indeks

koji pokazuje kretanje cijena nekretnina u SAD. Indeks je razvijen 1980. godine i nosi ime po autorima.

Indeks se bazira na prikupljanju podataka o prodajnim cijenama stambenih objekata. Svaka prikupljena prodajna cijena nekretnina predstavlja predmet posebnog posmatranja. Naime, da bi indeks bio što vjerodostojniji formiraju se tzv. indeksni parovi. To znači da se uzima cijena od prodaje određene nekretnine i prati njena dalja prodajna cijena, mjesecima odnosno godinama. Kada dodje do kupoprodajne transakcije uzima se i ta cijena i formira se cjenovni par. Razlika između te dvije cijene kod cjenovnog para predstavlja osnovicu za mjerenje kretanja na tržištu nekretnina. Svi cjenovni parovi u jednom regionu agregiraju se u poseban indeks. Cjenovni parovi se posebno posmatraju i uključuju u indeks.

Osnovne postavke Case&Schiller je da on obuhvata promet nekretnina u 20 vodećih metropola u SAD (koji se smatra prilično pouzdanim) te na nivou države u cjelini.

Kod uključivanja se posebno vodi računa o eventualnim distorzijama cijena koje mogu izazvati transakcije koje se odvijaju među srodnicima, transakcije po preuzimanju hipoteka, te brisanje kao nekvalitetnih transakcija koje imaju različite cjenovne parove za iste ili slične objekte u istoj regiji. Osnovna varijabla za uzimanje u obzir prilikom konstrukcije indeksa cijena stambenih nekretnina po Case&Schillerovoj metodologiji¹² je promjena cijene dobijena na osnovu zaključene kupoprodajne transakcije za istu nekretninu koje prikupljaju regionalni uredi. Kod uzimanja uzorka za praćenje promjena cijena kod Case Schiller indeksa uzimaju se sve prometovane nekretnine tj. nekretnine koje su u slobodnoj prodaji te nekretnine koje se prodaju u postupku prinudne prodaje (foreclose).

Ponderisanje trgovačkih parova stambenih nekretnina obavlja se na regionalnom principu. Zbog činjenice da je tržište stambenih nekretnina čak i na mikro lokacijama heterogeno (jer cijene nekretnina uglavnom zavisa od niza individualnih preferenci) te okolnosti da promjene cijena u jednoj regiji ne moraju značiti i istosmjernu te jednako izmjerljivu promjenu vrijednosti određenog para individualnih nekretnina postoje i određeni principi ponderisanja koji su uključeni prilikom kreiranja indeksa. To su:

- Cjenovne anomalije, koje postoje u slučajevima visoke razlike u promjenama cijena datog cjenovnog para u odnosu na priomjene u regiji a da pret-

¹² S&P/Case&Schiller Home Index Methodology, March 2008.

hodno nekretnini nije dodatno povećana vrijednost (rekonstrukcija, urbanizacija i sl.),

- Frekventnost prometa posmatranih nekretnina, što znači da se iz uzorka izbacuju nekretnine kojima je napravljeno više kupoprodajnih transakcija u roku kraćem, od 6 mjeseci,

- Interval prodaje, koji znači da su posebno pogodne nekretnine koje su prometovane u što dužem roku tj. vremenski razmak između transakcija je bio što duži,

- Inicijalna vrijednost novo posmatrane nekretnine, koja označava uključivanje novih nekretnina sa prodajnim cijenama dok je nekretnina još bila nova tj. sagrađena. U adekvatnim slučajevima kao upoređenje se može koristiti i cijena sličnih nekretnina na tom području;

Zillox indeks cijena stambenih nekretnina je konstruisan na sveobuhvatniji način od indeksa Case&Schiller. Zillow (ZHVI) generiše procjena nekoliko puta nedjeljno na više od 70 miliona stambenih nekretnina ili 3/4 raspoloživih stambenih nekretnina u SAD-u, a izračunava istorijske vrijednosti koje datiraju iz 1997 (na taj način stvara više od 13 milijardi Zestimates).

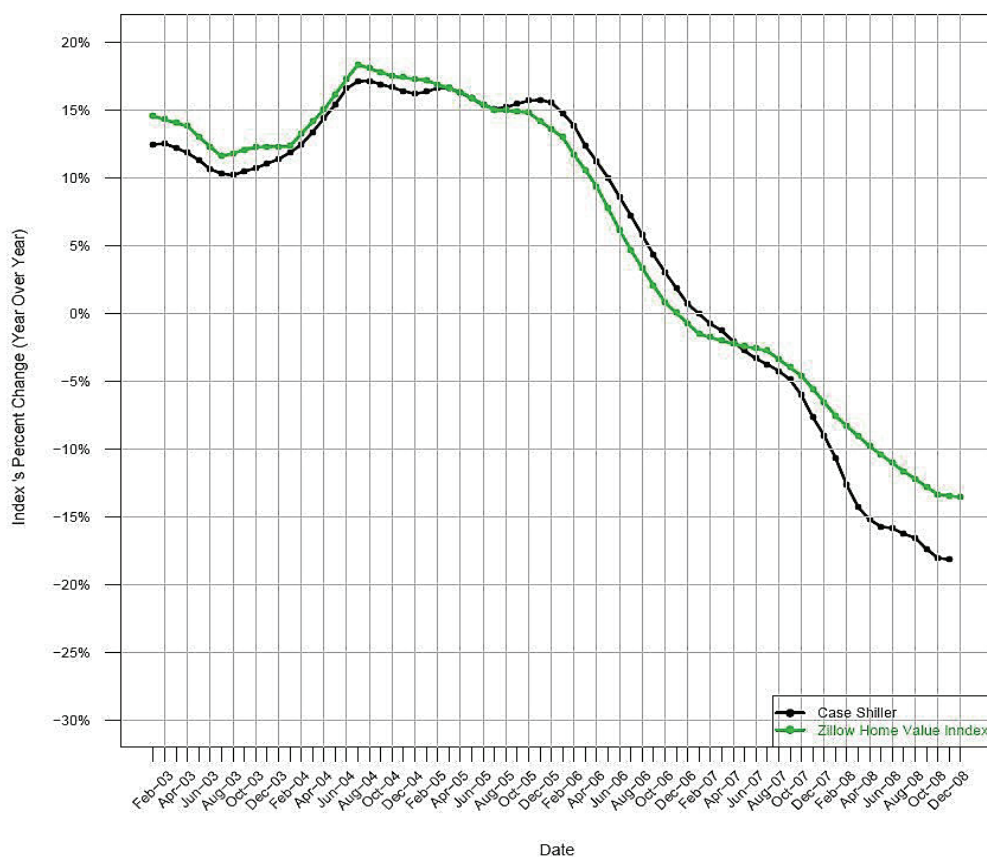
ZHVI eliminiše predrasude prisutne kod prodajnih cijena u pogledu vrijednosti svih stambenih nekretnina u regiji, a ne samo one koji su bili predmet prodaje. Statistički modeli koje koristi Zestimates kontrolu za mješanje stanova za prodaju po pronalaženjem obrasce u vrstama nekretnina koji se prodaju (bez obzira koliko nereprezentativnom od ukupnog skupa stambenih nekretnina), a zatim primjenom ovih obrazaca za sve stambene nekretnine. Na primjer, ako je samo nekoliko kuća od određene vrste prodato u određenom periodu, model može izvući informacije od onih koji prodaju i primjenjuju se na sve domove tog tipa.

Važno svojstvo procjene Zillow Zestimate koja im omogućuje da se spajaju u vrlo tačne i pouzdane ZHVI je da oni imaju relativno malo sistemskih grešaka. To znači da individualne procjene, svaka sa mogućnošću male greške, mogu da se sjedinjuju u obliku vrlo tačne mjere svih stambenih nekretnina. Manji ostatak sistemskih grešaka koje ne ulazi u Zestimates je uklonjen iz svih istorijskih nizova podataka kada se ZHVI obračunava na lokalnom ili nacionalnom nivou.

Dvije važne razlike između Case&Shiller indeks i ZHVI su pokrivenost i latencije. Što se tiče pokrivenosti, ZHVI je prijavljen za više od 160 velegradskih područja, dok Case&Shiller izvještava o 20 metropola (iako je nacionalni Case&Shiller indeks koristi podatke iz oko 100 metropola). Što se tiče

latencija, Case&Shiller javnost izvještava na mjesečnoj osnovi s dva mjeseca kašnjenja u objavljivanju podataka (npr. podaci za januar izlaze u martu). Zes-
timates i ZHVIIs se objavljuju više puta nedjeljno. Razlike u metodološkom
obuhvatu i pristupu obračuna indeksa Case&Schiller i Zillow Home dovode i
do različitih vrijednosti. Na slici 2 date su vrijednosti oba indeksa u periodu
od 2003 do kraja 2008 godine (pred početak krize).

Slika 2. Komparativne vrijednosti indeksa stambenih nekretnina u SAD:
Case&Schiller i Zillow Home value u periodu 2003-2008.



Izvor: Zillow, 2011.

Razlika u vrijednosti Case&Schiller i Zillow indeksa se može u velikoj
mjeri pripisati foreclosure transakcijama (prinudnim prodajama) koje su
uključene Case&Shiller indeksu, ali su isključeni iz ZHVI. Stepenn prinudnih

prodaja stambenih nekretnina značajno se povećao krajem 2007, Case&Shiller indeks počinje pad od tada.

Ako postoji interesovanje za promjene u vrijednosti nekretnina bez obzira vrstu transakcije (slobodna prodaja, prinudna prodaja) Case&Shiller indeks daje preciznije stanje. Ako postoji interesovanje za čistu promjene vrijednosti stambenih nekretnina (bez obuhvata prinudnih prodaja) tada Case&Shiller indeks daje previše pesimističnu sliku tog tržišta. ZHVI je osmišljen kako bi pružio uvid u čisto tržišne transakcije (bez prinudnih prodaja).

Pored dva gore opisana indeksa cijena stambenih nekretnina postoji još i niz drugih izvedenih indeksa (OFHEO, FHFA i sl.) koji u osnovi imaju podatke o zaključenim transakcijama.

Prema novijim radovima (Case, Coman, Hepburn, 2008) tržište stambenih nekretnina u SAD u vrijeme krize (i značajno prije nje) pokazalo je na nekoliko bitnih obilježja kretanja. Zaključujući da tržište stambenih nekretnina u SAD ima značajan disekvilibriraj autori navode osnovne karakteristike:

- Stambeni fond tj. tržište nekretnina je visoko heterogeno, a cijene je teško izmjeriti
- Cijene su podložne inerciji (mjehurića) i lako se kreću dolje,
- Stambena tržišta su tradicionalno količinski nepodobna za tržišno „čišćenje“,
- Cjenovna događanja na stambenom tržištu zavise o kreditnim tržištima i monetarnoj politici;

4.2 Indeksi stambenih nekretnina u Velikoj Britaniji

Halifax house price index je najpopularniji indeks nekretnina u Velikoj Britaniji. Ovaj indeks smatra se pouzdanim za kretanje cijena nekretnina. Pored Halifaxa jedan od najvećih kreditora Countrywide također objavljuje svoj indeks cijena nekretnina koji je metodološki blizak konkurentskom Halifaxu.

Halifax house price indeks je počeo da se objavljuje u januaru 1983. godine i objavljuje se na mjesečnoj osnovi. U kreiranje indeksa uključeno je snimanje stanja i cijena nekretnina svakog mjeseca to ne manje od 15 hiljada prometovanih jedinica. Indeks je sezonski prilagođen i ima standardizovan način prikupljanja podataka. Indeks je zasnovan na detaljnom snimanju cijena i nekretnina, fizičkih karakteristika nekretnina, lokacijama, regionalnoj zastupljenosti i sl. Indeks se priprema za mjesečne i kvartalna kretanja a sobzirom da se uzimaju i podaci o odobrenim kreditima pripremaju se i indeksi po vrstama

kupaca (first time buyer tj. kupci prve nekretnine, kupci sa postojećim nekretninama i dr.)

Rightmove House Price Index predstavlja indeks tržišta stambenih nekretnina u Velikoj Britaniji koji jednom mjesečno objavljuje podatke o kretanju cijena stambenih nekretnina. Kod ovog indeksa Velika Britanija je podijeljena u devet posmatranih područja dok glavni grad London predstavlja posebno područje. U svim područjima postoji i dodatna podjela na regije pa je tako London izdijeljen na novih 40 regija. Analitičari za ovaj indeks sakupljaju tražene i dobijene cijene stambenih nekretnina od agenata za prodaju i sintetizuju ih prema unaprijed zadanom uzorku. Rightmove ima saradnju sa više od 90% agenata nekretninama na stambenom tržištu pa se indeks koji on obračunava i publikuje može smatrati relativno pouzdanim. Uz naravno, jasnu ogradu da se radi o traženim i dobijenim cijenama te o obavljenim transakcijama.

Nationwide je takođe poznat indeks tržišta nekretnina koji priprema i objavljuje istomeno najveće Stambeno društvo (Buliding Society) u Velikoj Britaniji. Naime, ova finansijska institucija je najveći hipotekarni stambeni kreditor u Velikoj Britaniji i posluje na osnovu posebnog zakona pa otuda i potreba za posebnim indeksom o događanjima na tržištu stambenih nekretnina. Nationwide indeks se bazira na osnovu podataka o hipotekarnim kreditima i nekretninama kupljenim zajmovima ove finansijske institucije.

4.3 Informaciona imperfektnost u tranzicijskim državama

U privredama u tranziciji statistika je objektivno u fazi reformisanja, kod građevinskih radova i prometa na tržištu nekretnina veoma je upitan njen kvalitet obuhvata a kao osnova za ocjene trendova na tržištima stambenih nekretnina mogu poslužiti neki podaci.

Osim zvanične državne statistike, na pojedinim tržištima, postoje i agencije koje se bave prikupljanjem, sistematizacijom i obradom podataka o prometu na tržištu nekretnina (najviše postojećih objekata) te objavljivanjem indeksa. Ti indeksi u principu sadrže i regionalnu komponentnu (posebno glavni gradovi, turistička mjesta, provincije i sl.).

Prikupljanje podataka odvija se od agencija za promet nekretnina pri čemu se iz njihovih baza preuzimaju podaci o dvije vrste cijena a to su:

- Tražene cijene nekretnina,
- Dobijene cijene nekretnina;

Tražene cijene nekretnina predstavljaju cijene nekretnina koje njihovi vlasnici od posrednika u prometu nekretninama (agencija) očekuju da dobiju

u kupoprodajnim transakcijama. Tražene cijene nekretnina obično su veće od dobijenih cijena nekretnina koje su egzaktne i koje predstavlja cijene po kojima su agencije obavile promet određenih nekretnina.

U metodološkom smislu, tražene cijene nekretnina su u principu veće od dobijenih cijena nekretnina za vrijednost željenih cijena. U nekim državama u okruženju je veoma interesantan i podatak o veličini i kretanju razlike između traženih i dobijenih cijena nekretnina. Razlika između traženih i dobijenih cijena je od 20 do 30% a kada se ona počne smanjivati, objave agencija i kreatora indeksa nekretnina, to može ukazivati da je tržište sve slabije te da promet značajno pada.

Dvije vrste ulaznih podataka kod cijena nekretnina imaju bar dva metodološka problema. Prvi problem je što predstavljaju izraz subjektivnosti kod određivanja cijena i drugi metodološki problem je što ista nekretnina može biti ponuđena kod više agencija po različitim cijenama što stvara tržišnu distorziju. Indeksi traženih cijena nekretnina imaju i još jedan metodološki problem a to je vremenska komponenta. Obično ponuda za prodaju kod određenih agencija (posebno ako se tražena cijena procijeni nerealom i ako je smanjena tražnja za nekretninama) stoji mjesecima, pa kreatori takvih indeksa postavljaju i vremenska ograničenja trajanja ponude i cijene.

Poseban problem predstavljaju i okolnosti da cijene u prometu nekretnina, posebno na sekundarnom tržištu, ne održavaju po pravilu ugovorene vrijednosti. Ovo je prisutno u onim državama gdje je tzv. poreska evazija još uvijek udomaćen fenomen. Naime, kako se svaki ugovor o prometu nekretnina mora evidentirati kod poreskog organa, kako bio naplaćen porez na promet nekretnina, ugovorne strane uz djelimičan rizik u pisanim dokumentima postavljaju niže cijene ako bi poreska osnovica bila niža. U tim slučajevima poreski organ procjenjuje vrijednost nekretnina na osnovu svojih najčešće komparativnih metoda. Takav pristup otvara dodatne probleme na polju obuhvata i kvaliteta raspolaganja informacijama o ostvarenom prometu na tržištu nekretnina.

Problemi sa sagledavanjem veličine tržišta novih nekretnina evidentan je u pojedinim područjima regije i obuhvata privatnu izgradnju. Naime, državne statistike bilježe u dijelu sektora geađevinarstva stanogradnju kod pravnih lica (preduzeća) sa više od 10 zaposlenih. Pojačana tražnja za stambenim nekretninama i stambeni bum u periodu od 2005-2008 godine doveo je na tržište, posebno slabije razvijenih države, nove građevinske firme koje su uglav-

nom imale manje od 10 stalno zaposlenih pa je upitan i uzorak baziran na taj način.

5. Informaciona asimetrija i kompleksnost praćenja promjena cijena

U dijelu asimetričnih informacija koje „dobijaju“ hipotekarni zajmodavci u stručnoj javnosti se naglašava problem sa prikupljanjem, sistematičnošću i reprezentativnosti obrade te daljeg monitoringa tržišnih informacija relevantnih za tržište nekretnina, posebno segment stambenih nekretnina zbog njegove izrazite heterogenosti. Buckley i Van Order naglašavaju problem sa cijenom prikupljanja i obrade informacija sa tržišta nekretnina te konstatuju izostanak sistemskog pristupa interesovanja zajmodavaca.

Pojedini autori (Gallin, 2004) istraživali su i odnos rasta cijena nekretnina i renti (tzv. rent/price ratio) pokazujući da je ovaj ratio, na primjeru SAD, značajan indikator događaja i valorizacije te vrijednosti na tržištu stambenih nekretnina. Iskustva iz tog rada mogu biti interesantna i za nas. Autor smatra da su manja stambena tržišta značajno osjetljivija od većih. Naime, u manjim sredinama cijene nekretnina su više oscilirale nego u većim sredinama gdje tržište može biti uređenije.

U malim i otvorenim ekonomijama tržište stambenih nekretnina predstavlja veoma heterogen skup različitih nekretnina sa uglavnom subjektivno određivanim vrijednostima. Posredovanje u prometu nekretninama nije uvijek egzaktno propisano kao ni i izvještavanje o realizovanim transakcijama. U odnosu na velika tržišta gdje postoje i jasni interesi za postojanje sveobuhvatnijih sistematizovanih informacija sa tržišta nekretnina te kreirani indeksi u malim privredama, ono je prepušteno stihiji.

Izvještavanja o realizovanim transakcijama u malim ekonomijama još uvijek nije egzaktno propisano. U nekim susjednim ekonomijama (Slovenija, Hrvatska) poreske uprave raspolažu egzaktnim podacima o prometu na tržištu postojećih nekretnina dok se na tržištu novih objekata za statistiku „brine“ zavodi za statistiku u obezbjeđivanju podataka o izgradnji, prometu i cijenama. U Crnoj gori se još uvijek ne objavljuju podaci o prometu postojećim objektima iako u poreskim organima postoje tragovi o svim transakcijama zbog poreskih obaveza.

Upravo su to razlozi zbog kojih je veoma teško upustati se u procjene događanja na tržištu stambenih nekretnina, tim prije jer asimetrične informacije uvijek mogu produkovati distorzije i stagnacije na tržištu koje je takođe pod jakim psihološkim uticajima i individualnim preferencijama.

6. Zaključak

Saglašavajući se sa ocjenama o visokim troškovima prikupljanja i sistematizacije informacija sa stambenog tržišta za pojedinačne finansijske institucije, kao i informacionu asimetriju koja podrazumijeva obuhvat neophodan za statističku obradu trendova, može se zaključiti da finansijske institucije uglavnom imaju subjektivne procjene.

Interesi građevinskog sektora i finansijskih institucija u rastu cijena stambenih nekretnina je evidentan jer upravo one na njihovim skokovima otvaraju veće profite. No, kako je za stambeno tržište karakteristična stihija (čak i na najvećim tržištima) to je od presudnog značaja „tenzije“ na tržištu imati pod ravnotežom. I obaranje „zakovanih“ cijena u funkciji pokretanja tržišta je racionalnija odluka od njegove letargije.

Cijeneci interesovanje javnosti o potrebama za informacijama na stambenom tržištu, posebno u uslovima nedovoljne transparentnosti informacija može se smatrati da je voluntarizam medija u praćenju ovog segmenta tržišta veoma opasan. Iako su i mediji, poput finansijskih kreditnih institucija, u dvjakoju ulozi (najčešće konfliktnoj) kao prodavci informacija ali i reklamnog prostora najčešće građevinskim kompanijama i finansijskim institucijama, neophodno je imati balansiran pristup.

Kako je u Crnoj gori već prepoznata medijska kampanja o naduvavanju akcija pojedinih kompanija na tržištu kapitala u vrijeme ekspanzije u periodu 2006-2008. godine opasnost od ljepljivih cijena tržišta nekretnina podgrijanih navodnom naježdom inostranih investitora (medijima dominiraju spekulacije o naježdi novog ruskog talasa investitora) mogu imati negativan efekat. Ovo tim prije jer je tržište nekretnina značajno netransparentnije od berzi na kojoj se transakcije svakodnevno verifikuju i mogu kvantifikovati.

Literatura

Buckey Robert M, Van Order Robert (2005): Housing Finance in Transition Countries: Finding Bills on the Street – in Housing Finance: New and Old Models in Central Europe, Russia and Kazakhstan (edited by Hegedusch, Struyk) *OSI/LGI* pages 127-149

Burnside, Eichenbaum, Rebelo (2011): Understanding Booms nad Busts in Housing Markets – NBER, *Working paper* 16734 (Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research)

Case Karl, Coman Katherine, Barton Hepburn (2008): The Central Role of House Prices in the Current Financial Crisis: How will the Market Clear? -

Paper prepared for the Brookings Panel on Economic Activity, September 11, 2008, Washington D.C. 61.pages

Case Karl, Robert J. Schiller (1989): The Efficiency of the Market for Single -Family Homes – *The American Economic Review* Vol.79 No.1 pages 125-137

Case Karl, Shiller Robert, Weiss Allan (1995): Mortgage Default Risks and Real Estate Prices: The Use of Index-Based Futures and Options in Real Estate, *NBER Working paper* 5078, pages 36

Gallin Joshua (2004): The Long-Run Relation between House Prices and Rents - *Federal Reserve Board of Washington* WS, 28 pages

Ortalo-Magne Francois, Rady Steven (1999): Boom in, Bust out: Young Households and the Housing Price Cycle – *European Economic Review* 43, pages 755-766

Zandi Mark (2010): Financijski šok – Mate, Zagreb

The Economist (različiti brojevi)

Mediji: Pobjeda, Vijesti, Dan, različiti brojevi

UDK: 658.8:338.48

**BRENDIRANJE TURIZMA PUTEM INTEGRISANIH
MARKETING KOMUNIKACIJA**

***TOURISM BRANDING THROUGH INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATIONS***

dr JELENA ŽUGIĆ, vanredni profesor,
Univerzitet „Mediterran“ Podgorica

mr ANĐELA JAKŠIĆ- STOJANOVIĆ,
Univerzitet „Mediterran“ Podgorica

Abstrakt: Tokom svog razvojnog puta turistička djelatnost razvila se od jednostavne u vrlo veliku, prostorno razgranatu i složenu privrednu djelatnost. U cjelokupnoj strukturi privrede djelatnost turizma i ugostiteljstva danas, bez sumnje, predstavlja jedan od najatraktivnijih i strateški najvažnijih privrednih sektora. Turizam može bitno doprinijeti cjelokupnom ekonomskom i društvenom razvoju, podizanju standarda i kvaliteta života stanovništva, ne samo destinacije, već regije ili zemlje u cjelini, pod uslovom da se destinacija/organizacija razvija, pozicionira i brendira na savremenim, naučno-utemeljenim i u praksi potvrđenim i dokazanim elementima razvoja. U ovom radu će biti analizirana važnost komuniciranja za kreiranje vrijednosti samog brenda turističke destinacije/organizacije, budući da integrirane marketing komunikacije utiču i na vrijednost brenda tako što kreiraju svijest o brendu, u kupčevoj svijesti povezuje prave asocijacije kako bi se stvorio odgovarajući imidž brenda, podstiču pozitivne reakcije potrošača i pomažu u uspostavljanju čvršćih veza između potrošača i brenda.

Ključne riječi: Integrirane marketing komunikacije, brendiranje, turizam, mediji, pozicioniranje

Abstract: *During its development, tourism and hospitality industry has developed from simple to very large, spatially complex and extensive economic activity. In the entire economic structure, the tourism and hospitality industry today is, without any doubt, one of the most strategically important sectors of the world's economy. Tourism can significantly contribute to the overall economic and social development, raising the standards and quality of life, not just in destination, but in the region or the country itself, on condition that the destination /organizations bases its development, positionning and branding on the elements which are in accordance with modern, science-based, in practice confirmed elements of development. This paper analyzes the importance of communication for the creation of brand value having on mind the fact that the integrated marketing communications (IMC) affect the brand value by creating brand awareness and appropriate brand image, as well as encourage positive consumers' reaction and help in establishing closer relationships between consumers and brands.*

Key words: *Integrated Marketing Communications, Branding, Tourism, Media, Positionning*

1. Uvod

U borbi za gosta, u turizmu se javlja sve oštrija konkurencija koja se najčešće vodi na nivou turističkih destinacija. Organizacije koje upravljaju marketingom na nivou destinacija, bilo da su nacionalne turističke organizacije ili društvene turističke organizacije nižeg nivoa, imaju upravo u integrisanim marketinškim komunikacijama (IMK) značajan i pouzdan način prezentacije i brendiranja vlastitog proizvoda odnosno usluge, kao i privlačenja gostiju na efikasan i jeftiniji način. Drugim riječima, primjena IMK u turizmu postaje nužan preduslov uspješnog poslovanja turističkih preduzeća u XXI vijeku.

2. Koncept i instrumenti IMK u turizmu

Kako bi se mogao realizovati marketinški proces, nužna je kontinuirana i planirana komunikacija s tržištem koja „u biti predstavlja proces podjele misli i njihovih značenja“ (Kesić 2003, s.7).

Komuniciranje s tržištem moguće je ostvariti na više načina, no jedan od najviše primjenjivanih je tzv. promocioni miks. Promocija u turizmu ima

svoje specifičnosti. U tom smislu Weber i Boranić (2000, ss. 69-70) navode: „Promocija kao oblik masovnog komuniciranja može se smatrati vitalnom funkcijom marketinga u turizmu. Potencijalni turistički potrošač često jedino pomoću promocije stiče sliku, odnosno kreira mišljenje o nekoj turističkoj destinaciji ili smještajnom obliku i na temelju toga mišljenja donosi sliku o kupovini. Njena uloga u turizmu složena je zbog neopipljivog turističkog proizvoda – ne može se vidjeti, testirati ili demonstrirati prije odluke o kupovini.“ Prepoznajući promjene, početkom osamdesetih godina marketari dolaze do spoznaje o potrebi koordinisanja svih marketinških komunikacijskih aktivnosti sa ciljem postizanja većeg učinka. Tako se od 1990. godine pojavljuje termin Integrisana marketinška komunikacija (IMK).

Težnja za uspostavljanjem pune interakcije između preduzeća i njegovih potrošača istakla je značaj komuniciranja kao jednog od najznačajnijih marketinških aktivnosti. U skladu sa tim, i koncept marketing miksa izražen preko 4P (proizvod, cijena, promocija i distribucija) redefinisan je u koncept 4C (rješenje za kupca, troškovi, komunikacija i ugodnost). Konceptom 4C ističe se značaj potrošača prilikom definisanja strategije nastupa preduzeća na tržištu (Ognjanov 2009, s.5).

Poslovne komunikacije predstavljaju sredstvo izgradnje i pripreme poslovnog menadžmenta u poslovnim procesima. Na ovaj način se stvaraju, prenose i koriste poslovne informacije, ugrađuju se preko poslovnog menadžmenta u poslovne kontakte, poslovne odnose i ponašanja, poslovne procese, te poslovni sistem u cjelini. Integrisanim marketing komunikacijama prišlo se kao pokušaju unapređenja poslovne prakse, novom konceptu i na kraju, kao potpuno novoj naučnoj disciplini.

Američka asocijacija reklamnih agencija dala je široku definiciju IMK po kojoj integrisane marketinške komunikacije predstavljaju koncept planiranja marketinških komunikacija koji prepoznaje dodatnu vrijednost detaljnog plana, koji procjenjuje strateške uloge niza komunikacijskih disciplina (na primjer, opšte oglašavanje, direktna reakcija, prodajna promocija i PR) i kombinuje ove discipline kako bi obezbijedio jasnoću, doslednost i maksimalan efekat komunikacija.

Kotler definiše IMK kao „koncept u okviru kojeg preduzeće pažljivo integriše i koordinira mnoge komunikativne kanale kojima raspolaže da bi prenijelo jasnu, konzistentnu i prihvatljivu poruku o organizaciji i njenim proizvodima“ (Kotler & Keller 2006, s.536). Ova definicija obuhvata sve ključne

elemente marketinške komunikacije: pošiljalac, poruka, mediji, primalac i efekti komunikacije.

Promjene u ponašanju potrošača, uzrokovane opštim socijalnim promjenama i tehnološkim dostignućima, rezultirale su sve većom potrebom integriranja svih komunikacijskih aktivnosti, kao i za modificovanim i potrošaču potpuno prilagođenim komunikacijskim porukama. Imperativ preduzeća da budu što više tržišno orijentisana, primoralo ih je na kreiranje ne samo proizvoda i usluge koji će biti bazirani na potrebama i željama potrošača, nego i takvog programa marketing komuniciranja, čiji će centar pažnje, i na početku i na kraju, biti potrošač. Segmentacija masovnih tržišta na više manjih, od kojih svako zahtijeva prilagođen komunikacijski pristup, razvoj novih medija i porast sofisticiranosti potrošača rezultirali su novim konceptom u komunikacijskoj nauci, poznatim kao IMK.

Prva istraživanje u oblasti IMK sprovedena su 1991. godine u Školi za žurnalistiku na Nordvestern Univerzitetu u SAD. Do danas su urađenu mnoga istraživanja koja su imala za cilj da definišu koncept i ustanove faktore koji pozitivno ili negativno utiču na stepen integracije marketinčkih komunikacija. Proučavani su i stepeni korelacije između IMK, sa jedne strane, i veličine kompanije, promjena u okruženju, performansama preduzeća, iskustva menadžera s druge strane. Potvrđena je pozitivna korelacija između primjene IMK i performansi preduzeća, kao i iskustva menadžera. Razvoj IMK je išao u dva osnovna pravca: od definisanja samog koncepta i postavljanja njegovih bazičnih principa u teorijskom smislu do objašnjavanja kako se taj koncept može što uspješnije primijeniti u praksi, od strane marketing agencija i njihovih klijenata. Kako je na teorijskom nivou ostalo mnogo toga nerazjašnjenog, smatra se da su IMK još uvijek na nivou predparadigme (Kitchen & Schultz 1999, pp.21-38).

Na koncept IMK se ne bi trebalo gledati kao na novi trend u marketingu, nego ga treba shvatiti kao novi strateški pristup marketing komuniciranju. Dakle, ovaj pristup daje novi kvalitet komuniciranju i insistira na uspostavljanju dvosmjerne komunikacije između preduzeća i različitih ciljnih auditorijuma. IMK zato nijesu posebna naučna disciplina koja se izdvaja iz marketinga, već novi koncept koji je razvijen unutar marketinga i ima za cilj unapređenje efikasnosti procesa razmjene.

Faktori koji su usloveli razvoj IMK su tržišni i tehnološki. Tržišni faktori se odnose na povećanu konkurenciju, rast ulaganja u promotivne aktivnosti, redistribuciju promotivnih budžeta i promjene u ponašanju potrošača dok se

tehnološki faktori odnose na fragmentaciju medija, pojavu interaktivnih medija i mogućnost kreiranja baze podataka o potrošačima, partnerima i konkurenciji.

Miks integrisanih marketing komunikacija u ovakvoj primjeni mogao bi se razvrstati u šest osnovnih modela:

1. Propaganda,
2. Donošenja i implementacije legislative,
3. Unapređenje prodaje
4. Događaji i iskustva,
5. Odnosi s javnošću i publicitet,
6. Direktni marketing,
7. Lični doprinos i liderstvo.

Iako su neke marketing komunikacije već našle primjenu u pojedinim segmentima, treba naglasiti da je koncept IMK mnogo zahtjevniji, dublji i ozbiljniji. Cilj ovakvog komuniciranja nije kratkoročna „profitabilnost“, već društveno odgovorni i održivi efekti na makro nivou. Standardni alati, odnosno instrumenti koji se koriste u odnosima s javnošću (*public relations*) u turizmu su jednaki onima koji se koriste i u drugim djelatnostima, ali ima i specifičnih. Najčešće se koriste sljedeći alati odnosa s javnošću:

- saopštenja (izvještaji) za novinare;
- novinarske mape;
- web stranice;
- međunarodni turistički sajmovi;
- izleti i turistička putovanja za novinare, video zapisi na različitim medijima (SD, DVD)
- promotivne publikacije
- specijalna događanja

U primjeni odnosa s javnošću u turizmu sve značajnije mjesto zauzima poslovno komuniciranje Internetom, Intranetom, elektronskom poštom i drugim tehnikama. Kad se govori o vidovima ili oblicima odnosa s javnošću, pominju se odnosi s medijima, komunikacija sa zaposlenima, odnosi s investitorima – ulagačima, odnosi s politikom, korporativni identitet, sponzorstvo, odnosi sa zajednicom i odnosi s klijentima. Organizacije u turizmu odnose s javnošću usmjeravaju prema potrošačima, dobavljačima, javnim službama i organima, medijima, poslovnim partnerima i drugima.

Informaciona uloga oglašavanja o najvažnijim elementima turističkog proizvoda u koncepciji imidža može se posmatrati kao prva faza izgradnje imidža. Da bi o nekom proizvodu mogao izgraditi imidž potrošač najprije mora biti svjestan njegovog postojanja, kao i sa mogućnostima i uslovima njegovog korišćenja, odnosno kupovine. Oglašavanjem se, takođe, može podsjetiti na postojanje nekog proizvoda kako bi se svijest o postojanju proizvoda učvrstila u memoriji potrošača. Ova prva faza u procesu stvaranja imidža od izuzetnog je značaja za dalji tok procesa izgradnje imidža jer predstavlja prvi, psihološki, kontakt potrošača sa proizvodom.

3. Uloga IMK u kreiranju vrijednosti brenda

Integrisane marketinške komunikacije predstavljaju sredstva pomoću kojih kompanije pokušavaju da informišu, ubijede i podsjetu potrošače- direktno ili indirektno- o brendovima koje prodaju. One na svojevrsan način predstavljaju „glas“ brenda i sredstva pomoću kojih se uspostavlja dijalog i gradi odnos sa potrošačima. IMK omogućavaju kompanijama da svoje brendove povežu sa drugim ljudima, mjestima, događajima, brendovima, iskustvima ili osjećajima. IMK mogu da doprinesu vrijednosti brenda tako što čine da brend ostane zapamćen i što oblikuju imidž brenda (Kotler & Keller 2006, s.537).

Kada govorimo o konceptu vrijednosti brenda, veoma je bitan način na koji se formiraju asocijacije u vezi sa brendom. Početna tačka u planiranju IMK jeste revizija svih mogućih interakcija koje bi kupci iz ciljnog tržišta mogli da imaju sa brendom. Na primjer, neko ko je zainteresovan za ljetovanje na našem Primorju može da razgovara sa drugim ljudima, vidi televizijske reklame, pročita članke o našoj turističkoj ponudi, potraži informacije na Internetu. Marketari moraju da procijene koja će iskustva i utisci imati najveći uticaj i u kojoj fazi procesa kupovine. Upravo sa takvim znanjem marketari mogu da procijene marketing komunikacije prema njihovoj sposobnosti da izgrade vrijednost brenda i pokrenu njegovu prodaju.

IMK je integralni element uspješne strategije izgradnje dopunske vrijednosti brenda tako da u kontekstu brend menadžmenta IMK se više posmatra kao strateško nego kao taktičko sredstvo. Takođe, u ruke stratega brenda stavlja se odgovornost za razvoj i koordinaciju IMK programa kroz strategiju kreiranja identiteta brenda. Zbog svega navedenog jako je bitno da se kreira i sprovodi komuniciranje kroz elemente identiteta i kroz tačke kontakta sa tim elementima.

Dakle, aktivnosti IMK pomažu izgradnji vrijednosti brenda na više načina (Keller 2009, pp.139-155):

- a) Kreiranje svijesti o brendu
- b) U svijesti kupca povezuju prave asocijacije kako bi se kreirao odgovarajući imidž brenda
- c) Podstiču pozitivne procjene brenda ili pozitivne reakcije na brend
- d) Pomažu uspostavljanju čvršćih veza između potrošača i brenda.

Formulisanje i sprovođenje strategije IMK podrazumijeva fazni pristup. Nezavisno od toga koji se od instrumenata IMK primjenjuje, uzevši u obzir da je oglašavanje centralni dio najvećeg dijela kampanja poznatih brendova, sledeći postupak može biti osnova u praktičnom osmišljavanju strategije:

- a) Komunikaciona situaciona analiza
- b) Identifikovanje ciljne publike
- c) Izbor ciljeva komuniciranja
- d) Izrada poruke (sadržaj, struktura, format)
- e) Izbor kanala komunikacije i izrada media plana
- f) Mjerenje rezultata kampanje
- g) Upravljanje i koordiniranje proces

Dakle, marketinška komunikacija predstavlja sve oblike komunikacije s raznim javnim zainteresovanim stranama kako bi se postigla dosljednost i upravljanje, dugoročnim angažmanom razvojne strategije, u procesu stvaranja identiteta turističke destinacije sa ciljem održavanja njegovog integriteta. Međutim, nije dovoljno samo kreirati poruku koja se želi uputiti zainteresovanim javnostima, treba se pobrinuti da ona postigne željeni rezultat. U tom nastojanju, nosioci turističke destinacije se fokusiraju na ciljnu grupu kojoj je poruka namijenjena, zatim sprovode razna istraživanja koja imaju za cilj mjerenje učinaka poruke (informacije), odnosno samog procesa marketinškog komuniciranja.

Savremene turističke destinacije nastoje da uz pomoć komuniciranja imidža putem medija kreiraju svijest ili informišu javnost o određenom uslužnom asortimanu, poslovnim strategijama, rezultatima ili relevantnim dešavanjima. U tom smislu, potrebno je da svi učesnici turističke destinacije razmišljaju u istom pravcu, budući da proces komuniciranja nije jednostavan, već

naprotiv, zahtijeva moderne medije, veća ulaganja, savremeniju tehnologiju i stručnije i profesionalnije kadrove.

4. Brendiranje u turizmu

Brend predstavlja proizvod ili uslugu određenog dobavljača koji predstavlja njegovu konkurentsku prednost na tržištu. Jedan od najreprezentativnijih primjera u hotelskoj industriji su *Marriott* i *Hilton*. Brendovi unose stabilnost u preduzeća i omogućavaju kupcima da kupuju sa povjerenjem u sve kompleksnijem okruženju. Jednom kada potrošač napravi izbor o brendu, on mu postaje lojalan, nastavlja da ga kupuje, preporučuje ga prijateljima i rođacima i daje mu prednost u odnosu na druge proizvode i usluge, pa makar oni bili i boljih karakteristika i niže cijene (Assael 1991, p.127).

Holiday Inn je jedan od prvih lanaca hotela koji je iskoristio značaj brendiranja u hotelskom poslovanju. Ovaj lanac hotela je kreirao brend koji kod potrošača kreira asocijacije koje se odnose na standardizovanost usluga, dugogodišnje iskustvo, kvalitet i dosljednost. Sve to je doprinijelo imidžu koje *Holiday Inn* ima na tržištu. Da bi privukli različite segmente tržišta i ispunili želje i potrebe različitih ciljnih grupa, menadžment je svoju liniju usluga proširio otvaranjem hotela za visokoplatežne turiste (*Crowne Plaza*) što je obezbijedilo veće prihode i obezbijedilo veću konkurentnost na tržištu. (Seacord 1996, pp. 58-65).

Potrošač koji od proizvoda ili usluge dobije ono što je očekivao će svakako biti zadovoljan. Stepenn zadovoljstva će biti čak i veći ukoliko su njegova očekivanja prevaziđena. Zadovoljstvo potrošača je nužan preduslov za kreiranje lojalnosti brendu, mada svakako treba istaći da zadovoljni potrošači, iz više razloga, ne moraju nužno postati i lojalni potrošači. Drugim riječima, lojalnost je više od zadovoljstva i lojalni kupci za turističku privredu predstavljaju mnogo više od zadovoljnih kupaca.

Lojalni potrošači imaju neprocjenjiv značaj za poslovanje turističko-ugostiteljskih preduzeća. *Reichheld* u svojoj knjizi "Loyalty Effect" (1996, pp. 156-157) navodi brojne prednosti odanosti brendu:

- *Ostvarenje profita*. Lojalni kupci ostaju vjerni potrošači roba i usluga i omogućavaju ostvarivanje većeg profita.
- *Smanjenje marketing troškova*. Preduzeća ulažu veliki novac u realizaciju marketinške kampanje kako bi privukli nove kupce, kreirali imidž na tržištu i u krajnjem povećali prihod. Kada je riječ o lojalnim kupcima, ova ulaganja su minimalizovana ili u potpunosti eliminisana.

- *Povećanje prihoda po potrošaču.* Poznato je da se potrošnja roba i usluga u kontinuitetu povećava. Potrošač koji je lojalan brendu i uvijek boravi u istom hotelu postaje upoznat sa kompletnom linijom usluga koje hotelsko preduzeće nudi. Na taj način se značajno povećava mogućnost da će potrošač konzumirati više usluga koje se nude, a samim tim i povećati prihod hotelskog preduzeća.
- *Smanjenje operativnih troškova.* Kada su u pitanju lojalni kupci, operativni troškovi poslovanja se smanjuju. Lojalni kupci poznaju proizvode i usluge što ih čini manje zavisnim od zaposlenih, što dovodi do smanjenja operativnih troškova.
- *Sticanje novih potrošača.* Zadovoljni potrošači preporučuju proizvode i usluge svojim prijateljima i rođacima. Imajući na umu sve veći značaj “mouth to mouth marketing-a”, nije teško zaključiti da preporuke imaju neprocjenjiv značaj za poslovanje turističko-ugostiteljskih preduzeća.
- *Povećanje vrijednosti brenda.* Lojalni potrošači plaćaju više za brend kome su lojalni- oni će radije izdvojiti više novca za boravak u hotelu na koji su navikli i u kome su godinama boravili, nego rizikovati plaćajući manje u nekom jeftinijem, konkurentskom hotelu.
- *Stvaranje konkurentske prednosti.* Kada potrošači postanu lojalni brendu, oni postaju manje osjetljivi na rast cijena. Tako kompanija diferencijacijom cijena u odnosu na konkurenciju može da ostvari konkurentsku prednost na tržištu.

Dakle, u cilju razvoja lojalnosti brendu, turistička privreda treba detaljno da istraži sve faktore koji utiču na stvaranje lojalnosti brendu. Takođe, strategije i taktike treba da budu razvijene i implementirane na svim nivoima i funkcijama u organizaciji. U zasićenim i visoko konkurentnim granama, kao što su turizam i ugostiteljstvo, ključ za povećanje i očuvanje tržišnog udjela nije samo privlačenje već i zadržavanje kupca. Zato je lojalnost brendu jedno od glavnih oruđa konkurentske prednosti budući da su lojalni potrošači kontinuirani izvor prihoda svake kompanije.

5. Zaključak

Globalizacija tržišta, standardizacija usluga i primjena savremenih IT tehnologija predstavljaju ključna obilježja savremenog turističkog tržišta. Sa druge strane turisti postaju sve zahtjevniji i sofisticiraniji, a imperativ kvaliteta i satisfakcija potrošača stavljaju se u centar interesovanja savremenog poslo-

vanja. U takvim uslovima, samo one organizacije koje upravljaju marketingom na svim nivoima mogu uspješno pozicionirati svoje proizvode i usluge i kreirati konkurentsku prednost na savremenom turističkom tržištu. Drugim riječima, primjena integrisanih marketinških komunikacija u turizmu postaje nužan preduslov uspješnog poslovanja turističkih preduzeća u XXI vijeku, posebno kada je u pitanju kreiranje vrijednosti brenda i zadovoljavanje želja i potreba samih potrošača.

Literatura

- Assael, H. (1991), *Consumer Behavior and Marketing Action*, PWS-KENT, Boston, MA
- Keller, K.L. (2009), "Building strong brands in a modern marketing communications environment", *Journal of Marketing Communication*, Vol. 15, Nos. 2-3, April-July
- Kesić, T. (2003), *Integrirana marketinška komunikacija*, Opinio, Zagreb
- Kitchen, P.J. and Schultz, D.E. (1999), "A multi-country comparison of the drive for IMC", *Journal of Advertising Research*, New York, 39, 1
- Kotler, P., Keller, L.K. (2006), *Marketing menadžment*, Data Status, 12. izdanje, Beograd
- Ognjanov G. (2009), *Integrirane marketinške komunikacije*, Centar za izdavačku djelatnost, Ekonomski fakultet, Beograd
- Reichheld, F.F. (1996), *The Loyalty Effect*, Harvard Business School Press, Boston, MA
- Seacord, S. (1996), "Who's been sleeping in our beds?", *American Demographics*, March/April
- Weber, S., Boranić, S. (2000), *Marketing u turizmu*, Vadea, Varaždin

PROFILISANJE BRENDA POZICIONIRANJEM

BRAND PROFILING BY POSITIONING

mr MARIJA JANKOVIĆ,
Fakultet za poslovne studije Montenegro Business School,
Univerzitet Mediteran

Apstrakt: Selektivnost i fokusiranost predstavljaju polazne principe dobrog konkurentskog profilisanja i pozicioniranja biznisa i brenda. Uvijek je neophodno izabrati područje najveće superiornosti kao područje najveće prepoznatljivosti. Pozicioniranje brenda treba da bude toliko jasno, toliko sažeto i snažno da, kada se jednom pokrene, ono počne da privlači druge potrošače u pravcu novog brenda koji je u razvoju. Sve se svodi na identifikovanje optimalnog mjesta u svijesti potrošača za određeni brend, u odnosu na njegove konkurente i maksimiziranje potencijalne koristi za kompaniju. Pozicioniranje brenda predstavlja srce marketinške strategije.

Ključne riječi: Pozicioniranje, brend, cjenovna konkurentnost, emocionalno brendiranje

Abstract: Selectivity and focus are the basic principles of good competitive positioning and profiling businesses and brands. It is always necessary to choose the area of greatest superiority as an area of greatest recognition. Brand positioning should be as clear, concise, and so strong that, once started, it begins to attract other customers in the direction of a new brand that is under development. It all boils down to identifying the optimal place in the minds of consumers for a brand relative to its competitors and maximize the potential benefits for the company. Brand positioning is the heart of marketing strategy.

Keywords: Positioning, Brand, Price Competitiveness, Emotional Branding

1. Uvod

Prema Kotleru pozicioniranje brenda se definiše kao dizajniranje ponude i imidža kompanije, da bi se u svijesti ciljnog tržišta zauzelo određeno distinktivno mjesto. Cilj pozicioniranja je obezbjeđivanje mjesta u svijesti potencijalnog kupca, a radi maksimiziranja potencijalne koristi za kompaniju. Dobro pozicioniranje brenda pomaže da se marketing strategija usmjeri, tako što se na jedinstven način komunicira suština brenda, ciljevi koje će potrošači ostvariti uz pomoć brenda i način na koji će ih ostvariti. Prema većini pristupa u literaturi pozicioniranje se ostvaruje preko elemenata jednakosti i različitosti. Pri donošenju odluka o strategiji pozicioniranja najprije je potrebno identifikovati ciljna tržišta i konkurente, a zatim idealne elemente sličnosti i različitosti kada su u pitanju asocijacije brenda.

Razvoj strategije pozicioniranja se u najvećem broju slučajeva smatra najvažnijom aktivnošću u upravljanju brendom. Ukoliko kompanija uspješno obavi pozicioniranje, na osnovu date strategije pozicioniranja u mogućnosti je da isto tako uspješno osmisli ostatak marketing planiranja i diferenciranja. To doslovno znači da se pozicioniranjem određenog brenda u svijesti potrošača aktiviraju određene željene asocijacije u odnosu na konkurenciju, tačnije konkurentske brendove. Dobro pozicioniranje brenda pomaže da se usmjeri marketing strategija, jer se na taj jedinstven način pojašnjava suština brenda, ciljevi koje će potrošač pomoću njega ostvariti i način na koji će ih ostvariti. Pozicioniranje dovodi do uspješnog kreiranja ponude vrijednosti koja se zasniva na kupcu, odnosno dobrog razloga zbog kojeg bi ciljno tržište trebalo da kupi određeni proizvod i/ili uslugu.

2. Strategije pozicioniranja korporativnog brenda

Sam pojam »pozicioniranje« popularizovali su dva menadžera propagande, Al Raiz (Al Ries) i Džek Trout (Jack Trout). Kako oni navode, pozicioniranje predstavlja kreativni zadatak koji se obavlja na postojećem proizvodu – pozicioniranje započinje sa proizvodom, nekim artiklom, uslugom, kompanijom, institucijom, pa čak i osobom. Međutim, proces pozicioniranja ne ogleđa se u aktivnostima usmjerenim samo na određeni proizvod/uslugu. Najjednostavnije rečeno, pozicioniranje proizvoda se odvija u svijesti potrošača. Pozicioniranje uvijek slijedi nakon razjašjenja i segmentacije ciljnog tržišta, iz prostog razloga što se proizvod ili usluga ne mogu pozicionirati ako nije utvrđena ciljna grupa potrošača/konzumera. Mnogi primjeri iz prakse zanemaruju

ili loše sprovode kocept pozicioniranja. Uprkos zahtjevima za jasnim pozicioniranjem brenda, često je prilično teško pronaći zajednički imenilac za izrazito diversifikovane i veoma složene poslove.

Primjena »koncept ježa« Džima Kolinsa (Jim Collins) za pozicioniranje brenda znači da nije cilj biti najbolji, nije strategija da se bude najbolji, nije namjera da se bude najbolji i nije plan da se bude najbolji. Cilj je shvatiti šta je to u čemu se može biti najbolji. To ujedno znači da je ciljni potrošač u osnovi privučen suštinom određenog brenda, da je ciljni potrošač dobro shvaćen i upoznat, i da se nalazi u najprofitabilnijem segmentu rasta.

Pozicioniranje počiva na najjačim elementima vrijednosti brenda i samom razjašnjenju šta je brend. Ona pokazuje jedinstvenost a time i tačku diferencijacije. Pozicioniranje objašnjava zašto kupci treba da kupuju i koriste proizvode i usluge neke kompanije, a ne proizvode i usluge konkurenata. Takođe definiše i zašto kompanija bolje zadovoljava njihove potrebe od konkurenata. Pitanja koja su ključna i na koja treba dati odgovor su :

- Kome će se ponuditi pozicioniranje?
- Kome će se prodavati određeni proizvod?
- Šta potrošači žele i šta im je potrebno?
- Na kom uvidu potrošača se zasniva pozicioniranje?

Krajnji zadatak pozicioniranja brenda je da se kreira najmoćnija pozicija, koja može da se dostigne, za koju će se kompanija strasno vezati i istu prenositi u smjeru najprofitabilnijih ciljnih potrošača. Prema shvatanjima Sonija Simsona, pozicioniranje moći brenda se predstavlja kao duboko razumijevanje vrijednosti ili suština određenog brenda koja je direktno povezana sa suštinom uvida kupaca ili vrijednošću. Iz navedenih definicija stoji zaključak da, strategija brendiranja započinje u svijesti (preciznije - u glavama) krajnjih potrošača.

Preduzeća uglavnom nemaju dovoljno resursa da budu dobra u svim stvarima. Isti principi važe i za konkurentsko profilisanje brenda. Selektivnost i fokusiranost predstavljaju polazne principe dobrog konkurentskog profilisanja i pozicioniranja biznisa i brenda. Uvijek je neophodno izabrati područje najveće superiornosti kao područje najveće prepoznatljivosti. Područje od najveće pažnje, strategijskog i konkurentskog fokusa, mora da bude podržano dobrim performansama u ostalim područjima poslovanja. Dakle, formula tržišnog uspjeha jeste – biti superioran u prepoznatljivoj stvari i biti dovoljno dobar u ostalim stvarima.

U literaturi marketinga je afirmisan šestodimenzijski analitički okvir koji je dobar za procjenu trenutne pozicije brenda.¹ Svakako da on može da posluži kao podloga za kreiranje nove strategije pozicioniranja brenda. Naime, pozicioniranost brenda na tržištu se sagledava kroz sledećih šest elemenata:

1. Fokus brenda
2. Naslijeđe brenda
3. Vrijednost brenda
4. Osobnosti brenda
5. Karakter brenda (personality)
6. Odraz brenda

Fokus ili domen brenda se izvodi iz ciljnog tržišta ili osnovnog tržišnog područja, na kome se brend dokazuje i takmiči. Naslijeđe brenda se izvodi iz njegovog porijekla i kulturne pozadine i profilisanosti. Sada su pouke i poruke iz procesa razvoja i afirmacije brenda od posebne važnosti. Uvidom u naslijeđe i evolutivni put razvoja brenda, moguće je sagledati opredeljujuće razloge njegovog uspjeha ili neuspjeha na tržištu. Vrijednost brenda se izvodi iz ostvarenog imidža i gudvila² (goodwill) brenda. Vrijednost brenda ima svoje nematerijalne i materijalne ili imovinske pokazatelje i parametre. Nematerijalni pokazatelji vrijednosti brenda se izvedu iz lojalnosti potrošača i njegovih pozitivnih percepcija i asocijacija na tržištu. Materijalni pokazatelji vrijednosti brenda se izvedu iz povoljnije cjenovne pozicioniranosti u odnosu na konkurenciju i iz povoljnije tržišne vrijednosti u odnosu na knjigovodstvenu vrijednost. Osobnosti brenda se izvedu iz diferencirajućih karakteristika i performansi u odnosu na konkurentske brendove. Pored prepoznatljivih funkcionalnih i kvalitativnih performansi, tu se misli i na: prestiž, imidž, reputaciju, asocijativnost, vizuelni izgled, stil, simboliku, komunikaciju i sl.

Širokim pozicioniranjem, brend nastoji da se usmjeri ka što većem broju različitih tržišnih segmenata. Brendiranom proizvodu se pripisuju svesmoguća svojstva. Nastoji se pokazati da je on u svemu bolji od konkurentskih proizvoda, kao i da on rješava sve probleme potencijalnih korisnika. Proizvođači nekih pomoćnih i prirodnih lijekova često pribjegavaju širokom pozicioniranju svojih brendova, ističući da se radi o preparatima u liječenju velikog

¹ Jobber D., Fani J., „Osnovi marketinga“, Data status, Beograd, 2006., s. 151-152

² Goodwill predstavlja ukupnu vrednost nematerijalne imovine kojom jedna kompanija raspolaže u datom trenutku vremena, prikazanu u bilansu stanja.

broja bolesti, uz obavezna dijetetska svojstva. Široko pozicioniranje brenda ugrožava njegovu prepoznatljivost na tržištu i ima slabiju privlačnu moć za krajnje kupce i potrošače.

Uskim pozicioniranjem, brend se usmjerava prema jednom ili malom broju tržišnih segmenata. Pozicioniranje se vrši prema najvažnijoj funkcionalnoj pogodnosti kojom se brend izdvaja i lako prepoznaje u odnosu na konkurenciju.

Ukoliko se pozicioniranje vrši na osnovu prve i najjače pogodnosti, tada se brendom fokusira samo jedan dobro odabrani tržišni segment. Mercedes se pozicionira kao najprestižniji automobil. BMW se pozicionira kao automobil najboljih funkcionalnih performansi.

Ukoliko se prilikom pozicioniranja brenda prvoj i najvažnijoj pogodnosti dodaje i pozicioniranje na podlozi druge pogodnosti, tada se jedan te isti brend nastoji usmjeriti ka dva značajna tržišna segmenta. Volvo se često pozicionira kao najsigurniji i najizdržljiviji automobil. Naime, kompanija je svjesna da na tržištima sa hladnijim klimatskim uslovima (kakve su nordijske zemlje) kupci u prvi plan stavljaju sigurnost, dok na tržištima sa toplijim klimatskim uslovima, veći ponder daju trajnosti nego sigurnosti (mediteranske zemlje ili Meksiko).

Dakle, jedan te isti brend je moguće usmjeriti ka jednom, dva ili tri tržišna segmenta. Da bi se govorilo o strategiji uskog ili fokusiranog pozicioniranja brenda, nije poželjno pokrivati više od tri segmenta, tj. vršiti pozicioniranje na podlozi više od tri pogodnosti za krajnje potrošače.

Kompanije se mogu opredjeljivati za različite dimenzije funkcionalne prepoznatljivosti prilikom pozicioniranja svojih brendova. U tom smislu, pozicioniranje brenda može biti:

- kvalitativno,
- korisničko,
- upotrebno,
- generičko,
- komparativno,
- sadržinsko, i
- parametarsko.

Kvalitativno pozicioniranje se uglavnom realizuje kroz isticanje najznačajnijeg kvalitativnog svojstva brenda. Akcenat je na pozicioniranju najvidljivije koristi za krajnje potrošače. Za neke brendove to može biti jednostavnost korišćenja, za druge sigurnost, brzina, pouzdanost ili izdržljivost.

Korisničko pozicioniranje brenda vrši se prema profilu i profesionalnim karakteristikama ciljnih potrošača. Ovaj aspekt pozicioniranja se može prepoznati kod proizvođača kamera, proizvođača računara (za grafičke dizajnere, za video montažu, za programere, itd), proizvođača sportske opreme, odjeće i slično.

Upotrebno pozicioniranje brenda se vrši prema načinu njegovog korišćenja ili praktičnoj primjeni. Skije se funkcionalno diferenciraju prema skijaškim disciplinama, sportske patike prema vrsti sportova, odjevni predmeti prema vremenskim uslovima korišćenja.

Generičko pozicioniranje brenda se vrši prema izvornoj funkcionalnoj kategoriji proizvoda. Smatra se da je neki brend doživio najviši uspjeh ukoliko postane sinonim za generičku kategoriju proizvoda. Kompanija ili konkretni proizvod dobijaju status prepoznatljivog lidera u svojoj kategoriji. Tako je Kaladont postao sinonim za pastu za zube, Vegeta za mješavinu začina, Xerox za fotokopir aparate, Gillette za nožice za brijanje, Pampers za dječije pelene, Kodak za film i sl.

Komparativno pozicioniranje brenda se vrši poređenjem karakterističnih obilježja sa obilježjima konkurencije. Brendom se sugerise postojanje superiornosti ili ključne razlike u odnosu na proizvod konkurenta.

Sadržinsko pozicioniranje brenda se primjenjuje kako bi se naglasila isplativost kupovine za krajnjeg potrošača. Potencira se značaj dodatih vrijednosti proizvoda u odnosu na ponudu konkurencije. Kupcima se garantuje da će dobiti najvišu vrijednost za uloženi novac. Na ovako pozicioniranje proizvoda najbolje reaguju poslovno orijentisani kupci ili dil-mejkeri (deal makers).

Parametarsko pozicioniranje brenda se zasniva na isticanju nekih pojava karakteristika i obilježja. Smatra se da je parametarsko pozicioniranje površno, bezlično i nedovoljno ubjedljivo. Eksplicitno se ne naglašava nikakva suštinska i funkcionalna pogodnost i prednost u odnosu na konkurenciju. Umjesto toga, akcenat je na nekim spoljašnjim i formalnim karakteristikama, kao što je podatak o najstarijem proizvođaču, najpovoljnijoj lokaciji ili najvišoj zgradi u gradu i slično.

3. Pozicioniranje brenda na podlozi cjenovne konkurentnosti

Tradicionalno poimanje cjenovnog pozicioniranja se vezivalo za opredjeljujuću ulogu troškova. Marketinško poimanje cjenovnog pozicioniranja se izvodi iz opredjeljujuće uloge potrošača i konkurencije. Potrošači na cijenu

nikada ne gledaju jednodimenzionalno. Cijena za potrošače predstavlja pokazatelj dobijene vrijednosti za uloženi novac. Cjenovna konkurentnost je uvijek relativna, nikad apsolutna. Sučeljavajući cijenu brenda u odnosu na konkurenciju, sa sadržajem pogodnosti brenda u odnosu na konkurenciju, može se dobiti matrica trodjelnog cjenovnog pozicioniranja: tri superiorne strategijske pozicije cjenovnog pozicioniranja, tri relativno konkurentne strategijske pozicije cjenovnog pozicioniranja i tri potpuno neprihvatljive i neperspektivne strategijske pozicije.

Pozicioniranje brenda **luksuznom superiornošću** cjenovne ponude se vezuje za one kompanije koje su visoko specijalizovane za kreiranje natprosječnih necjenovnih performansi i pogodnosti brenda. Superiornost cjenovne ponude brenda se izvodi iz visokog kvaliteta sadržajnih pogodnosti, a ne iz niže konkurentske cijene. Kvalitativna superiornost upotrebnih pogodnosti takvih brendova se često pokazuje i pozicionira kroz visoku cijenu, tj. cijenu koja je viša od konkurentske. Marketinškim rečnikom rečeno, to je vrednosno pozicioniranje brenda po modelu „više za više“. Kod vrhunskih proizvoda sa razlogom se naplaćuje i visoka cijena, kako zbog uvećanih troškova, tako i zbog simboličkih i asocijativnih vrijednosti brenda. Ova strategija cjenovnog pozicioniranja brenda je najvidljivija kod luksuznih proizvoda. Uz luksuzne proizvode uvijek ide predstava da su oni vrhunskog kvaliteta, pouzdaniji, trajniji, boljih performansi i asocijativnih vrijednosti. Luksuzni brendovi sa sobom nose i simboliku prestiža za krajnjeg potrošača. Danas je stvar prestiža voziti Mercedes, nositi odeću Armani-ja i Gucci-ja, upotrebljavati najskuplji parfem, piti najskuplji viski, potpisivati se najskupljom olovkom Mont Blanc i sl. Zbog prestižnih karakteristika brenda, cijena je često iznad realne vrijednosti njegovih kvalitativnih performansi. (slika 1 – cjenovno pozicioniranje brenda)

Pozicioniranje brenda kvalitativnom superiornošću cjenovne ponude odnosi se na one situacije kada se nudi viši sadržaj pogodnosti brenda u odnosu na konkurenciju, a po istoj cijeni kao i konkurencija. I u ovom slučaju, superiornost cjenovne ponude brenda se izvodi iz visokog kvaliteta sadržajnih pogodnosti, a ne iz niže cijene u odnosu na konkurenciju. Dakle, ista ili uporediva cijena brenda sa cijenama konkurencije, podržana je višim nivoom i boljim kvalitetom necjenovnih atributa njegove ponude. Popularnim marketinškim rečnikom rečeno, to je vrednosno pozicioniranje brenda po modelu „više za isto“.

Cena brenda u odnosu na konkurenciju	Viša	?	?	1. Luksuzna superiornost cenovne ponude
	Ista	?	6. Prosečna konkurentnost cenovne ponude	2. Kvalitativna superiornost cenovne ponude
	Niža	5. Diferencirana konkurentnost niskih troškova	4. Cenovna konkurentnost uporedive ponude	3. Integralna superiornost cenovne ponude
		Niža	Ista	Viša
Sadržaj pogodnosti brenda u odnosu na konkurenciju				

Slika 1 - Cjenovno pozicioniranje brenda

Pozicioniranje brenda integralnom superiornošću cenovne ponude zasniva se na višem sadržaju pogodnosti brenda u odnosu na konkurenciju, koji se nudi po nižoj cijeni u odnosu na konkurenciju. Zahvaljujući integralnom efektu, tj. istovremenom ostvarivanju i cjenovnih i necjenovnih prednosti u odnosu na konkurenciju, superiornost ove strategije cjenovnog pozicioniranja brenda je očigledna i uvijek pobjednička. Nema tog potrošača koji ne bi želio da dobije „više za manje“. Treba imati u vidu da primjena ove strategije podrazumijeva ostvarivanje sinergetskih efekata i efekata od ekonomije obima. Primjere primjene ove strategije cjenovnog pozicioniranja brenda, po modelu „više za manje“, najlakše je naći u okviru savremene maloprodaje: Vero, Marks & Spencer itd.

Pozicioniranje kvalitativno uporedivog brenda na podlozi cjenovne konkurentnosti, odnosi se na one situacije kada se nudi isti sadržaj pogodnosti brenda u odnosu na konkurenciju, ali po nižoj cijeni u odnosu na konkurenciju. Ovo je još jedna od pobjedničkih strategija pozicioniranja brenda kod racionalno orijentisanih potrošača. Većina potrošača ispoljava svojevrсно zadovoljstvo kad kupi standardno očekivani proizvod ili brend po nižoj cijeni. Ponuditi tržištu „isto za manje“ jeste po definiciji konkurentno i prihvatljivo

za većinu potrošača. Sve veća popularnost diskontnih formata maloprodaje govori o stalnoj aktuelnosti i prihvatljivosti ove strategije cjenovnog pozicioniranja. Diskonti ne odražavaju svoju prepoznatljivost po superiornim proizvodima i brendovima, nego po mogućnosti jeftinije kupovine uobičajenih i standardizovanih brendova.

Ponuditi potrošaču nižu (kvantitativnu ili kvalitativnu) strukturu sadržaja pogodnosti određenog brenda u odnosu na konkurenciju, može imati smisla i svoju strategijsku opravdanost, samo ako se to čini po znatno nižoj cijeni u odnosu na konkurenciju. Time se postiže dupli efekat konkurentnosti – efekat fleksibilne i otvorene ponude paketa proizvodnih pogodnosti, sa jedne strane, i efekat značajne i vidljive uštede prilikom kupovine, sa druge strane. Potrošač često ima osjećaj da plaća veći paket proizvodnih elemenata ili širi paket usluga, nego što realno iskoristi ili što mu realno treba. On često nije u poziciji da odbaci suvišne elemente ponude, već mora da ih sve plati u paketu. Strategija pozicioniranja brenda na podlozi diferencirane konkurentnosti snižavanjem troškova i prodajnih cijena omogućava potrošačima ostvarivanje navedenih koristi i cjenovnih efekata.

Važno je učiniti sve u stvaranju osjećaja kod krajnjih potrošača da oni profitiraju, a ne samo kompanija ili vlasnik brenda. Primjeri ovakve strategije pozicioniranja brenda su razni. Postoje putnici koji traže brz i jeftin avio-prevoz, bez ikakvih dodatnih usluga (stjuardese, piće, hrana, šoping i sl.). Na takav segment računaju jeftini avio-prevoznici, sa strategijom niskih troškova i cijena (low cost strategija). Od poznatijih low cost avio kompanija pominju se EasyJet, Sky Europe, WizzAir, RyanAir itd. Zbog suviše velikog komfora i visoke cijene u luksuznim hotelima, mnogo je turista koji preferiraju jeftine i skromne pansionere i hostele (po modelu bed & breakfast). Pojavljuju se i malo-prodajni objekti koji nude skromniji asortiman bez merčendajzinga na policama, već u otvorenim kutijama, po znatno nižim cijenama.



Slika 2 - Logo poznatih kompanija

Strategija cjenovnog pozicioniranja brenda obezbeđivanjem prosječne ili uporedive konkurentnosti se postiže održavanjem istog kvaliteta sadržaja

proizvodno-uslužnih pogodnosti, kao i istog nivoa cijena u odnosu na konkurenciju. Ova strategija je karakteristična za kategoriju univerzalnih i standardnih proizvoda. Tamo gdje nema mnogo prostora za konkurentsko diferenciranje, od velikog značaja jeste održavanje konkurentске uporedivosti i prosječnosti po svim elementima. Dodatno konkurentsko diferenciranje se postiže kroz kontinuitet distributivnih i logističkih pogodnosti, kao i razne usluge u okviru after-marketinga (postprodajne usluge, rokovi trajanja, servis, garancija, uslovi korišćenja). U nemogućnosti značajnijeg sadržajnog i cjenovnog diferenciranja, često se ide na promotivno, psihološko i asocijativno diferenciranje imidža brenda.

Na kraju, može se reći da nema uspješnog i prepoznatljivog brenda bez konkurentnog i diferenciranog sadržaja pogodnosti i vrednosnog pokrića za krajnjeg potrošača. Cjenovno pozicioniranje brenda, u marketinškom smislu, ne može se izvoditi samo na osnovu interesa i troškova kompanije, nego prevashodno na podlozi zainteresovanosti i spremnosti plaćanja krajnjeg potrošača. U tome i leži razlog postojanja konkurencije. Zbog toga se, logično, i ne preporučuje cjenovno pozicioniranje brenda logikom: „manje za isto“, „manje za više“ ili „isto za više“. Radi se o tržišnim i marketinškim aspiracijama koje su unaprijed osuđene na propast. Takva vrednosna pozicioniranja na tržištu, na dugi rok, ne bi mogla da pokriju i održe ni najbolje odabrana imena brenda.

4. Emocionalno pozicioniranje brenda

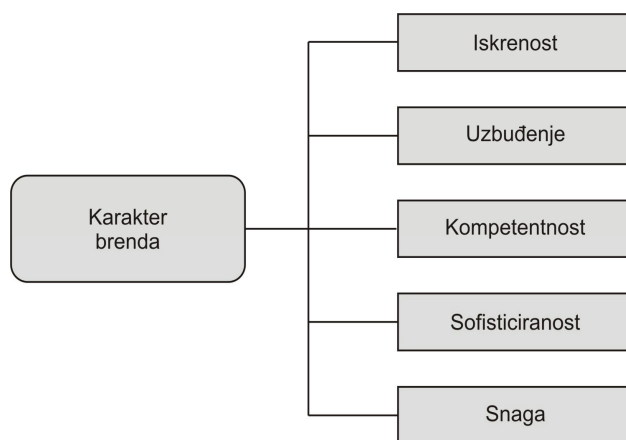
„Emocionalno brendiranje daje novu dimenziju kredibilitetu i identitetu brenda time što čvrsto povezuje sa ljudima na ličnom, holističkom nivou. Zasnovano je na jedinstvenom povjerenju koje se sa njima uspostavlja. Ono kupovinu zasnovanu na potrebi uzdiže do sfere žudnje. U središtu emocionalnog brendiranja nalaze se osjećanja kao što su vezanost za proizvod, ili neku instituciju, ponos koji osjetimo kada na poklon dobijemo omiljeni brend, ili prijatno iskustvo prilikom kupovine u inspirativnom okruženju u kojem neko zna kako se zovemo, ili nam neko neočekivano donese šoljicu kafe.“³

Osnovna ideja pozicioniranja brenda zasnovano na emocijama je kreiranje perceptivnosti potrošača o brendu u emotivnim i psihološkim dimenzijama. O brendu se govori kao o svojevrsnoj emocionalnoj imovini. Prema

³ Gobe, M., „Emocionalno brendiranje“, Mass Media International, Beograd, 2006., naslovna strana

Gobe⁴, ulaganje korporativnih napora i resursa u izazivanje prave emocije kod svojih potrošača predstavlja najbolju investiciju koju jedna kompanija može da učini.

Savremeni marketing tumači uzroke tržišne dominantnosti pojedinih brendova njihovom karakterizacijom. U suštini, ideja je da se izvrši svojevrsna „humanizacija“ (ili oživljavanje) brendova, pripisujući im odgovarajuće ljudske osobine. Karakter brenda (brand personality) čini jedinstvena kombinacija funkcionalnih karakteristika i simboličkih vrednosti jednog brenda za njegove potrošače. Istraživanja su pokazala da ljudi često opisuju svoje veze sa brendovima na sličan način kao i veze sa drugim ljudima. (Slika 3 – dimenzije karaktera brenda).



Slika 3. *Dimenzije karaktera brenda*⁵

Iskren brend je brend sa jakom tradicijom i jasnim setom vrijednosti koji reflektuje na svoje potrošače. On može biti percipiran kao porodični brend, staromodni brend ili originalni brend. Veza koju ostvaruje sa potrošačima, može se poistovijetiti sa vezom koju uvaženi član porodice ima sa svojim bližnjima. U ovu grupu brendova spada Kodak, Hallmark, pa čak i Coca-Cola.

Uzbudljiv brend je onaj koji asocira na mladost, koji posjeduje duh modernog vremena, i koji je inovativan. Tipični predstavnici ove grupe brendova su Pepsi i Sony.

⁴ Gobe M. Emocionalno brendiranje, Mass Media International, Beograd, 2006

⁵ www.valuebasedmanagement.net/methods_aaker_brand_personality_framework.html

Kompetentan brend odiše uticajnošću i ostvarenošću. Hewlett-Packard se savršeno uklapa u ovaj profil. Prema nekim ljudima osjeća se poštovanje za njihova profesionalna i životna dostignuća. Slična veza se ostvaruje i sa ovim brendom.

Sofisticirani brend. Sofisticiranost kao osobina podrazumijeva određenu dozu ekskluziviteta, te ne može svaki brend da je posjeduje. Ovakav brend na jedinstven način stvara vezu sa svojim potrošačima i izaziva jaku lojalnost. U ovu grupu spadaju brendovi poput BMW, Mercedes i Lexus.

Snažan brend je onaj koji vodi računa o sebi, individualac, pomalo egocentričan, usmjeren na svoje „atletske attribute.“⁶ Takav brend je Nike – njegov slogan „Just do it“ reflektuje individualnost i stalnu potrebu za samodokazivanjem. To je ono što ga čini distinktivnim u masi drugih brendova i što pokreće preferencije njegovih potrošača.

4.1 Čulna iskustva kao osnova emocionalnog brendiranja

Danas marketing više upotrebljava psihološke termine, nego statističke formule i grafikone. Najčešće korišćene riječi u savremenoj marketinškoj literaturi su: „pozitivna reakcija“, „emocija“, „osjećanje“. Emocionalni branding povezuje kompaniju sa potrošačima i privlači ih, a brendovi izazivaju osjećaj uzbuđenja kod potrošača.

Jedna od najvažnijih stvari u procesu brandinga je razumjeti potrošače i njihov doživljaj marke koju kupuju. Potrebno je zamisliti konkretnog potencijalnog kupca: kako živi, kakav auto vozi, gdje izlazi. Svi prepoznamo zvuk paljenja i gašenja računara koji je patentirao Microsoft. Zažmurite i pronađite tablu Toblerone ili flašicu Coca Cole. Po dodiru ćete ih izdvojiti od ostalih čokolada i flaširanih pića. Isto važi i za VW Beetle, jedan od prvih brendova koji je izgrađen na ljubavi, u to vrijeme simbolu hipi generacije. Brendovi promovišu ljubav i bliskost sa potrošačem. Obraćaju mu se u prvom licu jednine i trude se da budu živa bića - prijatelji. Apple iMac je druga riječ za senzualnost, kažu strastveni obožavaoci dizajna.

Branding je osjećanje povjerenja, lojalnosti, udobnosti, ljubavi, potrebe, želje i sreće u vezi sa brendom, zbog uvjerenja proisteklih iz vrlo preciznog iskustva. Moguće je da trud koji kompanija ulaže u reklamiranje i marketing privuku i zainteresuju za proizvod, ali to nisu faktori koji utiču na stvaranje lojalnosti prema brendu. Za to je neophodna interakcija između ljudi i brenda.

⁶ Aaker D. A. Building Strong Brands, The Free Press, New York, 1996, p. 159

McDonald's je jedan od najpoznatijih brendova na tržištu ishrane i drži vodeću poziciju među globalno brendiranim servisima brze hrane u svim zemljama u kojima postoji. Privlačnost Mek Donald's-a bazira se na njegovoj jedinstvenoj ličnosti, odnosno doživljavanju te ličnosti sa kojom su kupci u aktivnoj interakciji i na pozicioniranju restorana kao vida druženja, sreće i zadovoljstva. To znači poseban vizuelni doživljaj, drugačiji miris kuhinje, odnos zaposlenih, ali i poklone za decu, nagradne igre, posebno pakovanje, pa i jedinstveni ukus, kao što smo napomenuli i ranije. McDonald's ima svoje simbole, po kojima je lako prepoznatljiv u cijelom svijetu. Oni bude pozitivne emocije i olakšavaju izgradnju dugoročnih, stabilnih odnosa sa gostima. To su: zlatni lukovi, personifikacija brenda, klovn Ronald McDonald, globalna ambalaža, logo kompanijskog humanitarnog fonda "Ronald McDonald Charity House". Između McDonald's restorana i gostiju postoji emotivna veza, koja potvrđuje da su uspješni samo oni brendovi koji izrastu u robnu marku koju volimo. Danas sve više i više kompanija shvata da nove mogućnosti nijesu zasnovane na smanjenju troškova i povećanju profita, već na stvaranju inovativnih modela i shvatanju da su nematerijalne stvari postale vrednije od materijalnih.

Veliki broj kompanija ne razmišlja o svom brendu kao o kompleksnom entitetu, prema kome se treba ophoditi sa posebnom pažnjom kao što to činimo sa dragom osobom; već treba ulagati u njen razvoj, očuvati njenu jedinstvenost i zaštititi je od omasovljenja. To vidimo iz velikog broja neuspješnih kampanja prepunih otrcanih slogana koje su sve nalik jedna drugoj. Takav odnos prema brendu ne ostavlja upečatljivu sliku niti gradi svijest kod potrošača o postojanju brenda, a kamoli da ih navodi na razmatranje kupovine. To su masovni proizvodi ali ne i brendovi. Brendovi su moćni, snažni, inspirativni i oživljeni do te mjere da potrošač može da osjeti njihovu energiju. Brendovi omogućavaju potpuni čulni i emotivni doživljaj, a njihova jačina se ogleda i u činjenici da se potrošači ponekad toliko 'zblіže' sa brendom da su u mogućnosti da se identifikuju sa njim kao sa nekom poznatom ličnošću; ponekad postanu 'opsjednuti' svojim omiljenim brendom, a često im brend pruža i osjećaj više vrijednosti.

Bernard Arnault iz kompanije LVMH, izuzetno uspješne grupacije, u čijem vlasništvu su prestižni brendovi, poput Diora, Vuittona, itd. koristi model partnerskih odnosa kompanije sa potrošačem, napominjući da potrošači u novije vrijeme, u kupovini, više razmišljaju srcem, nego glavom.

Nova ekonomija biva bazirana na brzom osvajanju tržišta, ekternoj proizvodnji, a poseban akcenat stavlja na doživljaj brenda pomoću svih pet čula.

5. Zaključak

Kreiranje i pozicioniranje brenda nimalo nije lak zadatak koji se postavlja pred kompanije koje proizvode određene proizvode ili nude određene usluge. Počev od kreiranja imena, loga, slogana i drugih identitetskih obeležja brenda, preko percepcije i imidža brenda u očima budućih potrošača, pa sve do samog profilisanja i pozicioniranja različitim metodama, brend postaje presudno obilježje proizvoda. Adekvatnim advertazjingom, sponzorstvima, odnosima sa javnošću, kao i drugim vidovima promocije, kompanije pokušavaju da integrišu pojavu njihovog proizvoda u svijest svojih potrošača.

Brendiranje postaje značaj dio nematerijalne aktive bilansa kompanija. Više se ne brendiraju samo proizvodi i usluge, već i drugi formati kao što su: same kompanije, elektronski servisi, različiti oblici biznisa, ličnosti, geografske lokacije, događaji i manifestacije i sl.

Budućnost marketinga pripada emocionalnom brendiranju (emotional branding). Načini ostvarivanja ovog cilja okrenuti su kreiranju jedinstvenog doživljaja potrošača koji nije moguće doživjeti kupovinom i konzumiranjem bilo kog drugog brenda. Ulaganje korporativnih napora i resursa u izazivanje prave emocije kod svojih potrošača predstavlja najbolji ulog, koji jedna kompanija može da učini. Doživljavanje brenda pomoću svih pet čula jedan je od ciljeva emocionalnog brendiranja. Korporacije moraju da preduzmu, u tu svrhu, odlučne korake u pravcu stvaranja čvrstih veza i veće bliskosti, sa ciljem prihvatanja potrošača kao partnera. Brend namijenjen potrošačima nastaje prvo i prije svega u kompaniji, zahvaljujući karakteru kompanije koja stoji iza njega, kao i na njenoj riješenosti da dotakne ljude na emocionalnom nivou.

Literatura

Dev, Chekitan S., *"The Corporate Brand: Help or Hindrance?"*, Harvard Business Review, 2008., 86/2

Gobe M., *"Emocionalno brendiranje, nova paradigma povezivanja brendova i ljudi"*, , Mass Media International, Beograd, 2006.

Jobber D. Fani J., *"Osnovi marketinga"*, Data status, Beograd, 2006.

Keller K. L., *"Strategic brand management"*, Prantice Hall, London, 2003.

Keller K. L., „*Slučajevi najbolje prakse u brendiranju - Lekcije od najjačih svjetskih brendova*“, 1.izdanje, Mass Media Intenational, 2008.

Kotler P. & Trias De Bes F. , „*Lateral Marketing – New Techniques For Finding Breakthrough Ideas*“, John Wiley & Sons, New Jersey, 2003.

Kotler Ph., Keller K., »*Marketing Management*«, 12th Edition, Prentice Hall, 2003.

Lindstrom M. „*Brand sense*“, Mass Media International, Beograd, 2007.

Melewar T. C, „*Facets of Corporate Identity, Communication and Reputation*“ Routledge, Oxon, 2008.

Rakita B., Mitrović I, „*Brend Menadžment*“, Savremena administracija, Beograd, 2007.

<http://bwnt.businessweek.com>

<http://www.millwardbrown.com>

<http://www-03.ibm.com>

<http://www.marketingsource.com/articles/view/3616>

[http://www.buildmagazin.com/index.aspx?fld=tekstovi&ime=bm0403.](http://www.buildmagazin.com/index.aspx?fld=tekstovi&ime=bm0403)

htm

UDK: 658.8:338.48(497.16)

**(RE)BRANDING AS A FUNDAMENTAL PREREQUISITE FOR
FUTURE DEVELOPMENT OF MONTENEGRIN TOURISM**

**(RE)BRENDIRANJE KAO OSNOVNI PREDUSLOV ZA
BUDUĆI RAZVOJ CRNOGORSKOG TURIZMA**

ANĐELA JAKSIC STOJANOVIC, MSc
University "Mediterranean" Podgorica, Montenegro

Abstract: *Having on mind the fact that the name of the country and its logo and slogan are very important for destination branding and its positioning on the global market, this paper will be focused on branding system of Montenegro in order to point out its main advantages and disadvantages and create a coherent visual and verbal identity which differentiate Montenegro from the competition and position it as an attractive, unique, recognizable destination on the global market. The paper is based on the results on the survey which was carried out from June to September 2012 and which was, among all other issues, based on the research of the perception of slogan "wild beauty".*

Key words: *Brand, Branding, Visual Identity, Verbal Identity, Montenegro*

Apstrakt: *Imajući u vidu činjenicu da su naziv države, njen logo i slogan veoma važni za brendiranje destinacije i njeno pozicioniranje na svjetskom tržištu, ovaj rad će se baviti sistemom brendiranja Crne Gore, sa ciljem da istakne njegove prednosti i mane i kreira koherentni vizuelni i verbalni identitet koji izdvaja Crnu Goru iz konkurencije i čini je atraktivnom, jedinstvenom i prepoznatljivom destinacijom na svjetskom tržištu. Rad se bazira na rezultatim istraživanja sprovedenog u periodu jun-septembar 2012. godine, i između ostalog je zasnovan na istraživanju percepcije slogana „divlja ljepota“.*

Ključne riječi: *Brend, brendiranje, vizuelni identitet, verbalni identitet, Crna Gora*

1. Introduction

WTTC suggest that Montenegro will enjoy annual growth in visitor exports of around 9.4% which will put it on the second position of WTTCs Global League Table Rankings and on the first position comparing to its regional competitors. It also predicts that:

- The contribution of Travel & Tourism to Gross Domestic Product is expected to rise from 20.8% in 2009 to 25.6% by 2019.
- The contribution of the Travel & Tourism economy to employment is expected to rise from 29,340 jobs in 2009, 17.8% of total employment or 1 in every 5.6 jobs to 41,320 jobs, 23.0% of total employment or 1 in every 4.3 jobs by 2019.
- Real GDP growth for Travel & Tourism economy is expected to be 0.7% in 2009 and to average 6.2% per annum over the coming 10 years.
- Export earnings from international visitors and tourism goods are expected to generate 39.6% of total exports in 2009, growing (nominal terms) to 50.1% of total in 2019.

Having on mind all these facts, it is clear that tourism sector holds a key position in the overall economy of Montenegro, but it is also clear that the destination itself faces with some serious problems especially in terms of branding, regional development, seasonality, development of new products and markets and improvement of the existing ones and these issues should be used as the starting point of the future development of tourism in Montenegro. In that sense, the branding of the destination itself will be the main issue of this paper.

2. Branding of tourist destination

Simply defined, a brand is "a name, term, sign, symbol, or design, or combination of them intended to identify the goods and services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of the competition" (Kotler and Gertner, 2002: 4-5). Country branding combines visual communication and marketing techniques to promote a country. As in the branding of commercial goods and services, specific rules govern the positioning of the brand, the way its reputation is built, how customer preferences are addressed and loyalty is achieved, and how the brand is managed (Marazza, Antonio). Branding not only helps countries to express its nature and beauty, to emphasize the main competitive advantages and to send key messages to cus-

tomers, but also to potential tourists to make a clear image of the destination itself.

By analyzing slogans of the different tourism destinations, it may be concluded that most of them are connected with *nature* (such as Montenegro- *Wild Beauty*, Switzerland- *Get Natural* etc), *weather* (Spain- *Everything Under the Sun*, Ethiopia- *13 Months of Sunshine* etc), *geographical position* (Nigeria- *The Hearth of Africa*, Andorra- *The Pyrenean Country* etc), *treasures* (Cambodia- *A World of Treasures* etc), *food* (India- *We Add Spice to Your Life*, Costa Rica- *No Artificial Ingredients* etc), *discovery* (Canada- *Keep Exploring*, Kenya- *Experience a Different Safari Every Day* etc), *love* (Hungary- *A Love for Life*, Albania- *A New Mediterranean Love* etc), *personal massages* (Israel- *No One Belongs Here More Than You*, Romania- *Come As a Tourist, Leave As a Friend...* etc) and so on.

The country logos usually include the country name and some other graphics that range from something *abstract* (such as The Bahamas, Brazil, Germany, Malta, Seychelles Islands, Slovenia etc) to something *concrete* such as *sun* (Cyprus, Egypt, Maldives, Spain etc), *water* (Argentina, Greece, The British Virgin Islands etc), *landscape* (Bosnia Herzegovina, Iceland, San Marino etc), *animal* (Australia, Barbados, Slovakia etc), *plant* (Albania, Costa Rica, England, Holland, Turkey etc), *heart* (Bosnia & Herzegovina, Denmark, Dubai, Hungary, Serbia, Slovenia etc), *flag* (Austria, Cuba, Czech Republic, Monaco etc), *country name* (Croatia, India, Israel, Italy etc) and so on.

The process of successful branding should imply the perfect synergy between verbal and visual elements which will emphasize the main competitive advantages of the destination as well as to create a unique and recognizable identity of the destination which will represent its competitive advantages on the global market.

3. Brand identity of Montenegro - research

3.1 The main goal and objectives of research

The main goal of this research is to understand and describe the beliefs, attitudes, needs, expectations and motivations of tourists and local people in Montenegro regarding to the existing brand “wild beauty” in order to improve the satisfaction of the tourists and residents as well as the quality of tourism in Montenegro itself.

The main objectives of the survey are:

- to obtain relevant information about the profile of visitors in Montenegro
- to identify the main competitive advantages of Montenegro
- to identify beliefs and attitudes of tourists and local residents about the brand “wild beauty”
- to identify the main strengths and weakness of the existing brand
- to suggest more appropriate solutions for the future branding of Montenegro

3.2 The description of the research and methodology

The research was carried out from June to September 2012. The questionnaire has 31 questions and is divided into three parts. This paper is based on the analyze of the third part of the questionnaire which refer to the identification of the main advantages and disadvantages of Montenegro, as well as the beliefs and attitude of local tourists about the brand “wild beauty”.

The surveys were conducted in English, Russian, Montenegrin/ Serbian and Albanian by interviewing 285 tourists in twelve municipalities in Montenegro (Budva, Kotor, Tivat, Herceg Novi, Bar, Ulcinj, Žabljak, Kolašin, Plav, Plužine, Podgorica and Cetinje). The respondents were randomly selected among all visitors. All surveyors were provided the same detailed instructions on how to identify respondents and conduct interviews.

3.3 The main characteristics of respondents

The subjects of research have the following characteristics:

- 52% of respondents are male and 48% female
- 25% of respondents are domestic tourists, 25% are from neighboring countries (Serbia, Bosnia and Herzegovina, Croatia, Slovenia, Macedonia, Kosovo and Albania) and 50% are from other countries. It is clear that the structure of respondents does not match the structure of arrivals in the last years, but it was led by the fact that Montenegro’s international arrivals have positive trend, with tendency of future growth. Because of that, special accent in the research is put on the tourists from EU and some other markets such as the USA, China etc.
- 74% of respondents were interviewed in the South, 21% in the North and 5% in Central part of Montenegro. The structure of respondents does not match the share of arrivals in last years, because of the fact that the South region generates more that 95% share of arrivals, but it is based on the fact

that future development of tourism should be based on diversification and usage of the huge potential of Northern region. That explains the fact that 21% of respondents are interviewed in the municipalities in the North. It is also important to point out that more than 5% of people were interviewed in Central part of Montenegro (especially in Cetinje), but these tourists are usually day-trippers who are stopping en route to or from the coast and the capital or the mountains.

- In the South part of Montenegro, 46% of respondents are international tourists, 28% are tourists from neighboring countries and 26% are domestic tourists. In the Northern region, 62% of respondents are international, 23% are domestic tourists and 15% are from neighboring countries. Regarding to the Central part of Montenegro, 85% are international tourist and 15% are tourists from neighboring countries.

- 7% of tourists are from 15 to 19, 26% from 20 to 29, 26% from 30 to 39, 19% from 40 to 49, 15% from 50 to 59 and 7% are more than 60 years old;

- The majority of tourists have high school diploma (40%) or university degree (40%), 18% have higher school diploma and 1% finished primary school;

- 71% are employed, 13% are students, 9% are pensioners and 7% are unemployed.

- 46% have average monthly income, 20% above the average, 15% significantly above the average, 11% below the average and 8% significantly below the average of their country.

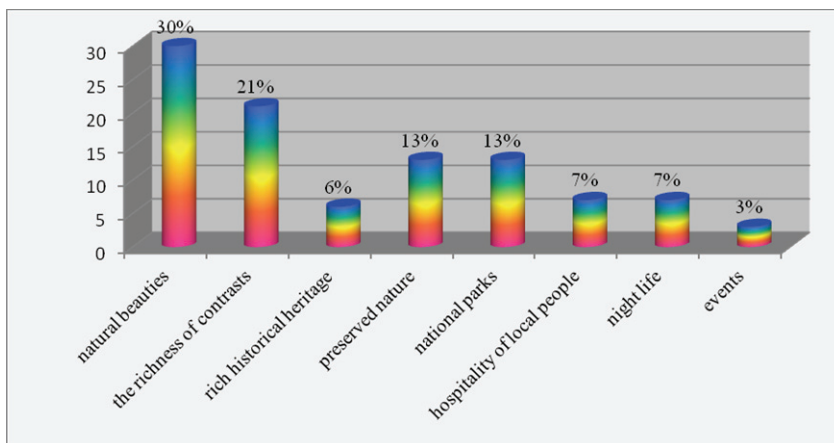
- 74% of tourists are situated in the South, 21% in the North and 5% in the Central part of Montenegro

3.4 Key results of the research

When asked to identify the main advantages of the destination itself, most respondents identified natural beauties, richness of contrasts, preserved nature and national parks (Figure 1).

It is interesting to mention that all international tourists identified natural beauties and the richness of contrasts, while a large number of them identified preserved nature and national parks as the third competitive advantage of Montenegro. Domestic tourists and tourists from neighboring countries also identified rich cultural heritage and hospitality of local people, which was not recognized as competitive advantage by international tourists.

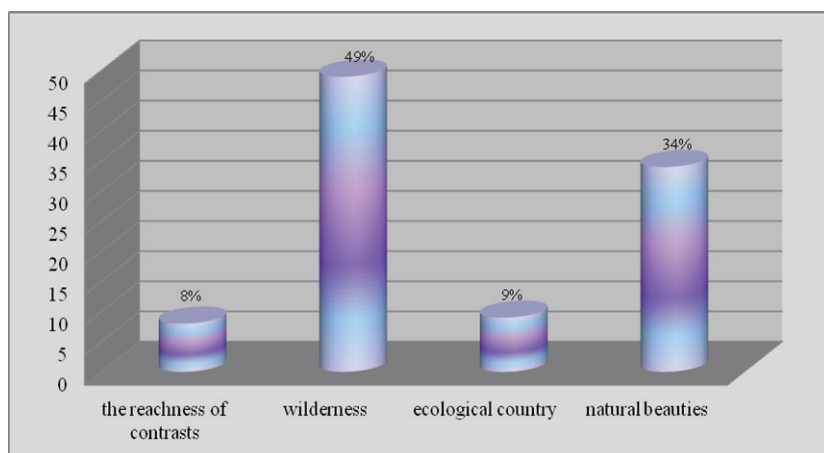
Figure 1: The main competitive advantages of Montenegro



Having on mind the fact that brand should emphasize the main competitive advantages of the destination, the questionnaire also researched the beliefs and attitudes of tourists and local residents about the association on “wild beauty” in order to discover if the brand is appropriately connected with the main competitive advantages of the destination itself.

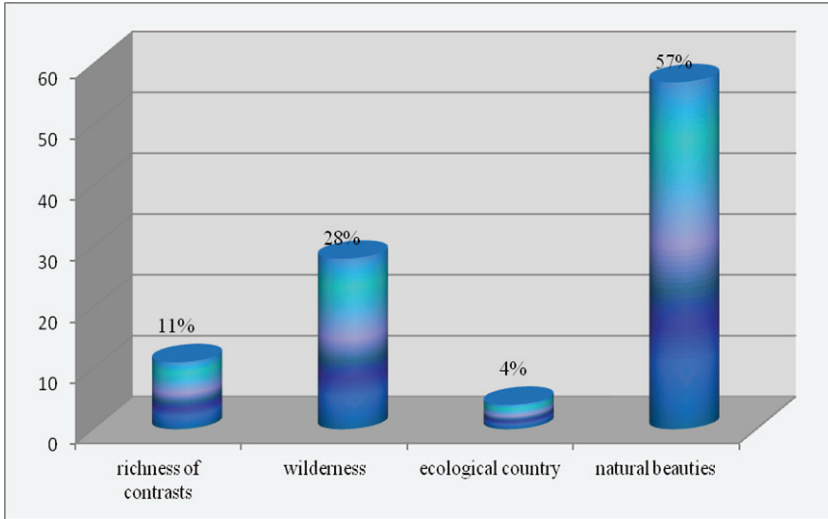
When asked about association on “wild beauty” most of the respondents declared that this slogan associates them with wilderness and natural beauties (Figure 2).

Figure 2: The association on slogan “wild beauty”



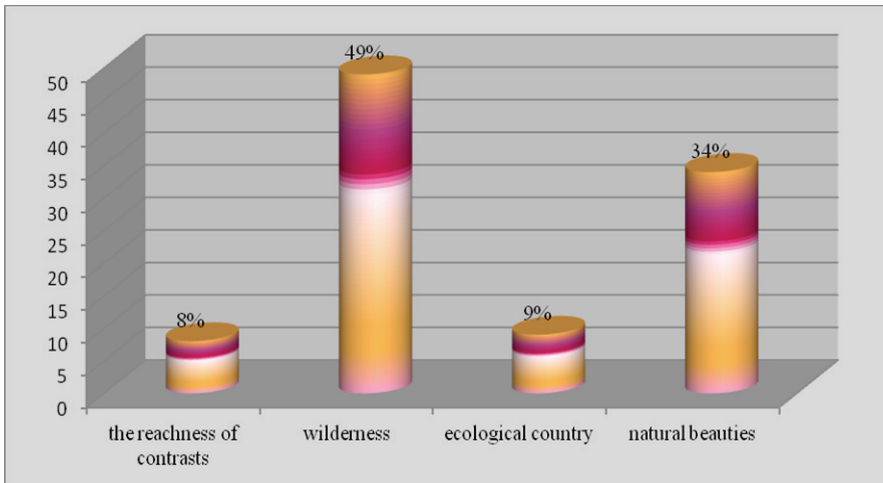
Domestic tourists usually associate “wild beauty” with natural beauties and wilderness (Figure 3).

Figure 3: The association on slogan “wild beauty”



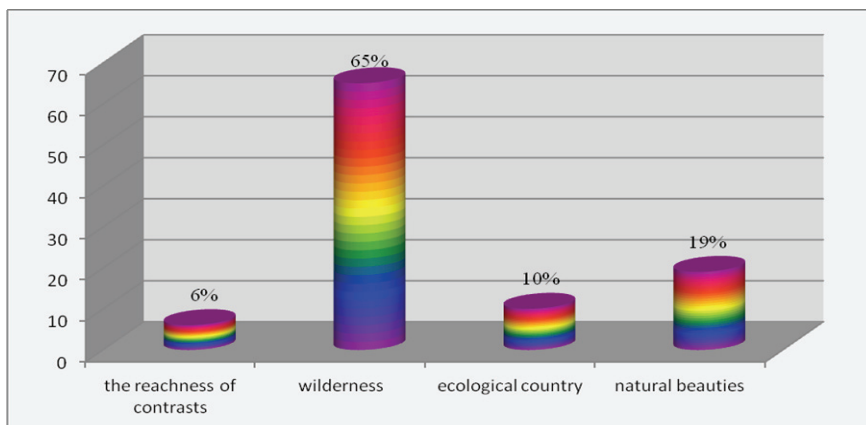
Tourists from neighboring countries usually connect “wild beauty” with wilderness and natural beauties (Figure 4)

Figure 4: The association on slogan “wild beauty”



When asked about the association on slogan “wild beauty” international tourists mostly identified wilderness as the main association (Figure 5).

Figure 5: The association on slogan "wild beauty"



4. SWOT analyze of the brand "wild beauty"

It is the fact that brand "wild beauty" has a numerous advantages regarding to visual and verbal identity, but it is concerning that 65% of international tourists connect "wild beauty" with wilderness which may lead to the conclusion that mentioned slogan does not represent the real nature of tourism products nor it highlights their main competitive advantages (Figure 6)

Figure 6: SWOT analyze

STRENGTHS	WEAKNESSES
strong visual identity	inappropriate verbal identity
visual association to diversity with an accent to the most important elements of tourist offer	message does not identify the main competitive advantages of the destination itself
clear and effective message	disharmony between visual and verbal identity
OPPORTUNITIES	TREATS
the government commitment to future touristic development	the lack of agreement in interpreting and promoting the country's diverse attractions to foreign visitors
the increase of the awareness of the importance of marketing - management strategies	unwillingness of all stakeholders in tourism to improve tourist offer
the awareness of the importance of branding process	lack of innovation and willingness to respond challenges

Something that is for sure one of the great advantages of brand “wild beauty” is its visual identity (Figure 7).



The name of the destination is the part of the visual identity and is presented by natural language of colors – different nuances of blue are used in order to represent Adriatic sea, lakes, streams and rocks, green is used in order to present rich vegetation and preserved nature, golden for sandy beaches and dark blue and black for high rocky mountains. Visual elements also include a supporting character in form of underlining which stretches from mountains to bays, beaches and sea. The visual identity offers a sense of discovery in a manner that is simultaneously wild, romantic, impressive and personally challenging, but still simple and pleasant.

Opposite to the visual, a verbal identity is a little bit questionable. The slogan “wild beauty” is, without any doubt, clear and impressive, but it is the fact that the key message does not represent the main competitive advantages of Montenegro, which was clearly shown by the results of the research. Having on mind the fact that not only tourists, but also local residents identified natural beauties and the richness of contrasts as the main advantages of Montenegro and that they mostly associate slogan “wild beauty” with wilderness, it seems that there is a large disharmony between visual and verbal identity of the brand itself, as well as a huge misbalance between the main competitive advantages of Montenegro and the slogan “wild beauty”.

In other words, we suggest that the slogan should be based on main competitive advantages of tourism destination such as the richness of contrast, the diversity of natural and cultural resources etc. In that sense, we believe that slogans “experience diversity”, “enjoy diversity”, “pearl of Mediterranean”, “the place where beauty lives” or simply “the land of contrasts” would be more appropriate and more in accordance with the nature of tourism products of Montenegro.

5. Conclusion

The results of the research clearly show that not only tourists, but also local residents perfectly identify the main competitive advantages of Montenegro. Respecting the fact that the process of successful branding implies the

perfect synergy between verbal and visual elements which will emphasize the main competitive advantages of the destination, as well as the crucial fact that it should create its unique and recognizable image on the global market, it looks like that the brand "wild beauty" does meet mentioned requirements. In that sense, rebranding should be the starting point and the corner stone of the future strategy of positioning of Montenegro as an attractive, unique, desired, whole year destination with a recognizable image on the global market.

References

Bakić, O. (2005). *Marketing menadžment turističke destinacije*, Univerzitet Educons: Sremska kamenica.

Evans, N., Campbell, D., Stonehouse, G. (2009). *Strategic Management for Travel and Tourism*", UK: Elsevier Ltd.

Hall, D. (2002). *Brand development, tourism and national identity: The re-imaging of former Yugoslavia*, The Journal of Brand Management 9(4-5): 323-334.

Halloway, R.,C., Davidson, C., H. (2009). *The Business of Tourism*, London: Prentice Hall.

Kotler, P. and D. Gertner (2002). *Country as a brand, product and beyond: A place marketing And brand management perspective*, Journal of Brand Management, April (9): 4-5.

Kotler, P. and G. Armstrong (2001). *Principles of Marketing*, 9 ed., New York: Prentice Hall.

Marazza, Antonio (2007). *Country branding is more than just a logo* (Landor Associates, <http://www.landor.com>)

Morgan, N., Pritchard A., Pride R. (2003). *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Okumus, F., Altinay, L., Chathoth, P. (2009). *Strategic Management for Hospitality and Tourism*, Oxford: Butterworth BH Heinemann.

Roy C., Yale, J., M. (2009). *Tourism:The Business of Travel*, London: Pearson Education.

Tesone, D. (2009). *Principles of Management for the Hospitality Industry*, Oxford: Butterworth BH Heinemann.

Timothy, J., B., Teye, B.,V. (2009). *Tourism and the lodging sector*, Oxford: Butterworth BH Heinemann.

Tribe, J., (2005). *The Economics of Recreation, Leasure and Tourism*, Oxford: Elsevier, Butterworth and Heinemann.

UDK: 338.48:94(497.15)

**TURISTIČKI POTENCIJAL BOSNE I HERCEOVINE
KROZ DIPLOMATSKU OVIJEST**

**TOURISM POTENTIAL OF BOSNIA AND HERCEGOVINA
THROUGH DIPLOMATIC HISTORY**

dr MARIJA JOVIĆ,
Gradska knjižnica „Don Mihovil Pavlinović“ - Imocki

Apstrakt: Želimo li shvatiti izazove našega doba i odgovoriti na njih moramo ponovno promisliti o svojim tradicionalnim pretpostavkama, kategorijama, pa čak i samim pitanjima. Na ovom području, kojem bismo, kroz ovaj rad željeli dati skroman doprinos ima zanimljivih zapažanja. Znamo kako je sve što treba reći već izrečeno, no nije to još svatko rekao! Glavna je nakana rada istražiti kako se mijenja narav različitih vrsta identiteta te politička načela koja bi trebala voditi međuljudske odnose unutar društava i između njih, u ovom slučaju u svrhu promicanja turističkih posebnosti. Jedna od glavnih nakana je pokazati kako bi našim zajedničkim problemima trebalo pristupiti u duhu ljudske solidarnosti, što pak iziskuje ojačavanje i učvršćivanje naše zajedničke ljudskosti, što nazivamo nacionalnim identitetom.

Politika identiteta se dosada definirala i vodila na temelju partikularnih kolektivnih identiteta, poput onih što se zasnivaju na spolu, etničkoj ili nacionalnoj pripadnosti. Unatoč važnosti takvih identiteta, jednako je ključno afirmirati sveopći ljudski identitet, smjestiti posebne identitete u njihove okvire te se angažirati u nečemu što bi nazvali novom politikom identiteta, koja nas čini posebnim i prepoznatljivim u bilo kojem smislu pa i u turističkom o čemu u radu i dajemo naglasak.

Ključne riječi: Politika identiteta, turizam, destinacija, diplomacija.

Abstract: We want you to understand the challenges of our times and respond to them, we need to rethink about their traditional assumptions, categories, and even the issues themselves. In this area,

which BSMO in this paper would like to make a modest contribution has interesting observations. We know that everything that needs to be said has already been said, but not everyone has to say! The main intent was to explore how work is changing the nature of different kinds of identity and political principles that should guide human relationships within societies and between them, in this case in order to promote tourist features. One of the main intention is to show how our shared problems to be addressed in the spirit of human solidarity, which in turn requires the strengthening and consolidation of our common humanity, such as national identity.

Identity politics has so far defined and managed on the basis of particular collective identities, like those based on gender, ethnic or national origin. Despite the importance of such identities, it is equally essential to affirm the universal human identity, locate specific identities in their boxes and get involved in what I would call the new politics of identity, which makes us special and distinctive in any way and in a recreation of what the paper and talk .

Keywords: *Identity Politics, Tourism, Destination, Diplomacy*

1. Uvod

Još od samog svog postanka Bosna je bila oblast brojnih ratova i sukoba. Svojim položajem privlačila je mnoge vojskovođe, čiji je glavni cilj bio pokoravanje Bosne. U više navrata je uspijevala obraniti svoje "bedeme" zahvaljujući velikanima koji su se javljali u raznim historijskim periodima, ali je ipak često bila teritorijalno rasparčana, najviše zahvaljujući nesređenim prilikama na svom tlu. O samom njenom postanku i nastanku njenog imena Bosna nema jedinstvenog mišljenja. Ime joj se dovodilo u vezu, prije svih, s imenom tračkog plemena Besa, zatim s ilirskom riječi bos (mjesto gdje se ispire sol), pa s latinskim izrazom bosina (granica) itd. Međutim, ono što je neosporno je činjenica da Bosnu, ali i njene granice, sredinom X stoljeća spominje bizantski car Konstantin VII Porfirogenet u svom djelu *De administrando Imperio* (O upravljanju Carstvom).

Zanimljivo je da se na geografskoj karti prvi put pojavljuje 1339. godine, koju je izradio Angelino Dulcer iz Majorke. Sve ovo gore navedeno svakako je imperativ diplomatima da u svojim nastojanjima u uvjetima mira privuku što veći broj turista.

Imidž države je slika, doživljaj ili predstava koju o toj državi imaju pojedinci, grupe ili različite organizacije u javnosti. Pojam imidža vodi porijeklo od engleske riječi *image*, što znači lik, prilika, oblik, odraz u ogledalu, sličnost, uobrazilja, zamišljanje itd. Imidž države je ono što drugi misle o državi i ne mora se poklapati sa stvarnim stanjem iste države. Imidž ima pozitivnu funkciju kad je u suglasnosti sa stvarnošću, a negativnu kad je krivo prikazuje. U prvom slučaju radi se o informaciji o jednoj zemlji a u drugom o dezinformaciji koju nije teško uočiti i razotkriti. Bliski pojmovi imidžu države su identitet i ugled države.

Identitet države u našem slučaju bio bi skup svih elemenata i načina kojima se država predstavlja u javnosti. Ugled ili reputacija države predstavlja sve one vrijednosti koje ljudi ili javnost uopće dodjeljuju jednoj državi prema kojima ona stječe dugoročni pozitivni imidž. Svaka država danas pažljivo planira, organizira, provodi i kontrolira aktivnosti i procese stvaranja vlastitoga pozitivnog imidža u domaćoj i međunarodnoj javnosti.

Sama povijest Bosne vezana je i za mnoge seobe upravo izazvane ekonomskim prilikama i ratovima. Zbog tih seoba njeno stanovništvo je od samog svog postanka bilo šaroliko, označavajući već tad Bosnu kao multinacionalnu i multikulturnu oblast koliko je to moguće reći za srednjovjekovno doba. Dokaz tome je i to što su u Bosni već tada bile zastupljene tri konfesije: katolička, pravoslavna i patarenska, za razliku od njenih susjeda kod kojih je uglavnom jedna vjera bila označena kao državna. I danas, u diplomatskim nastupima, kao turističku prednost BiH treba predstavljati upravo o tom smijeru. Multietnička država.

O sređivanju međunarodnih odnosa utvrđenim diplomatskim formama govori i prvi takav bosanski sačuvani dokument – Povelja Kulina bana . U srednjem vijeku, u doba velikih seoba, da bi se države održale i prošle sa što manje štete, primjenjivala su se diplomatska sredstva i metode, koje su se morale prilagođavati vremenima, prilikama i potrebama, i koje su se pokazale efikasnijim od primjene sile i oružja.

Posebno značajno mjesto u povijesti srednjovjekovne bosanske države pripada diplomatskoj službi u srednjovjekovnoj Bosni, njenoj organizacijskoj strukturi i višestoljetnom djelovanju. Neophodno je dovesti u vezu odnos između organizacije funkcioniranja diplomacije i države, gdje se ne smije gledati samo izraz nego i specifičnost bosanskog državnog i političkog razvitka. Dosadašnja istraživanja, istina još nedovoljna, pokazala su diplomatske odnose i vladarski dvor u srednjovjekovnoj Bosni, dovodeći ih u vezu s izvjesnom

podjelom nadležnosti savjetodavnih funkcija vlastelinskog sabora, uže vladareve obitelji i samog vladara koji je u vođenju vanjske politike – diplomacije, ipak imao konačnu i odlučujuću riječ. Diplomacija u Potrebe ovog istraživanja su:

a) istražiti kako sudionike uvjeriti o povijesnoj autentičnosti i utjecaju baštine na turistički proizvod, uslugu i iskustva, koja su stvorena za posjetitelje, te da se istraži vrijednost povijesne autentičnosti u odnosu na ostale čimbenike koji sudjeluju u planiranju turizma i baštine.

b) kako je turistička baštine zastupljena u zajednici i kako definirati povijesnu autentičnost?

Iako je cilj ovog istraživanja procijeniti iskustva posjetitelja iz njihove točke gledišta, potrebno je jasno sagledati i važnost stvaranja zanimljivosti za iskustva posjetitelja kao dio turističkog razvojnog procesa.

2. Diplomacija srednjovjekovne Bosne

Diplomatska služba kao jedan vid i jedna manifestacija državnog života, održavala je svojom aktivnošću i uspjesima, svojom ukupnom kvalitetom stupanj razvitka ekonomije i društva i države u pojedinim etapama njezina uzrasta i padanja. Na teritoriju koji je tijekom kasnijeg razvitka bio obuhvaćen granicama srednjovjekovne bosanske države prve znakove samostalne diplomatske aktivnosti ne nalazimo u Bosni nego u Zahumlju. Prvi put se u formularima vizantijske dvorske kancelarije iz prve polovine X stoljeća, koji se upućuju slavenskim knezovima, nalazi i zahumski knez.

Iz Porfirogenetovih podataka može se zaključiti da je zahumski knez Mihajlo u zamršnim vizantijsko-bugarsko-srpskim odnosima pokušavao igrati samostalnu političku ulogu s ciljem da se podržavanjem dobrih odnosa sa Bugarskom, oslobodi pritiska svojih neposrednijih susjeda – Vizantije i Srbije.¹

U Kulinovo i Ninoslavljevo doba ostvareni su uspjesi u učvršćivanju državne organizacije koji su proilazili koliko iz vanjskih okolnosti, toliko i iz samostalne diplomatske aktivnosti samih vladara, koji su povremeno uspijevali da vanjske okolnosti iskoriste za postizanje unaprijed postavljenih ciljeva ili da ublaže njihovo nepovoljno djelovanje. Njihovim ugovorima s Dubrovnikom, Kulinovim iz 1189. i Ninoslavljevim iz 1240. godine, sigurno su prethodili pregovori, iako ništa ne znamo o tehnicima i proceduri pregovaranja, jer tada

¹ Constantin Porfirogenit, *De ceremoniis II*, str.416.

još uvijek nisu postojale utvrđene forme u diplomatskim pregovorima. Diplomatski poslovi još se svršavaju od slučaja do slučaja. Ninoslav je sam u pravcu svojih Boljara putovao u Dubrovnik da bi dovršio pregovore i perfektuirao ugovor. Prvi put, koliko je poznato, u sklapanju međudržavnog ugovora bosanski vladar je sudjelovao sa svojim boljarima/vlastelom, koji zajedno s njim predstavljaju državu i polažu zakletvu na utanačeni ugovor. Pojavom heretičkog bogumilstva zemlja je došla u opasnost da postane prosti objekt složene intervencije Rimske kurije i ugarskog dvora, te je ovu opasnost trebalo otkloniti diplomatskim sredstvima. „Kulinovi posrednici u Rimu bili su dubrovački nadbiskup Bernard arhiđakon Marin.“² Oni su uspjeli da prijetnje kurije svedu na zahtjev da se ban i predstavnici bosanskih heretika javno odreknu hereze. „Akt odricanja (1203. godine) sankcioniran je zatim i od ugarskog kralja, pošto je sin bana Kulina u ime svoje zemlje primio jednostranu obavezu da će platiti 1.000 maraka srebra u slučaju da prekrši utanačeni sporazum.“³ Slično je potpisao i Ninoslav, iako ne uvijek s istim uspjehom. Dok su prvi bosanski banovi aktivnosti podešavali prema prilikama koje su im nametale vanjske okolnosti i vazalni odnos prema Ugarskoj, od dvadesetih godina XIV stoljeća već se može govoriti o samostalno postavljenim ciljevima državne politike koji se konzekventno ostvaruju pod Stjepanom II i Tvrtkom I Kotromanićem.

Kralj je Tvrtko bez dvojbe najveći vladar bosanske države i jedan od najvećih muževa hrvatske prošlosti. Ostavio je veliku državu, ali još nesređenu i neučvršćenu. Kako su se bosanski velikaši bili osilili, moglo se je lako dodogiti, da se Tvrtkovo djelo brzo sruši, ako mu nasljednik ne bude jake i čvrste ruke.⁴

Ti ciljevi su proilazili iz tadašnjeg stupnja ekonomskog razvitka i ekonomskog stanja koje je Bosnu dovelo do širih trgovačkih veza s bližim i daljim zemljama, te je samim tim bila potrebna veća sloboda i samostalnost u vanjskopolitičkim i ekonomskim odnosima. U ostvarivanju ovih ciljeva vladari ovog doba morali su se služiti i diplomatskim sredstvima, često više nego

² Smičiklas, *Codex diplomaticus III*, str.15.

³ Isto, str.37.

⁴ Krunoslav Draganović, Ljubo Karaman, Oton Knezović, Filip Lukas, Mihovil Mandić, Antun Mayer, Vinko Mikolji, Marko Perojević, Ivan Rendeo, Ferdo Šišić, Mate Tentor, Ćiro Truhelka, Miroslav Vanino, Vladimir Vrana, *Povijest Bosne i Hercegovine od najstarijih vremena do godine 1463*. Hrvatsko kulturno društvo Napredak, Sarajevo, 1991. str. 349.

oružjem iako je i ovdje, kao i svuda, tada i u svim vremenima, snaga oružja bila faktor o kojem su zavisili diplomatski uspjesi. Od tad se počinju javljati i određeni forme u diplomatskom prometu s vanjskim svijetom – koje su bez sumnje naučene od Dubrovčana⁵.

3. Srednjovjekovna Bosna, Mletačka i Dubrovačka Republika

Posjed jadranske obale od Cetine do Neretve doveo je Bosnu u bliže odnose sa Mletačkom Republikom i gradovima srednje Dalmacije. Mlečani, koji su bili važan faktor na Jadranu, ulaze u daljnje vanjskopolitičke planove bosanskih vladara u njihovim odnosima prema Ugarskoj i Jadranskom primorju. S druge strane, mletačka vlada, u borbi za prevlast Jadranom, računala je na Bosnu i sve je više uvlačila u svoje diplomatske kombinacije i na taj način stvarala prevagu u mletačku korist. Mlečani su pravilno i realno ocjenjivali ulogu koju bi Bosna, prema njenoj tadašnjoj snazi, mogla odigrati u njihovim odnosima s Ugarskom. Iako je Stjepan Kotromanić⁶ bio vazal ugarskog kralja, on je 1343. godine radio potajno na savezu sa mletačkim gradovima u Dalmaciji, koji je bio uperen protiv Ugarske. Mlečani su ocijenili stvarnu moć bana i podržali ga u njegovim savezima, ali uz uvjet da se ne spominje ime Mletačke Republike. U izvorima ovo je prvi podatak o samostalnoj diplomatskoj inicijativi bosanskog vladara koji je zadirao u međunarodne odnose Podunavlja, Balkana i Jadrana, kao i prvi pokušaji da se ti isti odnosi izmjene u vlastitu korist. Jedno je ipak sigurno, a to je da je diplomatska aktivnost bosanskog bana u tim vremenima, kada je 1345. godine zbog Zadra izbio ugarsko-mletački rat, bila usmjerena na učvršćavanje prijateljskih odnosa sa Mletačkom Republikom u cilju slabljenja moći ugarskog kralja, pogotovo na Jadranu, gdje su se već tada nazirali budući interesi bosanske države.⁷

⁵ O dubrovačkoj diplomaciji između ostalih djela pogledati; Svetlan Bereković, *Diplomacija Dubrovačke Republike – diplomacija i povijest*, Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija RH, Zagreb-Dubrovnik, 2009. Miljenko Foretić, *Dubrovnik u povijesnim i kulturnim mijenama*, Zbornik odabranih radova, Matica Hrvatska ogranak Dubrovnik, Dubrovnik, 2007.

⁶ Stjepan II Kotromanić bio je jedan od najznačajnijih banova u bosanskoj historiji. Za njegove vladavine Bosna je doživjela, do tada, najveću teritorijalnu ekspanziju. Pametnom vladavinom i dobrim diplomatskim vezama uspostavio sve uslove da Tvrtko I Kotromanić napravi od Bosne najjaču samostalnu južnoslavensku državu u historiji. Stjepan II Kotromanić je bio pokopan u franjevačkom samostanu u Milama, kod Visokog, 1353. godine.

⁷ Ljubičić, Listine II.

Prva dva desetljeća vladavine bana Tvrtka protekle su u sjeni ugarskog kralja Ludovika I⁸. Zadarskim mirom iz 1358. godine učvršćena je ugarska prevlast, te su na ovaj način Bosni bili zatvoreni svi izgledi na toj strani. Uključivanjem Podrinja i Polimlja u svoje granice Bosna nije dobila samo povećanje državnog teritorija već i prava na političku baštinu izumrle dinastije Nemanjića. Tako da Tvrtkovo krunjenje za kralja (1377. godine) nije samo formalni akt nego i stvarni izraz teritorijalnog opsega i unutrašnje stabilnosti države. Od tada se politika bosanskog kralja otkida od ugarske politike, a Bosna ide svojim putem ka zauzimanju međunarodnog položaja. Iako nisu pokazane inicijative za formalne prekide veza s Ugarskom, te veze su bile ignorirane ukoliko nisu dovodile u pitanje važnije i neposrednije interese.

Samostalnost političke aktivnosti bosanskog kralja najbolje su osjetili Dubrovčani tijekom novih ugarsko-mletačkih neprijateljstava od 1378. do 1381. godine, kada su u strahu od Mlečana zatražili pomoć od ugarskog kralja koji ih je uputio na Tvrtka, svog vazala i njihova neposredna susjeda. Naime, oni su 15.11.1378. obavijestili ugarskog kralja kako se više ne mogu pouzdati u pomoć bosanskog kralja, koji je počeo pokazivati političke interese prema Raškoj. Taj podatak nije u potpunosti rasvijetljen jer ni sami Dubrovčani nisu bili sigurni o čemu se to točno radilo. Ono što je sigurno je da je bosanski kralj u vrijeme ugarsko-mletačkih ratova imao odvojene političke poslove, koje nije završavao kao vazal ugarskog kralja već kao vladar države čiji cilj je bila samostalnost.

Bosna i Dubrovačka Republika su u najvećoj mjeri same krojile svoje odnose. Jedni drugima su trebali, a opet, nerijetko, imali su različite interese. Odnos je bio znatno opterećen uplitanjem samih Mlečana. Ti vječiti dubrovački rivali bili su bosanski susjedi, kao i Dubrovčani, te je sve što su u Bosni poduzimali u svoju korist, Dubrovčanima automatski nanosilo štetu. Prema tome može se reći da su dubrovački diplomati najteže izazove svladavali ne toliko na Porti, koliko u Bosni. Tvrtkovo držanje u mletačko-ugarskom ratu, osobito po pitanju Kotora gdje je posredovao između dva zavađena grada, i

⁸ Ludovik I, bio je kralj Ugarske, Hrvatske, Dalmacije i Slavonije od 1342., a Poljske od 1370. godine. Bio je jedan od najboljih i najaktivnijih vladara kasnog srednjeg vijeka, šireći svoj teritorij na Jadransko more i čvrsto osiguravši Dalmaciju, s dijelom Bosne i Bugarske pod ugarskom krunom. Mnogo je vremena proveo Ratovao je protiv hrvatskih velikaša; Nelipčici su mu predali KNIN («ključ Hrvatske»), a Šubići Ostrovcu zauzvrat su dobili utvrdu Zrin u Pounju - po toj su utvrdi nazvani Zrinski - uvidio je važnost Jadranskog mora.

koji je završen u korist Kotora a po štetu Dubrovačke Republike, pokazalo je ne samo samostalnost Bosne u odnosu na Ugarsku, nego i njenu važnost u međunarodnim odnosima. To dovodi do potrebe da se s Bosnom održava kontinuirani diplomatski promet.

4. Povijesno naslijeđe u službi turizma

Definiranje povijesti i autentičnosti tijekom prošlog stoljeća, došlo se do promjene u metodama povijesnog istraživanja. Neke od tih metoda imaju za cilj motivaciju i potrebu za poviješću koja će obuhvatiti cjelokupno povijesno naslijeđe. Dovodi se u pitanje ideja ipojam objektivne istine i stvarnosti.

Na povjesničarima i izvorima povijesnih podataka zadatak je otkloniti predrasude koje utječu na ono što je poznato o prošlosti. „Smatram stoga da je dobar prosvjetitelj onaj koji vjeruje da se stvari "odvijaju na određeni način".“⁹ Unatoč tvrdnjama da se povjesničar uvijek služi objektivnošću, prethodno dominiraju povijesne priče iz kojih se može prepoznati pristranost o izvorima informacija o tome kako su se stvari dogodile u prošlosti. Uočen je znatan napor napravljen od strane povjesničara kod socijalne konstruktivističke filozofije. Ova definicija i konceptualna rasprava također predstavlja neprilike za baštinu turizma te za njegovo planiranje i programiranje: Koji resursi, priče, događaji i perspektive su točno prisutne i povezani u zajednici kroz povijest i kulturu, a koji bi trebali biti razvijeni i predstavljeni. Prvenstveno je potrebno definirati autentičnost zemlje i povijesti kao objektivnih činjenica i stvarnosti na temelju stvarnih i povijesnih artefakata koji se prirodno uklapaju s povijesnim očuvanjem.

U slučaju Manistee i Ludington, čini se da postoji izravan odnos između uspjeha očuvanja povijesne baštine i razvoja turizma. Istodobno stvarajući netočan priču s druge strane moglo bi dovesti do negativnih utjecaja na kvalitetu iskustva posjetitelja te njihovu percepciju baštine turizma pojedinih mjesta.¹⁰

⁹ Umberto Eco, *Rakovim korakom, Vrući ratovi i medijski populizam*, Izvori, Zagreb, 2010. str. 74.

¹⁰ Usp. (Hargrove, 1999; McKercher & DuCros, 2002). Hargrove, C. (1999). Authenticity: The essential ingredient for heritage tourism. *Forum Journal*13(4), 38-46. Hargrove, C. (2002). Heritage tourism. *Cultural Resource Management* 25(1), 10-11. McKercher, B. & duCros, H. (2002). Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. New York: *The Haworth Hospitality Press*, „Consideration of historical authenticity in heritage tourism-planning and development“, Craig Wiles 600 W. Saint Joseph Street, Suite 10 Lansing, MI 48933 Gail Vander Stoep, Michigan State University, str. 297.

Kulturno-povijesni naslijeđe postaje sve važniji čimbenik turističkog razvoja zbog promjena koje svjedočimo u ponašanju turista, gdje upravo sadržaji kakve nudi kulturna i povijesna baština dodatno motiviraju turiste za dolazak u neku turističku destinaciju. Sam turizam je pod utjecajem ovih promjena doživio razvoj novih oblika turističkih putovanja, pa ona koja u sebi nose takav pozitivan odnos prema kulturno-povijesnom naslijeđu dobivaju i naziv: kulturni turizam (prijevod engleskog naziva "cultural tourism").

Konkurencija s jedne i sve zahtjevnija i elastičnija potražnja, obogaćena s oko 10 tisuća motiva i oko 160 pojedinih vrsta i bika turizma s druge strane zahtijevaju segmentaciju turističkog tržišta i selekciju (izbor) pojedinih programa, sadržaja i turističkih itinerara. Kvantiteta se sve više zamjenjuje kvalitetom, masovno individualnim i diferenciranim, a to, pak, i ekološkim, izvornim i uravnoteženim.¹¹

Gotovo svuda u svijetu, pa i u najrazvijenijim sredinama, kulturno-povijesno naslijeđe je suočeno s problemom vlastite zaštite, a to znači prije svega s financijskim problemima vezanim uz formiranje i provođenje zaštite. Takvih je sredstava uvijek i svuda razmjerno malo, često daleko ispod realno potrebnog za održavanje tek postojećeg stanja, a kamoli za određena poboljšanja i unapređenja. Svijest o potrebi očuvanja vrijednog kulturno-povijesnog naslijeđa, ali i potreba da se temeljem njegova korištenja dade poticaj razvoju poduzetništva i turizma na tom području, danas je sve više prisutna. Zbog toga je nužno razraditi teorijske osnove upravljanja tim graditeljskim nasljeđem, kako bi se društvene odluke temeljile na znanstvenim i stručnim podlogama. U radu se obrađuje postavka da revitalizacija i znanstveno-stručno upravljanje kulturnom baštinom, u koju između ostalog spada i gastronomija i enogastronomija, može postati pokretač gospodarskog (turističkog) razvoja.

Tradicija jela i pića određenoga kraja temelj je regionalne gastronomije i enogastronomije. Činjenica je međutim da se posebnosti tradicijske kuhinje mogu učinkovito koristiti i u pripremanju svakodnevne hrane za osnovne potrebe turista, ali i za pripremanje specijaliteta za njihov posebni užitak¹²

¹¹ Vlatko Jadrešić, *Turizam, u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*, Zbornik istraživanja, Školska knjiga, Zagreb, 2001., str. 123.

¹² Damir Demonja, Pavlo Ružić, *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb, 2010., str. 214.

5. Umjesto zaključka - uloga diplomacije na promicanju turizma

Bogato povijesno i kulturno nasljeđe, prirodne ljepote mogli bi Bosni i Hercegovini osigurati mjesto pri vrhu ljestvice posjećenijih turističkih destinacija. Zadatak je na diplomatima. „Države se cijene, između ostalog, po svojim predstavnicima. Stoga svaka država nastoji voditi određenu kadrovsku politiku pri izboru svojih diplomatskih predstavnika.“¹³ No, u razgovoru s hrvatskim diplomatima postoji cijeli niz stavki koje bi bilo potrebno unaprijediti kako bi BiH dostigla primjerice jednu Tursku, koja je BiH u određenim segmentima slična.

U zadnjih deset godina, prema dostupnim podacima iz hrvatskog veleposlanstva u Ankari, zahvaljujući suradnji na možebitnim ulaganjima u raznim područjima između turskih i hrvatskih predstavnika; godišnji rast turističkog sektora u Turskoj ima stopu rasta od 12% u terminima broja turista, te stopu od 15% rasta prihoda od turizma.

2005. godinu Turska bilježi kao rekordnu godinu na turističkom planu s dolaskom preko 21 milijuna stranih turista i prihodom od turizma od oko 18 mlrd USD. Ovaj uspjeh pripisuje se i nastojanjima turističkih radnika da se turistička sezona produlji na cijelu godinu s ponudom različitih programa u okviru sportskog, kongresnog i zdravstvenog turizma. Najveći broj turista dolazi iz Njemačke, Bugarske, Irana, Grčke, Rusije, Azerbajdžana, Francuske i Velike Britanije. U 2006.g. Turska je ostvarila 20ak milijuna turističkih posjeta, a do 2010. godine dostigla je i 30ak milijuna. Ukupni iznos investicija u turistički sektor doseže iznos od 35 mlrd USD, od čega je oko tri četvrtine realizirano putem privatnog sektora. S obzirom da je turizam označen kao "sektor od posebne važnosti za razvoj", posebni poticaji za razvoj turističkog sektora¹⁴ rezultirali su porastom ulaganja u turizam sa 140 mil USD u 1985.g. na 1 mlrd USD u 1990.g. Turski investitori povećali su tijekom osam godina turističke kapacitete za 200 000 kreveta (prosječno 28 000 novih kreveta godišnje), dok je oko 20% kapaciteta sagrađeno na javnom zemljištu koje je dano na raspolaganje investitorima. Ukupni iznos stranih investicija u turizma iznosi oko 3 mlrd USD što čini oko 10% ukupnih investicija u turistički sektor. Strane firme

¹³ Radovan Vukadinović, *Politika i diplomacija*, Politička kultura, Zagreb, 2004.str. 93.

¹⁴ (Zakon o poticajima u turizmu br.2634 od 12. ožujka 1982., objavljen u Sl. listu br. 17635 od 16. ožujka 1982.g.-Zakon je dostupan na web stranici Ministarstva kulture i turizma www.kultur-turizm.gov.tr)

upravlja s kapacitetom od oko 65 000 kreveta (15% od ukupnog broja kreveta).

Uloga Vlade u gospodarstvu zemlje primateljice uz uobičajene aktivnosti na području definiranja i provedbe opće gospodarske politike, te pripremu relevantnog zakonodavstva, uloga vlade u razvoju gospodarstva evidentira se i kroz osiguravanje niza poticajnih mjera za potporu razvoja različitih segmenata gospodarstva.

Mjere potpore za sve gospodarske sektore odnose se na privlačenje investicija i definirane su Zakonom o direktnim stranim ulaganjima¹⁵, Zakonom o državnim poticajima za investiranje¹⁶ i Uredbom br. 2002/1 o provođenju Zakona o državnim poticajima za investiranje - Sl. list 30.07.2002/24831), te Zakonom o državnim potporama za ulaganja u mala i srednja poduzeća¹⁷

Uz navedeno, vlada daje potporu razvoju gospodarstva i kroz mjere potpore na području poljoprivrede, aktivnostima u slobodnim zonama, industrijskim i tehnološkim zonama, kao i obavljanju djelatnosti i ulaganjima u veliki projekt razvoja jugoistoka Turske GAP.

S obzirom na aktualni proces ocjene usklađenosti zakonodavstva s pravnom stečevinom EU kao i proces pristupnih pregovora, pred državama primateljicama stoji zahtjevan posao harmonizacije zakonodavstva vezanog uz mjere poticaja i državnu pomoć.

Literatura

Bereković, Svjetlan *Diplomacija Dubrovačke Republike – diplomacija i povijest*, Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija RH, Zagreb-Dubrovnik, 2009.

Constantin Porfirgenit, *De ceremoniis II*, str.416.

Demonja, Damir, Ružić, Pavlo *Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primjerima dobre prakse i europskim iskustvima*, Meridijani, Zagreb, 2010.

Draganović, Krunoslav, Karaman, Ljubo, Knezović, Oton, Lukas, Filip Mandić, Mihovil, Mayer, Antun, Mikolji, Vinko, Perojević, Marko, Renđeo, Ivan, Šišić, Ferdo, Tentor, Mate, Truhelka, Ćiro, Vanino, Miroslav, Vrana, Vla-

¹⁵ (Zakon br 4875 od 5. lipnja 2003.)

¹⁶ (Zakon br. 2002/4367 od 10. lipnja 2002., Sl. list 09.07.2002./24810)

¹⁷(Zakon br. 2000/1822 od 21. prosinca 2000.). Zakoni su dostupni na adresama: www.basbakanlik.gov.tr/resmigazette, www.treasury.gov.tr)

dimir *Povijest Bosne i Hercegovine od najstarijih vremena do godine 1463*. Hrvatsko kulturno društvo Napredak, Sarajevo, 1991.

Eco, Umberto *Rakovim korakom, Vrući ratovi i medijski populizam*, Izvori, Zagreb, 2010.

Foretić, Miljenko, Dubrovnik u povijesnim i kulturnim mijenama, *Zbornik odabranih radova*, Matica Hrvatska ogranak Dubrovnik, Dubrovnik, 2007.

Hargrove, C. (1999). Authenticity: The essential ingredient for heritage tourism. *Forum Journal*13(4), 38-46.

Hargrove, C. (2002). Heritage tourism. *Cultural Resource Management* 25(1), 10-11. McKercher, B. & duCros, H. (2002). Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management. New York: *The Haworth Hospitality Press*, „Consideration of historical authenticity in heritage tourism planning and development“, Craig Wiles 600 W. Saint Joseph Street, Suite 10 Lansing, MI 48933 Gail Vander Stoep, Michigan State University.

Jadrešić, Vlatko, *Turizam, u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*, *Zbornik istraživanja*, Školska knjiga, Zagreb, 2001.

Smičiklas, *Codex diplomaticus III*, str.15.

Vukadinović, Radovan *Politika i diplomacija*, Politička kultura, Zagreb, 2004.

Zakon o poticajima u turizmu br.2634 od 12. ožujka 1982., objavljen u Sl. listu br. 17635 od 16. ožujka 1982.g. - Zakon je dostupan na web stranici Ministarstva kulture i turizma www.kulturturizm.gov.tr

Zakon br 4875 od 5. lipnja 2003.

Zakon br. 2002/4367 od 10. lipnja 2002., Sl. list 09.07.2002./24810.

Zakon br. 2000/1822 od 21. prosinca 2000. Zakoni su dostupni na adresama: www.basbakanlik.gov.tr/resmigazette, www.treasury.gov.tr

UDK: 321.7:355.02(611)

**VOJSKA KAO PROMOTIVNI FAKTOR DEMOKRATSKE
PROMJENE: SLUČAJ TUNISA**

**MILITARY AS DEMOCRATIC FACTOR OF TRANSITION:
A CASE STUDY OF TUNISIA**

mr JELISAVETA BLAGOJEVIĆ
doktorant na Fakultetu političkih nauka Univerziteta Crne Gore

Apstrakt: Cilj rada je opisati i predstaviti položaj vojske Tunisa tokom vladavine Zine al-Abidin Ben Alija, te razjasniti njenu ulogu u slomu ovog i konstituisanju novog režima. Svrha rada je da se kroz zaokružen i podroban opis, istakne činjenica da vojska, i pored toga, što često zna da bude opstruktni element tranzicije, također, može da bude i bitan pa i ključan njen promotivni faktor. Stoga, i pored konstatacije da su na tranzicioni proces u Tunisu uticaj imali i drugi akteri, posebna pažnja će biti posvećena analiziranju uloge vojske. Teorijski okvir rada se zasniva na pretpostavkama tranzicijskog pristupa objašnjenju procesa demokratizacije. Primjenom metode analiza sadržaja, istoriografskog metoda, analize slučaja i komparativnog metoda došli smo do zaključka da ukoliko vojska otkáže poslušnost diktatorskom režimu, režim doživljava slom.

Ključne riječi: Demokratska tranzicija, diktatura, vojska, Tunis, Zine al-Abidin Ben Ali

Abstract: The aim of this paper is to describe and present the position that the army had during the dictatorship in Tunisia, as well as to clarify its role in the overthrow of the dictatorships and the constitution of the new regime. The purpose of the paper is to highlight the fact that the army, though often known to be obstructive transition element, can also be important and even crucial democratic factor of transition. Therefore, despite the ascertainment that the transition process in Tunisia had the impact of other actors, special attention is

devoted to analyzing the military's role. The theoretical framework of the paper is based on assumptions of the transitional approach to explain the process of democratization. By applying the method of content analysis, historiographical method, case studies and comparative methods, we came to the conclusion that, in largely ,if the military supports the rebellions, dictatorship will likely fall.

Key words: *Democratic Transition, Dictatorship, the Military, Tunisia, Zine al-Abdin Ben Ali*

1. Uvod

Da li će doći do tranzicije iz nedemokratskog režima, kakva će ona biti, te da li će se novi demokratski režim konsolidovati zavisi, između ostalog, od položaja i uloge vojske u tom procesu. Mnogi radovi o tranziciji govore o vojsci kao faktoru problematičnog uticaja u obliku uspostavljanja nekog vida vojne vladavine ili podržavanja omraženog režima koji je izgubio domaći i međunarodni legitimitet. Suprotno tome, u naučno-istraživačkom fokusu ovog rada nalaze se primjeri uloge vojske kao promotivnog faktora demokratske promjene. Osim toga, u radu akcenat je stavljen na rasvjetljavanje pitanja važnosti uspostavljanja liberalnog modela civilno-vojnih odnosa, odnosno civilne kontrole nad vojskom, za proces konsolidacije demokratskog režima.

Navedene ciljeve rada nastojalo se ostvariti kroz strukturu od dva dijela: konceptualno-teorijskog i praktičnog. Teorijski dio čini konceptualna analiza promotivne uloge vojske u tranziciji, a empirijski analiza položaja vojske Tunisa u nedemokratskom režimu Zine al-Abdin Ben Alija i njene reakcije na narodnu pobunu protiv režima. Oružane snage tradicionalno imaju važno mjesto u političkim stemima zemalja Srednjeg Istoka i Sjeverne Afrike, stoga teško je zamislivo da su ostale bezuticajan faktor promjena koje su posljednjih godina zahvatile arapski svijet. Antirežimski protesti su predstavljali uglavnom narodne pobune izazvane ogromnim nezadovoljstvom lošim upravljanjem ekonomijom i političkom opresijom. Rezultati protesta umnogome su bili determinisani reakcijom vojske, odnosno izborom koji su pripadnici oružanih snaga napravili u trenutku kada su autoritarni lideri od njih zatražili da pucaju na demonstrante. U Tunisu i Egiptu vojska je rekla NE i time pružila podršku demonstrantima, sa druge strane u Bahreinu je ostala uz omraženi režim. Drugim riječima, Arapsko proljeće pokazuje kako odgovor vojske na zahtjeve naroda za promjenom vlasti predstavlja pouzdan prediktor ishoda

tranzicije. Faktori koji određuju reakciju vojske, odnosno nezavisne varijable su, između ostalog, stepen povezanosti vojske sa društvom, te nivo njene institucionalizovanosti.

Teorijska validnost rada postignuta je pomoću pretpostavki *tranzicijskog pristupa* objašnjenju procesa demokratizacije (Maldini, 2007: 781), koji naglašava važnost aktera, odnosno odluka koje oni donose na tok tranzicije i konsolidacije. U osnovi ove teorije nalazi se predikcija da mogućnosti otvaranja procesa demokratske tranzicije zavise od toga da li su se stekli uslovi odgovarajućeg djelovanja aktera, bez obzira na strukturne preduslove i specifičnosti društva. Na ovim teorijskim osnovama postavljena je osnovna **hipoteza** rada: *Ukoliko vojska odluči da otkáže poslušnost diktatorima režim najvjerovatnije doživljava slom*. Navedena pretpostavka ispitana je primjenom istoriografskog metoda, metoda analiza sadržaja, analiza slučaja – Tunisa kao relevantnog za ispitivanje uloge vojske kao demokratskog faktora tranzicije, te posredstvom komparativnog metoda, odnosno identifikaciju sličnosti i razlika između Tunisa i drugih zemalja Arapskog proljeća.

2. Konceptualna analiza vojske kao promotivnog faktora tranzicije

Uloga vojske kao promotivnog faktora tranzicije biće opisana i analizirana na primjeru Tunisa. Međutim, neophodno se osvrnuti na relevantna teorijska razmatranja uslova pod kojima vojska dobija ovakva obilježja.

Na karakter oružanih snaga utiču spoljni i unutrašnji činioci: istorija i tradicija vojske i pojedinih jedinica, priroda šireg političkog sistema, politička kultura i vrijednosti samog režima. Od posebnog značaja za demokratski, promotivni karakter vojske je pozicija i organizacija oružanih snaga unutar nedemokratskog režima. Primijetno je da se u vojnim režimima vojska odlučuje da preda vlast civilima, kada ocijeni da je cijena izlaska iz takvog režima manja od daljeg vladanja istim. No, s obzirom na sva ograničenja koja nameće kako završetku tranzicije, tako i konsolidaciji novog režima, ne možemo je smatrati promotivnim faktorom. Međutim, prilikom pada diktatorskog režima, vojska može da ima značajnu ulogu. Zapravo, iako su profesionalni oficiri mnogo češće ostajali lojalni diktatorima, ponekad su se odlučivali da otkážu poslušnost i izvrše udar protiv takvog režima. Do toga dovodi nepotistička i samovoljna politika diktatora koja stvara i podstiče deprofesionalizaciju vojske, i time otuđuje i demoralise znatan njen dio. Dolazak u vojnu službu i napredovanje u istoj se zasniva ne na kvalitetima, sposobnostima i referencama kandidata, već na tome kako ih vidi diktator kao njegove lojaliste ili protivni-

ke. Napredovanje u vojnoj karijeri se ne sastoji u povećanju redovnih plata, dobijanju ustanovljenih činova i privilegija, već u davanju novca ili nekih drugih darova na račun državnih resursa bez ikakve zakonske regulacije i kontrole. Diktator od dijela vojske stvara gardu koja mu je u potpunosti odana bez obzira na to koliko je sposobna, pri čemu više djeluje kao naoružana banda, nego kao profesionalna vojna formacija. Takva politika izaziva nezadovoljstvo kod onog dijela vojske koji je ostao bez privilegija, štaviše kod onog koji ne uspijeva da dobije ni ono što ga po zaslugi sleduje. To nezadovoljstvo podstiče i osnivanje, od strane diktatora, raznih konkurentskih paravojnih i bezbjednosnih snaga koje su zadužene za sprovođenje represije. U civilnim autoritarnim režimima osnivanjem ovih struktura, posebno ukoliko su ojačale i stekle autonomnu moć, postaju nezadovoljni i viši nivoi armije. Uplašeni su da bi takva politika autoritarnog lidera mogla dovesti do postupene deprofesionalizacije vojske, budući da podstiče i stvara atmosferu nepovjerenja između raznih rodova i službi unutar oružanih snaga. Specijalne službe bezbjednosti ne samo da nastoje da ostvare dominaciju nad vojnim službama već su spremne da svoju moć i sredstva prinude iskoriste u uklanjanju svih onih koji im stoje na putu, uključujući i pripadnike režima. (Darmanović, 2002: 31) Profesionalno orijentisani oficiri odgovaraju pripremom i izvršenjem puča protiv diktatora i prepuštanjem vlasti civilima, pri čemu imaju priliku da sa sebe skinu odgovornost za sve što se događalo tokom nedemokratskog režima.

Prije nego što vojska okrene leđa režimu, potrebno je da podrška demokratskih snaga (narodni pokreti, politički pokreti i partije itd.) bude široko zasnovana, kako bi one odmah posle sloma sprovele izbore na kojima će dobiti legitimitet potreban za upravljanje zemljom i za sprovođenje konsolidacije novog režima. Osnivanje privremenih vlada ili preuzimanje vlasti od strane pojedinaca ili grupe lidera koji su doprinijeli padu nedemokratskog režima, bez održavanja izbora, može bitno osujetiti tranziciju koja ne mora završiti u demokratiji.

Da li vojska nakon obaranja nedemokratskog režima ostaje demokratski, ili postaje problematični faktor uticaja na dalji tok tranzicije i demokratske konsolidacije, zavisi od politike novog režima i od njene sposobnosti da uspostavi civilnu kontrolu nad oružanim snagama.

Civilna kontrola nad vojskom podrazumijeva tri nivoa kontrole: horizontalnu, vertikalnu i samokontrolu. Vertikalnu ostvaruje država preko svoj organa, horizontalnu akteri civilnog društva (javnost, mediji, nevladine organizacije, društveni pokreti i sl), dok se samokontrola postiže usvajanjem druš-

tvenih demokratskih vrijednosti, odnosno kulturološkim, sociološkim i psihološkim putem (Starčević, 2011: 245).

Richard Kohn (1997: 153) ističe da ako vojnici pripadaju političkoj partiji i nastoje da zauzmu pozicije u vlasti - ukratko ponašaju se kao političari - oni ne mogu imati povjerenje glasača ili drugih političara da će biti neutralne sluge države i čuvari društva. Svaka lična identifikacija sa političkim programom ili partijom može kompromitovati vojnike u vršenju njegove ili njene dužnosti. Vojska koja je politizovana onemogućava političko takmičenje i uništava pluralizam. Huntington (2004: 13) smatra da vojna profesija treba da bude autonomna, ali potčinjena ciljevima državne politike. Drugim riječima, uloga vojske se svodi isključivo na sprovođenje odbrambene politike koju kreira i usvaja civilna vlast. Ovdje se vraćamo na prvo teorijsko obrazloženje civilne kontrole Karla fon Klauzevica "vojnici mora da prihvati stanovište da je politika 'reprezentant svih interesa ukupnog društva' i da im se kao takvima povinuje" (Glišić, 2005: 2).

Prema teoriji, ništa ne može spriječiti vojsku da se uključi u politiku ili pokuša da zbaci režim. Mada tamo gdje je civilna kontrola uspješna duži vremenski period, ona je prihvaćena kao neoboriva od strane vojske, političkog rukovodstva i naroda i ima podršku medija, univerziteta, političkih partija, komercijalnih i profesionalnih asocijacija itd.

Dijagram 1: Analitički okvir rada



3. Depolitizovana i profesionalna vojska Tunisa

Sredinom decembra 2010. godine samospaljivanje prodavca povrća Muhameda Buazizija (26) pokrenulo je talas protesta protiv diktatorskog režima Ben Alija na koje je on odgovorio slanjem Predsjedničke garde. No, kada je komandantu oružanih snaga, generalu Rachidu Amaru naredio da pokrene trupe protiv demonstranata, ovaj je to odbio angažujući vojne snage za odbranu protestanata od bezbjednosnih jedinica i primoravajući Ben Alija da ode u egzil (Arieff, 2012: 8).

Za razliku od drugih arapskih režima, identitet vojske u Tunisu je bio jasno definisan kao distanciran u odnosu na vladajući režim, što objašnjava i činjenica da je i u momentu sticanja nezavisnosti položaj vojske bio različit od većine arapskih zemalja (Norton, 2008). Zapravo, prvi postindependistički lideri mnogih arapskih zemalja bili su pripadnici vojske, a ona je često predstavljala osnovu novokonstituisanim režimima. Prvi lider nezavisne države Tunis 1956. godine postao je pravnik Habid Bourgiba koji nije dozvoljavao vojsci da interveniše u politička pitanja, primijenivši model civilno-vojnih odnosa koji je preuzeo od bivših kolonizatora, tj. Francuske (Angrist, 2011, 76). Ben Ali je došao na vlast udarom, no njegova karijera se više vezuje za obavještajne službe, nego redovnu vojsku. Ali je politički uticaj i djelovanje vojske sveo na minimum. Godine 1991. optužio je grupu oficira za planiranje državnog udara, pri čemu su oni tvrdili da je to samo način da se obeshrabe ostali vojnici u pokušaju sticanja političke moći kroz pripadnost oružanim snagama. Oficiri optuženi da su članovi islamskih grupa dobili su zatvorsku kaznu, kućni pritvor ili su rano penzionisani (Gaaloul 2011). Od 1991. godine do 2011. godine Ben Ali je smanjio broj pripadnika oružanih snaga, zatim je smanjio vojni budžet, otežao napredovanje u vojsci, te uveo prinudnu penziju za često najkompetentnije oficire. Uporedo sa smanjenjem političke moći, rasla je profesionalnost i tehnička ekspertiza vojske. Konsekventno, vojsku Tunisa, za razliku od samog Ben Alijevog režima, nije zahvatila korupcija i kronizam. To pokazuje činjenica da pripadnici oružanih snaga Tunisa nikad nijesu pokušali državni udar, učestvovali u donošenju političkih odluka, izgradnji nacije ili razvoju ekonomskih programa. Na taj način uloga vojske je redukovana na odbranu zemlje, učesvovanje u mirovnim misijama Ujedinjenih nacija i angažovanje u slučajevima elementarnih nepogoda i prirodnih katastrofa. Sa druge strane, Ben Ali je mnogo ulagao u razvoj i održavanje privilegovanih bezbjednosnih agencija pod kontrolom Ministarstva unutrašnjih poslova, na koje se oslanjao kao na svoju gardu koja ga je štitila od unutrašnjih nemira. Favorizaciju bezbjednosno-obavještajnih jedinica nad vojskom pokazuje statistika: vojska je imala 35.000 pripadnika, a policija između 130 i 150 hiljada. U odnosu na druge zemlje Arapskog proljeća Tunis je imao najmanju vojsku (u odnosu a broj stanovnika) za koju se izdvajalo i najmanje finansijskih sredstava.

Osim toga, veza između društva i vojske je bila vrlo jaka, jer je većina pripadnika oružanih snaga dolazila iz ekonomski siromašnih područja. Stoga, uvjerenja znatog dijela pripadnika vojske su se slagala sa uvjerenjima demonstranata koju su tražili političke i ekonomske reforme. Tunžanska vojska ne

samo da nije upotrebila silu protiv demonstiranata, već je pritisla Alija da napusti zemlju, te se borila protiv Predsjedničke garde koja je zauzela predsjedničku palatu i nakon Alijevog odlaska. Budući da se pojavila kao najveći heroj revolucije svakako je opravdana briga da ne postane politizovana s obzirom na vakum koji je nastao padom Ben Alija. No, Amar je izjavio da će vojska djelovati u granicama Ustava kao garant revolucije. Nakon obezbjeđenja izbora, vojska se vratila u svoju bazu, svojim normalnim obavezama i misiji.

Tabela1: Komparativni pregled vojnih troškova zemalja Arapskog proljeća

<i>Zemlja</i>	<i>Broj stanovnika (u milionima)</i>	<i>Broj vojnika</i>	<i>Troškovi (u milijardama, \$)</i>	<i>Udio u BDP-u (%)</i>
Bahrein	0,72	8.200	0,73	3,7
Egipat	81,7	468.500	3,9	2,1
Jemen	23	66.700	1,2	3,9
Libija	6,1	76.000	1,1	1,2
Sirija	19	292.600	2,2	4
Tunis	10,4	35.000	0,54	1,5

Izvor: Lutterbeck, Derek, *Arab Uprisings and Armed Forces Between Openness and Resistance*, The Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces, 2011.

Danas je evidentno da je strategija marginalizacije pripadnika oružanih snaga nenamjerno olakšala tranziciju iz Ben Alijevog režima, budući da vojska nije imala realnog interesa da ostane uz diktatora u trenutku jasne manifestacije narodnog nezadovoljstva. Uzimajući u obzir položaj vojske u nedemokratskim režimima i ulogu u tranziciji velika vjerovatnoća je da će u Tunisu biti uspostavljen liberalni model civilno-vojnih odnosa.

4. Zaključak

Slučaj tranzicije u Tunisu potvrđuje predikciju da ukoliko vojska otkáže poslušnost diktatorskom režimu, režim pada. Kao ključne nezavisne varijable koje objašnjavaju reakciju vojske na narodne pobune pokazao se nivo institucionalizovanosti vojske u nedemokratskom režimu. Vojska koja je posvećena odbrani nacionalnih interesa, koja nije korumpirana i kronizovana, apolitična i zasnovana na meritokratskim principima, otvorenija je prema demokratsko-građanskim potrebama i zahtjevima. Tunis pokazuje da i u autoritarnim režimima, čak i arapskim, postoje primjeri vojske kao profesionalne

institucije, što rezultira demokratskim promjenama režima, te dobrim preduslovima za uspješnu konsolidaciju novokonstituisanog režima, gdje vojska neće biti politički angažovana, pokušati vojni udar ili postavljati sopstvene lidere na rukovodeće položaje udržavi ili biti predmet manipulacije lidera određene političke opcije.

Literatura

Arieff, A. (2012) 'Political Transition in Tunisia', *Congressional Research Service*, unos na URL: <http://www.fas.org/sgp/crs/row/RS21666.pdf> (20-12-12)

Barany, Z. (2011) 'Comparing the Arab Revolts: The role of the military', *Journal of Democracy*, br. 4, izd. 22.

Darmanović, S. (2002) *Demokratske tranzicije u Južnoj i Istočnoj Evropi*, Podgorica: Pravni fakultet

Gaaloul, B. (2011) 'Back to the Barracks: the Tunisian Army Post-Revolution', *Arab Reform Bulletin*, Carnegie Endowment for International Peace

Glišić, J. (2005) *Demokratska civilna kontrola oružanih snaga – savremene teorijske rasprave*, Beograd: Centar za bezbednosnu politiku, unos na URL: http://www.bezbednost.org/upload/document/glii_2005_demokratska_civilna_kontrola_oruanih_sna.pdf (22-01-13)

Huntington, S. P. (2004) *Vojnik i država: teorija i politika civilno-vojnih odnosa*. Beograd: Centar za studije Jugoistočne Evrope, Fakultet političkih nauka, Diplomatska akademija Ministarstva spoljnih poslova Srbije i Crne Gore

Kohn, R. H. (1997) 'How democracies control the military?' *Journal of democracy*, Volume 8, No. 4

Lutterbeck, D. (2011) *Arab Uprisings and Armed Forces Between Openness and Resistance*, The Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces

Maldini, P. (2007) 'Relevantnost tranzicijskoga modela u postkomunističkom kontekstu' Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku, unos na URL: http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=29933 (12-01-13)

Norton, A. R. i Ali Alfoneh (2008) 'The Study of Civil-Military Relations and Civil-Society in the Middle East and North Africa' u Carsten Jensen (ur.) *Developments in Civil-Military relations in the Middle East Edited*, Copenhagen: Royal Danish Defence College

Starčević, S. (2011) 'Samokontrola kao vid civilne kontrole vojske', *Vojno delo*, Volume 63, br. 1

UDK: 061.1:355.356 NATO

TRANSFORMACIJA NATO-A NAKON PADA BERLINSKOG ZIDA

NATO'S TRANSFORMATION AFTER THE FALL OF THE BERLIN WALL

mr VANJA KOMATINA,
doktorant na Fakultetu političkih nauka Univerziteta Crne Gore

Apstrakt: Cilj ovog rada je da se predstavi NATO pakt i njegova transformacija nakon pada Berlinskog zida. Polazi se od činjenice da je svrha Alijanse pružanje zaštite radi bezbjednosti i slobode svih njenih članica u Evropi i Sjevernoj Americi u skladu sa principima povelje Ujedinjenih nacija. Alijansa se konstantno susreće sa različitim izazovima, koje pokušava da prevaziđe prvenstveno putem političkog uticaja i svojih vojnih sposobnosti. U skladu sa promjenama koje su nastajale u strateškom okruženju, mijenjao se i način na koji NATO odgovara na izazove koji ugrožavaju bezbjednost. Danas, NATO prevazilazi mjere i granice odbrambenog saveza od prije pola vijeka i zalaže se za izgradnju i očuvanje mira i bezbjednosti u evroatlanskoj regiji. Da bi ovo postigao, NATO postaje fleksibilniji u odnosu na okruženje, a istovremeno preuzima i veći broj zadataka i usvaja nove i pragmatičnije pristupe. Istovremeno, mnoge zemlje partneri žele i teže da postanu budući članovi Alijanse, što dodatno potvrđuje ulogu NATO-a u garantovanju bezbjednosti u evroatlanskom regionu.

Ključne riječi: NATO, bezbjednost, transformacija, sloboda, demokratija

Abstract: The aim of this paper is to present NATO and its transformation after the fall of the Berlin Wall. It starts from the fact that the purpose of the Alliance is to provide protection for the safety and freedom of all its member states in Europe and North America, in accordance with the principles of the Charter of the United Nations. The Alliance is constantly faced with many challenges, which tries to overcome primarily through political influence and its military capa-

bilities. In accordance with the changes that have emerged in the strategic environment, also has changed the way in which NATO responds to challenges that threaten security. Today, NATO goes beyond measures and limits defensive alliance of half a century ago and is committed to building and maintaining peace and security in the Euro-Atlantic region. To achieve this, NATO has become more flexible in relation to the environment, while also taking a large number of tasks and adopt new and pragmatic approaches. At the same time, many partner countries want and aspire to become future members of the Alliance, which further confirms the role of NATO in guaranteeing security in the Euro-Atlantic region.

Keywords: NATO, Safety, Transformation, Freedom, Democracy

1. Uvod

Nakon završetka Hladnog rata i raspada Sovjetskog Saveza 1989. godine, došlo je do nužne potrebe za prestrukturiranjem i funkcionalnom transformacijom NATO-a. Krah komunizma je donio velike promjene na svjetskoj političkoj, društvenoj i vojnoj pozornici, promjene na koje ni Alijansa nije ostala imuna. Polazeći od pretpostavke da je NATO, u skladu sa promjenama u okruženju, i sam doživio značajne promjene, logično je zbog čega je morao da prođe kroz razne oblike transformacije.

Alijansa je u svom "Strateškom konceptu" iz 1991. i 1999. godine definisala svoju ulogu, gdje je obogaćen korpus aktivnosti i proširen spektar zadataka među kojima su najaktuelniji odgovori na nove izazove bezbjednosti. Kolektivna odbrana i član 5. Vašingtonskog sporazuma¹ i dalje ostaju važan zadatak NATO-a, iako danas više ne postoji značajna opasnost od izbijanja rata evropskih razmjera.

Nakon 1989. godine značajan broj članica NATO pakta je naglo smanjio troškove odbrane, neke od njih čak za 25%. Međutim, iako je hladni rat otklonio prijetnju od vojne invazije, povećala se nestabilnost u drugim djelo-

¹ Princip kolektivne odbrane sadržan je u članu 5 Vašingtonskog ugovora po kojem se napad na jednu državu članicu smatra kao napad na sve i tijesno je povezan sa članom 51 Povelje UN kojim se definiše pravo na samoodbranu.

vima Evrope. Nastajali su regionalni sukobi obojeni prvenstveno etničkim i vjerskim napetostima – sukobi u bivšoj Jugoslaviji i u djelovima bivšeg Sovjetskog Saveza. Nije bila isključena ni prijetnja za njihovo proširenje. Uslijed navedenih pojava, NATO je i dalje ostao vjeran svojoj opredijeljenosti za kolektivnu odbranu i saradnju unutar pakta.

U novonastalom okruženju, savremeni vidovi vojne i političke saradnje su bili neophodni kako bi se očuvao mir i stabilnost u Evropi i kako bi se spriječilo dalje širenje regionalnih sukoba. Ukazala se potreba za sprovođenjem značajnih unutrašnjih reformi da bi se vojne formacije osposobile za nove zadatke kao što su mirovne operacije i jačanje njihove odbrambene uloge. Takođe, kao nužno se nametnulo i razvijanje i usavršavanje koncepta upravljanja kriznim situacijama.

Sjevernoatlantski pakt je na svom razvojnog putu evoluirao od saveza koji je prevashodno bio zadužen za kolektivnu odbranu u sjedište angažovanja partnerskih odnosa između nacija koje blisko sarađuju na tlu bezbjednosti i mira.²

2. Stvaranje novog svjetskog poretka

Novi svjetski poredak su na čelo međunarodne svjetske pozornice donijele promjene sa kraja devedesetih godina i imale su trostruku dimenziju – ideološku, političku i privrednu.³

Dva suprostavljena svjetska bloka predvođena Američkim Državama i Sovjetskim Savezom su decenijama vodila veliku utakmicu. Sa neriješenim rezultatom, došlo je do izvjesnog zasićenja i sa jedne i sa druge strane. Pokazalo se da ideologija nije ta koja donosi pobjedu bilo kojoj strani i da njeno značenje gubi smisao i kod kapitalističkog i kod socijalističkog bloka.

Reganovo insistiranje na jačanju američke vojne sile i okupljanje u borbi protiv sovjetskog „carstva zla“⁴ negativno je prihvaćeno od strane zapadnoevropskih zemalja koje su se plašile mogućih posljedica velikog američkog

² Vidjeti opširnije u: *NATO u 21 veku*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2004. god. U ovoj publikaciji je ispraćen put Alijanse od njenog nastanka, kao bipolarnog aktera u hladnoratovskom svijetu do aktera izgradnje bezbjednosti kroz partnerstvo koje prevazilazi prostorne, političke, ideološke i ekonomske barijere.

³ Vidjeti opširnije u: Vukadinović, R., *Međunarodni politički odnosi*. Zagreb, 1998., str.227-229. Autor opisuje tri dimenzije promjena koje su otvorile vrata novom svjetskom poretku.

⁴ Detaljnije obrazloženje pronaći kod R. Vukadinović, *Međunarodni politički odnosi*. Zagreb, 1998., str.227.

ideološkog zaokreta. Dalje, Zapadna Evropa se protivila američkoj ideji da se nuklearno oružje stacionira na njoj teritoriji. Počele su se otvarati granice između Zapada i Istoka, hladnoratovska ideologija je gubila podršku, a tadašnje barijere su polako počele da se urušavaju.

U promijenjenim međunarodnim okolnostima, nastajala je nova svjetska politika, koja je postajala svjesna grešaka napravljenih u prethodnom periodu. Socijalizam vođen Gorbačovljevom politikom je gubio svoju značajnu dostatnost u sovjetskom društvu i kod sovjetskih saveznika. Socijalističke vrijednosti nikada nisu postale realan oblik života, kako je ova ideologija propagirala.

Članice Varšavskog ugovora su na Konferenciji o evropskoj bezbjednosti i saradnji vidjele priliku da razvijaju odnose sa Zapadom. Istočna Evropa je pokazala spremnost da prihvati zapadne kulturne vrijednosti, tehnologiju, naučnu saradnju i dr. Istovremeno je pokazala volju za dostizanje životnog standarda Zapada. Ideologija, glavna barijera između Istoka i Zapada, polako se gubila i sve više postajala omražena.

Zemlje Istočne Evrope su postepeno odbacivale marksizam – lenjinizam i približavale se potpunom raskidu sa socijalizmom. Pripremale su se za održavanje slobodnih izbora i prihvatale strukturu zapadnjačkog političkog sistema.

Ideologija kao pokretačka snaga suprostavljenih snaga gubila je svoj smisao u spoljnoj politici. I američka javnost se zalagala za za umjerena rješenja i miran razvoj Amerike.

Porazom u Avganistanu počela je da slabi spoljna politika sovjetske supersile. Ta dešavanja su olabavila odnose u Varšavskom paktu. Na obje strane je slabila politika, ideološke težnje su polako napuštane a na vidjelo su izlazili spoljnopolitički promašaji.

Američki predsjednik Regan je ogromnim trošenjem na oružje poljuljao privredno – finansijsku stabilnost ove zemlje. Dugovi su se uvećavali a Amerika je gubila primarno mjesto u svjetskim privrednim tokovima. Takmičenje u oblasti visoke vojne tehnologije pokazalo se neizvjesnim za Sovjetski Savez. Dok je ova super sila težila da isprati veliki američki izazov, njeno privredno stanje je slabilo i naglo opadao životni standard. Kada je Gorbačov pokrenuo novi privredni plan – perestrojku, život je bivao sve teži a sama ideja je ubrzo doživjela poraz. Tada je bilo očigledno da je obnova socijalizma nemoguća. Zemljom je zavládala potpuna demoralizacija svih segmenata društva i opšta anarhija. Postao je očigledan krah velike socijalističke imperije.

Novi svjetski poredak je je iznikao iz raspleta ideološkog, političkog i privrednog takmičenja dva suprostavljena bloka.

Pri pokušaju određenja novog svjetskog poretka težimo da spoznamo njegovu strukturu, zatim vodeće institucije i sile kao i nova pravila u ponašanju država na međunarodnoj sceni.

Po Radovanu Vukadinoviću⁵, mogla bi se analizirati četiri teorijsko – modelska sistema, prvenstveno, na osnovu strukture glavnih aktera:

1. Model novog poretka kod kojeg bi vodeću ulogu imala Organizacija Ujedinjenih nacija. UN bi postao glavni stožer političkih aktivnosti u novom poretku. Preko ove organizacije bi se sprovodile zajedničke akcije za održavanje mira i stabilnosti u svijetu kao i niz novih aktivnosti tipa – zaštita životne sredine, eliminacija bolesti, rješavanje pitanja hrane i drugo. UN bi okupile velike sile u zajedničkoj akciji za rješavanje pitanja mira i sigurnosti. U uslovima raspada blokovskih sistema, Ujedinjene nacije bi trebale biti vodilja buduće svjetske kooperativne politike. Organi UN bi trebalo da djeluju u skladu sa Poveljom, a sve članice da prihvate njen univerzalni karakter.

2. Model pentagonalnog djelovanja pet velikih stubova svjetske politike i privrede: Sjedinjene Države, Evropska Unija, Japan, Kina i Rusija. Ovom modelu ide u prilog sledeći niz činjenica. Evropa je dobila svoja privredna, djelimično politička i imaginarno vojna obilježja. Kina je prolazila kroz reforme jos uvijek socijalističkog uređenja ali sa uporednim postojanjem kapitalističkih elemenata. Japan je postao veoma jaka država i privredna sila. Nakon Regana i Buša, Klinton je svojom politikom počeo program promjena za poboljšavanje privrednog statusa zemlje. Rusija predstavlja najslabiju tačku u ovom pentagonu – posjedovala je jedino snagu nuklearnog oružja. U stajnu raspada i anarhije Sovjetski Savez je gubio svoju imperijalnu moć.

3. Model policentrizma kod kojeg Sjedinjene Države predstavljaju vodeću političku i vojnu silu. S obzirom da se Sovjetski Savez raspao i da je kao supersila ostala samo Rusija sa ograničenim dometom, može se istaći da se na vrhu hijerarhije međunarodnih odnosa nalaze Sjedinjene Države. SAD raspolažu velikom političkom, vojnom, ekonomskom i industrijskom snagom. Ona je zadržala status super sile bez obzira na privredne poteškoće sa kojima se sučeljavala. Amerika je ta koja je vodila vojne akcije i pratila rješavanje kriza u posthladnoratovskom periodu. Po ovom modelu, Amerika djeluje kao glavno središte u strukturi novog svjetskog poretka. Ona predstavlja glavnog krea-

⁵ Vidjeti kod R. Vukadinović, *Međunarodni politički odnosi*, Zagreb, 1998., str. 229.-234.

tora spoljne politike i središnju snagu u svijetu. Međutim, ovaj model se ne može podrobno prihvatiti zbog činjenice da bi Amerika trebala da preduzme ulogu svjetskog policajca – ona, koja je umorna od hladnoratovskog sukobljavanja.

4. Model novog svjetskog poretka koji bi se zasnivao na međuzavisnosti država koje bi umnogome izmijenile i ojačale OUN. Ovaj model karakterise nestanak ideologije kao glavne crte podjele. Intenzivan je proces stvaranja novih država kao i povećava se međuzavisnost istih. Osnova novog poretka bi bila intenzivna međusobna saradnja zemalja na međunarodnom planu pri rješavanju zajedničkih problema i globalnih pitanja. Sve zemlje, bez obzira na njihovu veličinu, snagu i regionalni položaj, trebalo bi da se povezu u svijetu potrebe za zajedničkim djelovanjem. Ovaj novi svjetski poredak bi bio utemeljen na univerzalno prihvaćenim načelima i izgradnji jedinstvene svjetske cjeeline. UN ne bi postala svjetska vlada ali bi se proširio domen saradnje između država, u zavisnosti od njihove zajedničke spremnosti. Ova univerzalna organizacija bi odigrala presudnu ulogu u rješavanju međunarodnih konflikata i kreirajnu svjetske politike. Demokratija bi bila osnova političkog djelovanja, a saradnja i međuzavisnost država osnova novog svjetskog poretka. Zemlje bi same donosile odluku ukoliko se žele priključiti ovakvom uređenju. Osnovni cilj ovakvog uređenja jeste očuvanje mira i sigurnosti koje je u interesu svih država. Po ovom modelu su neprihvatljive nove ideološke podjele i polarizacija između velikih sila. Sve zemlje bi trebalo da budu uključene u ovakav svjetski poredak za koji su neprihvatljive bilo kakve izolacije i zatvaranja.

Nakon rušenja Berlinskog zida 1989. godine, Sjeveroatlantski savez dobija nova obilježja i mijenja područja društvenog djelovanja. Hladni rat koji je trajao više od četrdeset godina je završen, Sovjetski Savez se raspao. Varšavski ugovor, kao vojno – politički savez socijalističkih zemalja je prestao da postoji, čime je nestala bipolarna podjela u međunarodnim odnosima. Alijansa odnosno NATO, ostala je dominantna i jedina bezbjednosna organizacija na evropskom kontinentu.

U prethodnom bipolarnom međunarodnom sistemu sila je predstavljala glavno sredstvo za zastrašivanje suprotne strane i dokazivanje moći i prestiža. U promijenjenom međunarodnom okruženju, ona je izgubila to značenje. U novom vremenu, sigurnost i stabilnost zamjenjuju silu i vojne funkcije. Socijalistička ideologija je nakon pada komunizma izgubila sigurnosnu dimenziju i okupljajuću sposobnost u Evropi. Dok su ranije preovladavale dvije super

sile u svijetu, ostale su Sjedinjene Američke Države kao jedina supersila u novim međunarodnim odnosima.

Po pitanju pozicije NATO-a po završetku hladnog rata, suprostavljala su se dva gledišta – po prvom, da je disolucija Sovjetskog Saveza i raspuštanje Varšavskog ugovora obilježila nestajanje razloga za postojanje hladnoratovske Alijanse. Po drugom gledištu, raspad Sovjetskog Saveza i Varšavskog ugovora predstavljao je istorijsku pobjedu Alijanse koja je vremenski prevazišla svog neprijatelja, i upravo je ta okolnost usmjerila budućnost NATO-a.⁶

Sjevernoatlantski savez je težio održavanju transatlantskog sisitema i razvijanju američke posthladnoratovske politike, kao i širenju američkog uticaja i rekonstrukciji odnosa u Evropi. Nova Američka spoljnopolitička strategija je vođena idejama slobode, mira i demokratije.

Alijansa, koja je u toku hladnog rata bila prvenstveno vojna organizacija, nakon pada Berlinskog zida i propasti socijalizma, postaje pretežno politička struktura. U skladu sa ovim promjenama, gradila se i nova strategija Saveza koja se zalagala za demokratiju u Evropi. U novoj međunarodnoj zajednici, aktivnosti NATO-a prevazilaze evropski prostor, a istovremeno se vrši izgradnja najrazličitijih oblika saradnje i partnerstava sa mnogim novim zemljama i regionima. Nakon terorističkog napada na Sjedinjene Države 11. septembra 2001. godine, dolazi do širenja aktivnosti Alijanse. Pojačava se intenzitet i vrši se institucionalizacija odnosa sa oblastima Centralne Azije, Bliskog Istoka, Kavkaza, Mediterana, Novog Zelanda, Australije pa čak i Rusije.

NATO se zalaže za upotrebu političkih sredstava i mirovnu komponentu gdje je god to moguće, mada ne isključuje ni vojnu akciju gdje je to nezaobilazno drugim rješenjima. Kod Alijanse i dalje dolazi do izražaja vojna snaga koja je spremna da se suprostavi rastućim i novim rizicima po bezbjednost i stabilnost u novom svjetskom poretku. U cilju izgradnje međunarodnog liberalnog demokratskog poretka, Alijansa opravdava pokretanje novih akcija. Upravo su u Preambuli Ugovora ovog saveza definisane osnovne vrijednosti (demokratija, liberalne vrijednosti, vladavina prava, sloboda ličnosti) za koje se zalaže i koje štiti Sjevernoatlantski savez.

NATO se u novim godinama bori protiv globalnih rizika putem najrazličitijih misija i drugih aktivnosti. Savez postaje sve dominantnija formacija

⁶ Detaljnije pogledati u: Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str. 137.-139.

u novom svjetskom poretку vođena prvenstveno idejama mira, sigurnosti, stabilnosti i demokratije.

3. Redefinicija strateškog koncepta NATO-a

Geopolitičke promjene koje su nastupile nakon raspada Sovjetskog Saveza i Varšavskog bloka u Evropi na početku prošle decenije⁷ dovele su u pitanje dalje postojanje Alijanse čija je osnovna funkcija bila organizacija kolektivne odbrane. Pošto je neprijatelj na Istoku prestao da postoji, izgledalo je da je NATO kao vojni savez izgubio svrhu postojanja. Međutim, činjenica je da je NATO ne samo vojni već i vojno-politički savez. Alijansa je u uslovima novog geopolitičkog okruženja vrlo brzo evoluirala iz čistog vojnog saveza u instituciju koja je dobila i političku ulogu. NATO preuzima funkciju i političkog mehanizma za smirenje trzavica između dva evropska bloka u posthladnoratovskom periodu. U novim uslovima NATO se morao opredijeliti za intenzivnu transformaciju usmjerenu na izvođenje novih misija, kako bi opstao. Dok je ranije kolektivna odbrana i nuklearno odvrćanje predstavljalo osnovnu misiju Alijanse, nakon pada Berlinskog zida NATO se fokusirao na izvođenje operacija očuvanja i uspostavljanja mira na evropskom području. Od 1991. počinje preoblikovanje NATO-a u organizaciju za upravljajne krizama na evropskom kontinentu. NATO se iz organizacije za kolektivnu odbranu započeo preobražavati u organizaciju za kolektivnu sigurnost.

1991. godine izvršena je redefinicija strateškog koncepta Alijanse kojom je pokrenut proces transformacije. Politički, ekonomski i socijalni problemi, zatim etnički sukobi i teritorijalni problemi su pogoršavali situaciju na području Istočne i Srednje Evrope. Ove okolnosti, iako nisu predstavljale prijetnju za sami savez, ugrožavale su evropsku sigurnost. Sjevernoatlantski savez nije imun na ovakve događaje.

Transformacija Alijanse sprovedena je putem sledećih progama:

1. Program Partnerstvo za mir koji je pokrenut 1994. godine i predstavlja mehanizam za saradnju između Alijanse i zemalja – partnera izvan Saveza na polju zajedničkog planiranja i izvođenja različitih misija pod vođstvom NATO-a,

⁷ Vidjeti Barić R.: *Transformacija NATO-a i Hrvatska odbrambena reforma*, stručni članak, 2004. str.47.-49. Autor govori o mehanizmima i programima transformacije.

2. Evroatlantsko partnersko vijeće koje predstavlja mehanizam za politički dijalog, koordinaciju, konsultaciju i zajedničko odlučivanje između NATO-a i zemalja partnera,
3. Razvoj CJFT koncepta koji je zamišljen kao način organizovanja multinacionalnih vojnih formacija,
4. Jačanje saradnje između Alijanse i Evropske Unije na području izvođenja petersburških misija,
5. Razvijanje partnerstva između NATO-a i Ruske Federacije.

Nakon terorističkog napada na Sjedinjene Države u septembru 2001. godine otvoreno je pitanje dalje transformacije Alijanse. Sem navedenog područja upravljanja krizama, Savez počinje pripremu za angažman u borbi protiv međunarodnog terorizma i proliferacije oružja za masovno uništenje.

S obzirom da širenje djelovanja NATO-a izvan teritorija njegovih članica narušava tradicionalnu ulogu Alijanse kao odbrambenog saveza, kolektivna odbrana ne samo da nije više ključna misija Saveza već je i sama morala proći kroz drastičnu redefiniciju. Novim okolnostima ne odgovara klasično tumačenje kolektivne odbrane i automatizam aktiviranja vojne moći, ukoliko jedna od članica bude napadnuta.

Već je i novi strateški koncept NATO-a iz 1999. godine modifikovao funkciju kolektivne obrane – u nju je uključio borbu protiv rizika koje se ubrajaju u zadatke sistema kolektivne sigurnosti.⁸ U spomenute rizike ubrajamo sledeće: teroristički napadi, sabotaze, organizovani kriminal, ugrožavanje isporuke vitalnih resursa, nekontrolisane migracije i drugo. Clanom IV. 15 određeni su mehanizmi za zajedničku pripremu i djelovanje u slučaju ovakvih aktivnosti. Ovdje su precizno dati načini odgovora Saveza u slučaju kada se ne radi o klasičnom konvencionalnom napadu.

U novim uslovima, posebno nakon povećanja broja članova Saveza, koncept kolektivne odbrane je redefinisana. Umjesto zajedničkog djelovanja u slučaju konvencionalnog sukoba visokog intenziteta, potrebno je pronaći način zajedničkog odgovora članica NATO-a na opasnost novih bezbjednosnih rizika.

⁸ Vidi Vukadinović R.: *Međunarodni politički odnosi*, Politička kultura, Zagreb, 2004. str. 234. - 258. Održavanje mira i bezbjednosti kroz borbu sa rizicima koji ih narušavaju je glavni zadatak Alijanse u novom svjetskom poretku.

Na osnovu rezultata praškog i istanbulskog samita Alijanse o pitanju budućeg razvoja kolektivne odbrane formulisana su dva zaključka:

1. Članice Alijanse moraju da izvrše transformaciju svog ukupnog bezbjednosnog sektora, kako bi se osposobile za organizovanje odbrane protiv novih sigurnosnih rizika sopstvenim snagama. Transformacija obuhvata polje razvijanja i održavanja sposobnosti kontrole vazdušnog prostora, kontrole pomorskog prostora, jačanje civilne odbrane, razvoj specijalnih snaga, razvoj specijalnih sposobnosti i drugo.

Sadašnji i budući kandidati za članstvo u Savezu moraju početi da razmišljaju o prilagođavanju svojih oružanih snaga predodređenih za ispunjavanje novih zadataka Alijanse, a istovremeno da prevaziđu hladnoratovski koncept kolektivne odbrane Saveza.

2. Formirane su NRF snage čija glavna misija predstavlja vođenje različitih oblika ratovanja sa preventivnom funkcijom uklanjanja opasnosti kao što su terorizam i proliferacija oružja za masovnog uništenje.

Uz prethodno izloženo, obratićemo pažnju na činioce koji utiču na odvijanje odbrambene reforme.⁹ Želimo da utvrdimo osnovne zadatke odbrambene reforme u budućnosti.

Osnovni pojmovi kojima se ovdje bavimo jesu teritorijalna odbrana kao i teritorijalna organizacija oružanih snaga. Permanentni zadatak svake vojne organizacije u svijetu jeste odbrana teritorijalnog integriteta i nacionalnog suvereniteta države, a razlikuje se samo način izvođenja ovog zadatka.

Iako je u posthladnoratovskom periodu na evropskom kontinentu prisutan trend napuštanja teritorijalne odbrane, pojedine zemlje, bez obzira na jačanje međunarodnog angažmana, nemaju namjeru da odustanu od teritorijalne komponente odbrambenog sistema. U tu grupu zemalja spadaju nordijske zemlje – Norveška, Švedska, Finska kao i Poljska koja se opredijelila za zadržavanje teritorijalne komponente odbrambenog sistema, iako je članica Alijanse. Činjenica je da će data karakteristika svake vojne organizacije postojati i u budućnosti (bez obzira da li su njene snage organizovane i pripremljene za odbranu nacionalne teritorije ili za ekspedicijsko ratovanje). Bez obzira

⁹ Pogledaj Barić R.: *Transformacija NATO-a i Hrvatska odbrambena reforma*, stručni članak, 2004., str. 47. Uslijed geopolitičkih promjena, NATO nije više fokusiran isključivo na kolektivnu odbranu čemu slijedi neophodna odbrambena reforma.

na to kako se zovu elementi teritorijalne organizacije (vojne oblasti, vojna područja i drugo) ona će i dalje postojati.¹⁰

Za odbrambenu reformu bitno je pitanje sta Alijansa očekuje od neke zemlje na ovom polju. NATO zahtijeva određenu strukturu oružanih snaga, međutim, ni jednoj zemlji članici ne diktira konkretne zahtjeve ili rješenja za uređenje njenog odbrambenog sistema. NATO traži sledeće od svake članice:

- Približna interna uređenost njenih oružanih snaga sa oružanim snagama ostalih zemalja Alijanse,
- Svaka članica mora da doprinosi realizaciji ciljeva Saveza na polju finansijskih kao i drugih mogućnosti svake države. Pri tome, svaka članica ima slobodan izbor u ostvarivanju ti ciljeva.

Tako, oružane snage kod zemalja članica mogu biti najrazličitije organizovane – kod pojedinih potpuno profesionalno kao kod Velike Britanije dok druge zadržavaju teritorijalnu komponentu odbrambenog sistema tipa Norveška.

Dalji razvoj odbrambene reforme obuhvata nekoliko osnovnih ciljeva. U njih možemo svrstati: 1) Unapređivanje odbrambenih sposobnosti protiv novih bezbjednosnih rizika; 2) Razvoj potrebnih specijalističkih sposobnosti i 3) Angažovanje novih vojnih postrojenja i multinacionalnih formacija koje su namijenjene za aktivnosti izvan teritorija država članica. Iako su ovi zadaci odvojeni, sposobnosti i metode koje se koriste kod jedne uglavnom se mogu primjenjivati i kod ostala dva.

Novi sigurnosni rizici zahtijevaju odgovarajuću djelatnost Alijanse protiv kojih se oružane snage ne mogu samostalno boriti. Ovim rizicima se, sem vojnih katera, bave i druga ministarstva i državne agencije. Za izvođenje ovih zadataka na vojnom području relevantne su sljedeće sposobnosti:

1. sposobnost kontrole vazdušnog prostora;
2. sposobnost učestvovanja u kontroli pomorske i kopnene granice;
3. sposobnost učestvovanja u pripremanju i sprovođenju civilnih odbrambenih priprema;
4. sposobnost pružanja obavještajne podrške drugim institucijama.¹¹

¹⁰ Vidjeti stručni članak Barić R., *Transformacija NATO-a i Hrvatska obrambena reforma*, 2004. str.60.

¹¹ Pogledati stručni članak Barić R., *Transformacija NATO-a i Hrvatska obrambena reforma*, 2004. str.63.

Na polju borbe protiv novih bezbjednosnih rizika neophodna je kvalitetna saradnja između obavještajnih službi kao i centralizacija dotoka informacija iz sistema neprekidne kontrole državnih prostora. Sigurnosni rizici su transnacionalnog karaktera pa borba protiv ovih zahtijeva međunarodnu saradnju obavještajnih službi. Pri tom, strane obavještajne službe ne smiju vršiti nikakav vid zloupotrebe koji može ugroziti zaštitu građana. Nadalje, obavještajne službe moraju jačati saradnju sa obavještajnim organizacijama zemalja članica NATO-a i Evropske unije, radi zajedničkog djelovanja protiv ovih prijetnji. Od svake zemlje koja se priprema za članstvo u Alijansu mora izvršiti tehničko i organizacijsko usklađivanje sopstvene vojne obavještajne služba sa principima i načelima Alijanse.

Ciljevi odbrambene reforme podrazumijevaju i razvoj određenih specijalističkih sposobnosti koje su od presudnog značaja za Alijansu. Ove funkcionalne sposobnosti se razvijaju putem stvaranja grupa eksperata na određenim područjima. Za ovu svrhu je primarno neophodno obrazovanje ljudskog kadra kao i rješavanje pitanja skupog opremanja timova stručnjaka koje se može obaviti putem bilateralnih dogovora sa pojedinim članicama Saveza kao i putem zajedničkog obučavanja ili djelovanja na terenu.

Krajnji cilj ove transformacije jeste izvršavanje zadataka u okviru odbrane nacionalne teritorije kao i involviranje u djelatnosti Alijanse. Veliki značaj se pridaje pružanju pomoći u slučaju velikih prirodnih katastrofa i ozbiljnih nesreća kao i učestvovanju u operacijama uspostavljanja i održavanja mira.

Globalni proces vojne transformacije, poznat pod nazivom *Revolution in military affairs* – RMA, predstavlja faktor koji je veoma važan za Alijansu i odnosi se na trendove u razvoju vojne tehnologije kao i na njihovu primjenu. Odnosi se i na organizacijske promjene u prirodi i vođenju rata. Ovi procesi datiraju još od sedamdesetih godina 20. vijeka kada je Amerika odlučila da na sovjetsku nadmoć u konvencionalnom naoružanju u Evropi odgovori ne kvantitativno, već kvalitativno, putem razvoja visoke tehnologije oružja.

RMA posjeduje tri glavna obilježja:

- Ovaj trend prisutan je još od kraja Prvog svjetskog rata a pojačan je šezdesetih godina prošlog vijeka. Odnosi se na razvoj precizno vođenih oružanih sistema, kao što su projektili i PGM-i.
- Razvoj tehnologije koja je namijenjena za ostvarivanje niske primjetljivosti oružanih snaga, takozvana “nevidljivost”.

– Težnja da se postigne prednost posjedovanjem i primjenom informatičke tehnologije kako bi se postigla puna kontrola na ratištu.

Dok su prva dva obilježja na polju vojne tehnologije prisutna još od prije Drugog svjetskog rata, treće obilježje zaista predstavlja revoluciju u razvoju. Treće obilježje omogućava povezivajne svih snaga na ratištu u jednu mrežu podataka koja istovremeno omogućava prikupljanje podataka o protivničkim snagama na ratištu, analizu i blagovremenu pripremu adekvatnog odgovora. Nadalje, ovo obilježje omogućava promjenu datog odgovora, zavisno od promjene situacije na ratištu. Novi način ratovanja zahtijeva prilagođavajne promjenljivoj situaciji na ratištu.

Iz kratkog opisa RMA, uočljiv nam je njen potencijal revolucionarne promjene vođenja rata. Istovremeno, odvija se proces transformacije strukture i organizacije oružanih snaga u budućnosti, načini vođenja oružanih snaga, zatim, promjena do kojih će sadašnja RMA dovesti u međunarodnim odnosima. Veliki problem i za RMA predstavlja kada protivnici nisu samo države i vojne organizacije, već međunarodni terorizam i organizovani kriminal.¹² Za suprostavljajne ovakvim bezbjednosnim izazovima klasični vojni odgovor nije dovoljan. U novom svjetskom poretку sami pojam – sigurnost ima šire značenje a i priroda sukoba se mijenja. U takvim uslovima vojne organizacije su primorane na značajno šire tumačenje pojma RMA. Sem promjene oblika vođenja oružane borbe protiv klasičnog protivnika (promjer neka vojna organizacija), neophodno je obuhvatiti i područja koja ne spadaju pod pojam konvencionalne vojske. U ovakve nekonvencionalne oblike agresije svrstavamo, prije svega, terorizam, shodno uslovima današnjice.

Promjene u novim međunarodnim odnosima zahtijevaju drugačiju organizaciju zapovjedništva borbenim operacijama, kako bi se iskoristile mogućnosti koje nudi primjena nove tehnologije i razvijeniji pristup vođenju borbenih operacija. U budućnosti, ključni faktor koji će odlučivati o pobjedi ili porazu biti će ostvarivanje informacijske superiornosti na ratištu.

¹² Vidjeti u publikaciji *NATO u 21 vijeku*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2004. god., str 4./5. Nakon terorističkog napada na Sjedinjene Države 11. septembra 2001, Savez je stavio veći akcenat na međunarodni terorizam i preduzeo čitav niz inicijativa radi poboljšanja vojnih mogućnosti.

4. NATO i odnosi partnerstva

Po završetku hladnog rata, NATO je intenzivirao saradnju i dijalog sa nečlanicama Alijanse. Već početkom devedesetih godina prošlog vijeka, Savez je započeo sa institucionalizacijom odnosa partnerstva sa postsocijalističkim zemljama.¹³ Prvenstvo u odnosima partnerstva Saveza dato je novooformljenim demokratskim zemljama Baltika, Centralne i Istočne Evrope. Nizu ovih zemalja ubrzo su pridružene i nove međunarodno priznate države Kavkaza, Centralne Azije, šire regije Mediterana koja uključuje jugoistočnu Evropu.

Pokrenut je niz inicijativa u službi partnerstva – Evroatlantsko vijeće za saradnju, Partnerstvo za mir, Mediteranski dijalog, Istanbulska inicijativa za saradnju, Akcijski plan za Članstvo, Partnerske zemlje. Ove inicijative su od neizmjernog značaja za NATO i otvorile su velike mogućnosti za saradnju zemljama izvan Saveza sa NATO članicama. Prvenstveno su pokrenuti programi za države koje su javno izrazile želju za punopravnim članstvom u NATO.

Kako su vremenom bezbjednosni izazovi postajali sve brojniji i češći, nepredvidljiviji i sa većim posljedicama, tako je učešće Saveza bilo neophodnije sa novim aktivnostima koje prevazilaze granice Alijanse. NATO je započeo proces uspostavljanja raznovrsnih oblika dijaloga sa zemljama koje su značajno udaljene od evroatlantske regije kako u geografskom, tako u kulturno-civilizacijskom i ideološkom kontekstu. Saradnja je prvenstveno usmjerena protiv novih bezbjednosnih rizika. Od velikog značaja su zajedničke misije širom međunarodnog prostora u kojima, zajedno sa snagama Alijanse, trenutno učestvuje osamnaest zemalja.

4.1 Sjevernoatlantsko vijeće za saradnju (NACC)

Na samitu Alijanse u Rimu, 1991. godine, donijeta je odluka da se osnuje Sjevernoatlantsko vijeće za saradnju, odnosno NACC. Ova institucija je trebala da predstavlja konsultativni organ za saradnju na polju bezbjednosnih i političkih pitanja. Nadalje, ovo tijelo nije sadržavalo barijere prema članicama bivšeg Varšavskog bloka, već nasuprot, bilo je otvorenih vrata za sve njih.

¹³ U pomenutom djelu vidjeti i o novim odnosima partnerstva Alijanse sa bivšim socijalističkim zemljama - Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str. 177.-179.

U okviru Vijeća predviđene su brojne i nove djelatnosti koje su bile podobno razložene i diferencirane¹⁴ i podrazumijevale su obostranu saradnju članica Sjevernoatlantskog saveza i bivših članica Varšavskog pakta. Predviđeno je obrazovanje vijeća koje je "zamišljeno kao forum za podupiranje političkih savjetovanja, gospodarske suradnje i lakše primjene najrazličitijih informacija kako bi postkomunističke zemlje lakše postigle potrebne standarde za učlanjenje u euroatlantske integracije.¹⁵ S obzirom da su bezbjednosni izazovi eskalirali u evroatlantskoj regiji devedesetih godina prošlog vijeka, zemlje bivšeg socijalističkog bloka prvenstveno su se zalagale za klasični vojni aspekt u okviru Vijeća. One su težile unapređenju saradnje sa Alijansom primarno na vojno-bezbjednosnom planu.

Glavna polja interesovanja postsocijalističkih zemalja obuhvatala su saradnju po pitanju izrade nacionalnih vojnih strategija, pripremanje i profesionalni trening nacionalnih oružanih snaga po standardima Alijanse, stremljenje ka dostizanju standarda NATO-a na polju tehnike i naoružanja. Alijansa je težila da sa ovim zemljama uspostavi intenzivnije vojno-civilne odnose, preglednost vojnog budžeta i pokrene proces demokratizacije postsocijalističkih nacionalnih oružanih snaga upravo kroz Vijeće za evroatlantsku saradnju.

U novoj geopolitičkoj slici Evrope nakon pada komunizma i u prilici novih sigurnosnih izazova, NATO je težio da pronađe odgovarajući model kako bi svoj uticaj proširio na bivše socijalističke zemlje, ali bez primanja pomenutih zemalja u svoje članstvo. Sjevernoatlantsko vijeće za saradnju predstavljalo je prvu instituciju za multilateralnu saradnju s ciljem da se novonastali rizici i nesuglasice drže pod kontrolom. Zalagalo se za mirno, međusobno rješavanje problema u nestabilnoj centralnoj i istočnoj Evropi i sprječavanje da se iste prošire na zemlje sjevernoatlantske regije.

Sjevernoatlantsko vijeće za saradnju je unaprijedilo saradnju unutar samog Vijeća, odnosno dalo je doprinos prevladavanju barijera između bivših hladnoratovskih neprijatelja. Međutim, Vijeće nije zastupalo bezbjednosne interese mladih demokratskih centralnoevropskih zemalja. I kako je pomenu-to, ovaj organ nije davao nikakve nade postsocijalističkim zemljama da će u skorije vrijeme postati članice Alijanse. Ovaj organ izražava odlučnost u

¹⁴ Pogledati u djelu Antona Grizolda, *Međunarodna sigurnost – teorijsko-institucionalni okvir*, Zagreb, 1998. godine, str.136./137.

¹⁵ Adekvatno objašnjeno u knjizi L. Čehulić, *Euroatlantizam*, Politička kultura, Zagreb, 2003., str. 172.-174.

spremnosti na saradnju, ali ne i otvorenost za priključenje ovih zemalja u NATO.

4.2 *Partnerstvo za mir (Partnership for peace)*

Nakon hladnoratovskih sukoba, i veoma brzih promjena u Srednjoj i Istočnoj Evropi, NATO je bio prinuđen da se suoči sa drugačijim izazovima po bezbjednost. Predvodnici saveza na ove promjene su odgovorili na samitu održanom u Londonu¹⁶ (jula mjeseca 1990. godine) pružanjem “ruke prijateljstva” preko nekadašnje razdvojne linije podjele između Istoka i Zapada i tom prilikom predložili saradnju sa svim zemljama Srednje i Istočne Evrope. 1991 godine (u decembru mjesecu), napravljeni su prvi koraci za osnivanje Sjeveroatlantskog savjeta za saradnju – NACC, kao foruma za okupljanje NATO-a i njegovih novih partnera, kako bi ovi diskutovali i rješavali zajednička bezbjednosna pitanja.

Značajan korak naprijed u domenu saradnje predstavlja osnivanje Partnerstva za mir¹⁷ 1994. godine kao glavnog programa za bilateralnu saradnju između članica Alijanse i pojedinačnih zemalja partnera. 1997. godine, osnovan je Savjet evroatlantskog partnerstva (EAPC) sa ciljem da zamijeni NACC i nastavi sa radom koji se temelji na njegovim uspjesima.

Osnovu partnerstva čini saradnja na višenacionalnom nivou koja sa zasniva na redovnim dogovorima i planiranju u cilju izgradnje povjerenja i otvorenosti u cijeloj evroatlantskoj regiji. Partnerstvo razvija dijalog i saradnju i sa zemljama koje su bivši protivnici, kao članice suprostavljanih saveza. Takođe, tu spadaju i zemlje koje sa savezom imaju dugogodišnje regionalne, teritorijalne, političke, etničke ili vjerske sukobe.

Napravljen je veliki napredak od pokretanja Partnerstva, uprkos komplikovanom procesu političkih, ekonomskih i socijalnih promjena u Srednjoj i Istočnoj Evropi i bivšem Sovjetskom savezu. Takođe, Partnerstvo je moralo da bude prošireno i produbljeno, kako bi ostalo zanimljiva ponuda za zemlje partnere i zadovoljilo njihove težnje. Partneri čine veoma šaroliku grupu koja

¹⁶ Vidjeti publikaciju *Bezbjednost kroz partnerstvo*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2004., str.4.

¹⁷ Publikacija, *Bezbjednost kroz Partnerstvo*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2005. godine, str.6.-7. NATO uklanja prepreke i gradi bezbjednost kroz dijalog i saradnju. Tokom vremena su se Partnerstvu pridružile 30 zemalja koje su ovdje navedene.

uključuje balkanske zemlje, zemlje poput onih na Kavkazu i u Centralnoj Aziji kao i nesvrstane zemlje Zapadne Evrope.

U okviru Partnerstva, danas 20 zemalja partnera koristi EAPC za redovne dogovore sa 26 zemalja saveznika, po pitanju razvoja saradnje u oblasti različitih aspekata odbrane i bezbjednosti. Zemlje partneri danas imaju ambicioznije ciljeve u odnosu na prvobitne i, zajedno sa NATO savezom, uključene su u borbu sa novim bezbjednosnim izazovima 21. vijeka, tipa – terorizam i proliferacija oružja za masovno uništenje.

Tokom vremena, 30 zemalja se pridružilo Partnerstvu za mir – Albanija, Austrija, Armenija, Azerbejdžan, Bjelorusija, Hrvatska, Bugarska, Češka, Estonija, Finska, Gruzija, Mađarska, Irska, Kazahstan, Kirgistan, Letonija, Litvanija, Moldavija, Poljska, Rumunija, Rusija, Slovačka, Slovenija, Švedska, Švajcarska, Bivša Jugoslovenska Republika Makedonija, Tadžikistan, Turkmenistan, Uzbekistan i Ukrajina.

Alijansa se redovno dogovara sa svojim Partnerima preko Savjeta evroatlantskog partnerstva koje mu daje opšto političko usmjerenje za odnose sa Partnerima. Svaki Partner ima mogućnost da izgradi individualni odnos sa NATO paktom kroz Partnerstvo za mir gdje Partneri mogu da izaberu sopstvene prioritete za saradnju. Na samitima u Madridu (1997), Vašingtonu (1999), Pragu (2002) i Istanbulu (2004) preduzeti su značajni koraci za unapređenje saradnje između Saveznika i Partnera.

Cilj Partnerstva za mir je povećanje stabilnosti, eliminisanje prijetnji po mir i izgradnja jačih bezbjednosnih odnosa među pojedinačnim zemljama partnerima i Alijansom, kao i među samim zemljama partnerima. Kroz Partnerstvo za mir razvijeni su sveobuhvatni instrumenti i inicijative koji nude okvir za bilateralne i multilateralne akcije. Službena osnova Partnerstva za mir je Okvirni dokument u kojem su naznačene obaveze svake zemlje partnera. Svaki partner preuzima obaveze za očuvanje demokratije, zalaganje za poštovanje principa međunarodnog prava, ispunjavanje obaveza iz Povelje Ujedinjenih nacija, iz Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima, Završnog akta iz Helsinkija i međunarodnih sporazuma o razoružanju i kontroli naoružanja, suzdržavanje od prijetnji ili upotrebe sile protiv drugih država, poštovanje postojećih granica i rješavanje sukoba mirnim putem.

Evroatlantsko partnerstvo sa razvija u skladu sa razvojem bezbjednosnog okruženja, kako bi bilo u mogućnosti da riješi bezbjednosna pitanja koja su od krucijalnog značaja i za Saveznike i za Partnere. Redovno se razmjenjuju misljenja o razvoju bezbjednosne situacije na Balkanu i u Avganistanu, gdje su

razmještene zajedničke mirovne snage Saveznika i Partnera. Presudno je važna i saradnja u borbi protiv terorizma i rješavanje problema vezanih za proliferaciju oružja za masovno uništenje, naročito nuklearnog. Takođe, promovise se i podržava saradnja u ključnim pitanjima među zemljama partnerima na regionalnom i podregionalnom nivou, naročito u Jugoistočnoj Evropi, na Kavkazu i u Centralnoj Aziji.

Članice Partnerstva pokazale su se kao ključni akteri u misijama predvođenim Alijansom na Balkanu, a danas veliki doprinos pružaju NATO misiji u Avganistanu. Na ovaj način se oružanim snagama partnera omogućava da steknu praktično iskustvo radeći skupa sa savezničkim snagama na polju uspostavljanja stabilnosti u kriznim područjima. Uključenost Partnera u operacije Alijanse pospješuje rješavanje kriznih situacija i sprječavanje širenja nestabilnosti. Kod vojnih snaga koje su do kraja hladnog rata bile djelovi neprijateljskih strana izgrađeni su i unaprijeđeni odnosi povjerenja.

Zemlje Partneri i članice Alijanse danas zajednički djeluju i sarađuju na polju izazova i prijetnji 21 vijeka. Jedan od permanentnih ciljeva Partnerstva za mir jeste napredak oružanih snaga, kako bi ove mogle da obavljaju aktivnosti zajedno sa vojnim snagama Alijanse. U skladu sa današnjim vojnim potrebama, zemlje članice Alijanse se suočavaju "sa velikim zadatkom restruktuiranja i preobuke vojnih snaga koje su bile dio masivnog vojnog okruženja, a koje više nijesu isplative ili prikladne u kontekstu demokratskih promjena. U transformaciji oružanih snaga, ključni prioritet je i razvoj sposobnosti koje će omogućiti efikasno učestvovanje u rješavanju kriznih situacija i u mirovnim operacijama u evroatlantskoj regiji. Još jedan važan aspekt reorganizacije odbrane je i dobro upravljanje njenim posljedicama."¹⁸

Već godinama traje proces saradnje Alijanse na polju spremnosti u slučaju pojave katastrofe, što se kod Alijanse naziva – planiranjem civilnih, vanrednih stanja. Ova saradnja je, tokom devedesetih, proširena i na zemlje partnere i predstavlja najveću ne - vojnu oblast aktivnosti Partnerstva za mir. Osnovan je Evroatlantski centar za koordinaciju odgovora na katastrofe, na osnovu ruskog prijedloga, 1998. godine. Njegov zadatak, prije svega, jeste da upravlja aktivnosti članica EAPC – a u slučaju katastrofa u oblasti evroatlantskog regiona.

¹⁸ Publikacija, *Bezbjednost kroz Partnerstvo*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2005. godine, str 4.-14.

Saradnja na polju nauke predstavlja tradiciju u radu naučnika i stručnjaka Alijanse i preduslov je za napredak na tom polju. Po tom pitanju, dva različita NATO programa - Bezbjednost putem nauke Naučnog vijeća Alijanse i program Vijeća za izazove modernog društva, okupljaju naučnike i stručnjake iz Alijanse i članica Partnerstva za mir. Ovim aktivnostima se produbljuje i politička saradnja kao i izgradnja razumijevanja i povjerenja među različitim kulturno - tradicionalnim zajednicama.

Promovisanjem političkog dijaloga, Partnerstvo je dalo doprinos stvaranju istinske evroatlantske bezbjednosne kulture koja se odnosi na čvrstu odlučnost da se osjetljivi bezbjednosni izazovi unutar i izvan evroatlantske zajednice zajednički rješavaju. Partnerstvo pomaže sprovođenje reformi u cilju izgradnje modernijih, efikasnijih i demokratski odgovornijih oružanih snaga.

4.3 Mediteranski dijalog

Stabilnost Mediterana je od najveće važnosti za Savez jer se nekoliko članica Alijanse iz južne Evrope graniči sa mediteranskom zemljama. S obzirom na činjenicu da je bezbjednost cijele Evrope tijesno povezana sa bezbjednošću i stabilnošću u Mediteranskom regionu, NATO je 1995. godine pokrenuo saradnju sa šest zemalja u južnom dijelu mediteranskog regiona – sa Egiptom, Izraelom, Mauritanijom, Jordanom, Tunisom i Marokom. U februaru 2000. godine tu se uvrstio i Alžir.

Osnovni zadatak Mediteranskog dijaloga jeste da doprinese bezbjednosti i stabilnosti u regionu, da omogući međusobno razumijevanje ovih mediteranskih i NATO država kao i da ispravi pogrešna gledišta ovih zemalja o Alijansi.¹⁹ Dijalog sprovodi slične inicijative poput onih koje su preuzete od strane Evropske Unije i Organizacije za bezbjednost i saradnju u Evropi (OEBS).

Na ovaj način se ostvaruje politički dijalog između članica Alijanse i ovih zemalja, dok nivo učešća varira od zemlje do zemlje i zavisi od želja pojedinih zemalja. NATO svim parterima iz Mediterana nudi jednake osnove za diskusiju.

Saradnja se odnosi na redovne bilateralne političke diskusije na nivou ambasadora, čijom prilikom se razmjenjuju različiti pogledi o pitanjima rele-

¹⁹ Vidjeti *Transformisani NATO*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2004., str.28. Naglašen značaj političkog dijaloga i praktične saradnje Alijanse sa mediteranskim zemljama.

vantnim za bezbjednost na Mediteranu. Održavaju se multilateralni sastanci između Sjevernoatlantskog Savjeta i sedam zemalja učesnica mediteranskog dijaloga kako bi ove zemlje bile u toku sa aktivnostima Alijanse a i da bi se međusobno razmijenila mišljenja o najbitnijim dešavanjima u svijetu. Nakon svakog samita ili sastanka Alijanse na nivou ministara uobičajeno se održavaju i sastanci NATO-a i mediteranskih zemalja.

Praktična saradnja se obavlja kroz godišnji plan rada koji se odnosi na pozive zvaničnicima zemalja – učesnika dijaloga da učestvuju na kursovima u NATO školama (Oberam – mergau, Njemačka, zatim, Rim, Italija). Putem ovih kurseva se pojačava saradnja na polju raznolikih oblasti – kontrola naoružanja, održavanje mira, ulaganja radi sprječavanja proliferacije oružja za masovno uništenje, vojno civilna saradnja u slučaju elementarnih nepogoda, zaštita ekološke okoline, evropska saradnja na polju bezbjednosti i ostalo.

Alijansa sponzoriše naučne aktivnosti u kojima učestvuju zemlje mediteranskog dijaloga. Kroz NATO naučni program uspostavlja se naučna saradnja koja omogućava posjete Alijansi vodećih akademika, parlamentaraca i novinara iz mediteranskih zemalja. Zvaničnici iz zemalja koje učestvuju u dijalogu imaju mogućnost da posmatraju vježbe trupa NATO-a kao i da posjećuju generalštab, radionice i seminare koje organizuje strateška komanda. Takođe, pomorske snage Alijanse koje su prisutne na Mediteranu posjećuju luke u zemljama učesnicama dijaloga.

U prošlim mirovnim misijama na Balkanu koje su vođene od strane NATO-a, tri partnera iz Mediterana – Jordan, Egipat i Maroko su pružila svoj doprinos.²⁰ Međutim, 2002. godine samo je još Maroko imao svoje vojnike za službu u snagama SFOR-a i KFOR-a.

Mediteranski dijalog nije kruta formacija već posjeduje veliku fleksibilnost zahvaljujući kojoj se vremenom sadržaj dijaloga razvija a broj učesnika se povećava. Političke diskusije ovog dijaloga dobijaju veći intenzitet i postale su učestalije. Od kada je pokrenut dijalog, spektar aktivnosti se značajno proširio.

Mediteranski dijalog je dobio novo obilježje kada je kada je uspostavljena mediteranska Grupa za saradnju. Ova grupa funkcioniše kao forum na kojem se razmjenjuju mišljenja između članica Alijanse i zemalja učesnica

²⁰ *Transformisani NATO*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2004., str. 29. Naglašen značaj doprinosa ovih mediteranskih zemalja misijama NATO-a na Balkanu.

mediteranskog dijaloga. Aktuelno pitanje za ovaj oblik saradnje jeste bezbjednosna situacija na Mediteranu kao i dalji razvoj dijaloga.

Na samitu u Vašingtonu 1999 godine, preduzeti su dalji koraci za unapređenje političke i praktične dimenzije dijaloga. Prilikom ovog samita stavljen je akcenat na potrebu uvećavanja mogućnosti za intenziviranje saradnje na poljima gdje Alijansa može da pruži novi doprinos. Nove mjere se odnose na redovnije i efikasnije procese konsultacija sa Sjevernoatlantskim savjetom kao i na uvođenje novog paketa mjera za uvećavanje političke i praktične dimenzije Mediteranskog dijaloga. Sem što su produbljene postojeće oblasti saradnje predložene su i nove koje uključuju raznovrsne aktivnosti u cilju poboljšanja mogućnosti zemalja koje učestvuju u dijalogu da daju doprinos aktivnostima kao odgovor na krizu, u reformi odbrane i odbrambenoj ekonomiji, konsultacijama o terorizmu i sigurnosti granica i upravljanju u slučaju elementarnih katastrofa. Ove mjere omogućavaju transformaciju prirode odnosa između zemalja učesnica dijaloga i Alijanse.

4.4 Istanbulska inicijativa

Značajnu prekretnicu za NATO predstavlja samit koji je održan u Istanbulu 28. i 29. juna 2004. godine. Predstavnici vlada 26 zemalja – članica okupili su se u turskom gradu i ovom prilikom učvrstili kako vezu i saradnju unutar same Alijanse, tako i saradnju sa drugim regionima.²¹ Preduzeli su mjere za jačanje Alijanse, donijeli odluku za proširenje njenih operacija, pokrenuli inicijative za poboljšanje odnosa sa postojećim partnerima i izgradnju odnosa sa novim partnerima. Na ovaj način je Alijansa odlučno pokazala da je spremna da se izbori sa novim izazovima kao i da se prilagodi istim. Mjere istambulske deklaracije predstavljale su nastavak procesa koji je započet na samitu održanom u Pragu 2002. godine. Ovom prilikom je učvršćena vitalna veza i saradnja između Evrope i Sjeverne Amerike na polju odlučnosti saveznika da održe NATO kao centralnu instituciju za kolektivnu odbranu i bezbjednost; da ojačaju evroatlanske veze; zatim, da što uspješnije upravljaju krizom i sprovede vojne akcije.

Ovom prilikom proglašene su sedam novih članica i to: Slovenija, Slovačka, Rumunija, Bugarska, Letonija, Litvanija i Estonija. Takođe, istaknuto je

²¹ Pogledati brošuru *NATO posle Istanbula*, NATO Public Diplomacy Division, Brussels, Belgium, 2004., str. 2.-8. Istanbulska samit je od velikog značaja za izgradnju mostova saradnje NATO-a sa drugim regionima.

opredjeljenje za primanje novih članica i nastavak širenja za koje bi naredni korak bio primanje Albanije, Makedonije i Hrvatske u zajednicu.

Nakon pristupanja u martu 2004. godine, Istanbulsom samitu su prisustvovali po prvi put lideri iz već nabrojanih sedam novih članica Alijanse. Vođe Alijanse su naglasili da su vrata NATO-a otvorena za nove članice. Albanija, Makedonija i Hrvatska²² su dobile pohvalu za napredak koji su ostvarile na putu ka učlanjenju, u okviru Akcionog plana za članstvo. Lideri su iznijeli zahtjev da ministri spoljnih poslova NATO-a prate napredak aspiranata i da o tome sprema izvještaj za naredni Samit, na kome će potencijalni kandidati za učlanjenje biti razmotreni.

Ovom prilikom su pozvane i sedam učesnica Mediteranskog dijaloga Alijanse – Alžir, Izreal, Egipat, Jordan, Mauritanija, Maroko i Tunis kako bi uspostavile šire i naprednije osnove partnerstva. Alijansa je značajno proširila svoje operacije od samita u Pragu. U Istanbulu su predvodnici Alijanse donijeli značajne odluke o budućnosti misija NATO-a. Aktivnosti NATO-a izvan polja zemalja članica grupisane su u tri regionalna pitanja – Avganistan Irak i Balkan. Pored misija u bivšoj Jugoslaviji, tu spadaju i operacije u Mediteranu i Avganistanu, zatim, pomoć multinacionalnoj diviziji koju vodi Poljska, po pitanju postizanja bezbjednosti u centralnom i južnom Iraku. NATO je počeo da pruža pomoć u obezbjeđivanju vaznih događaja i velikih javnih okupljanja, kako bi se umanjila opasnost od međunarodnog terorizma.

Vodeće ličnosti NATO-a su se složile da u Avganistanu formiraju dodatne provincijske timove za obnovu (PRT timovi). S obzirom da je NATO predvodio Snage međunarodne bezbjednosne podrške (ISAF) od avgusta 2003. godine u ovoj zemlji, na ovaj način je prošireno prisustvo NATO-a.

Na ovom Samitu je i pojačan angažman u Iraku, gdje su NATO vođe donijeli odluku da pruže pomoć novoj Privremenoj vladi Iraka tako što će obučavati bezbjednosne snage ove zemlje. Na taj način je NATO pakt dao značajan doprinos Multinacionalnim snagama u Iraku i pokazao da prisustvo stranih snaga nije neophodno u zemlji. Pružena je pomoć i u razvoju iračkih bezbjednosnih institucija.

NATO je potvrdio i svoj angažman i zalaganje za stabilnost Jugoistočne Evrope. Alijansa je svoju prvu mirovnu operaciju – misiju SFOR u Bosni i

²² Vidjeti Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str.205. Deklaracija sa NATO samita u Istanbulu još jedna potvrda politike otvorenih vrata Saveza prema drugim zemljama.

Hercegovini odlučila da okonča do kraja godine, na osnovu ocjene da se bezbjednosno stanje u BiH poboljšalo. Kako su se smirivali sukobi i zamjenjivali mirnim procesom, tako je postepeno smanjivan broj vojnika u ovoj zemlji. Na Kosovu se zadržalo prisustvo Kosovskih snaga, odnosno KFOR-a iz bezbjednosnih ciljeva.

Uvećana je sposobnost Alijanse da stupi u akciju kad god i gdje god je to potrebno. Lideri samita u Istanbulu su se usaglasili i obavezali da pomognu da se Alijansi obezbijede stalno raspoloživa sredstva i snage koje može angažovati u misijama. Došlo je i do kompromisa oko promjena u procesima planiranja odbrane sa nastojanjem da se ono učini fleksibilnijim; da se djeluje dalje i reaguje brže s ciljem da bi misije bile uspješne.

Izdvojene su dvije najopasnije prijetnje za globalnu bezbjednost – terorizam i proliferacija oružja za masovno uništenje. Na ovaj način je kristalizovano poimanje opasnosti unutar NATO-a, s obzirom na to da je u Strateškom konceptu ovog saveza iz 1991. godine bio naveden poduži spisak prijetnji. NATO lideri su odlučili da pojačaju aktivnost Alijanse po pitanju borbe protiv ovih prijetnji. Razrađen je "Berlin plus" aranžman po kojem su već bile započete dvije operacije (Concordia i Proxima) u Makedoniji.

Samit u Istanbulu je dao veliki značaj za Crnu Goru jer je ova zemlja prvi put dobila poziv da, u svojstvu posmatrača, prisustvuje skupu (pored Srbije i BiH). Na taj način je podržano opredjeljenje Crne Gore za učešće u evroatlanskim integracijama. Međutim, to je bio i podsticaj ovoj zemlji za ispunjenje preostalih uslova za članstvo u Partnerstvu za mir i nastavak vojnih reformi. Srbiji je najveću prepreku za ulazak u PzM predstavljala saradnja sa Haškim tribunalom i zahtjev da se isporuči Mladić, koji je bio optužen za ratne zločine počinjene u bivšoj Jugoslaviji. Jedan od zahtjeva u slučaju Srbije i Crne Gore bio je i povlačenje tužbe protiv nekoliko članica NATO-a koja je bila podnijeta Međunarodnom sudu pravde. Alijansa je donijela odluku da ove dvije zemlje uključi u izvjestan broj aktivnosti Partnerstva, kako bi im olakšala da postignu njegovo članstvo. Donijeta je i odluka o formiranju Ambasade za kontakte u Sarajevu koja je omogućila bolje razumijevanje NATO-a u BiH.

4.5 Akcioni plan za članstvo (MAP)

MAP – partnerski akcioni plan, pokrenut je 1999. godine oslanjajući se na studiju o proširenju NATO, a zasniva se na iskustvu prvog uvećanja u posthladnoratovskom periodu. MAP je namijenjen državama partnerima koje su izrazile želju da postanu punopravne članice Alijanse. Sem što predstavlja

praktičnu manifestaciju politike „otvorenih vrata“, MAP pruža pomoć partnerima da svoje pripreme usmjere na zadovoljavanje prioriteta postavljenih u planu. Njegova svrha je da pruži pomoć zemljama koje teže priključenju NATO-u u procesu njihovih priprema za NATO članstvo.

Sledećih devet zemalja učestvuju u ovom akcionom planu od samog početka – Bugarska, Albanija, Letonija, Estonija, Litvanija, Rumunija, Slovenija, Slovačka i bivša jugoslovenska republika Makedonija. U maju mjesecu 2002. godine pridružila im se i Hrvatska. Tokom 2004. godine, sedam od ovih zemalja postale su članice NATO saveza. Pored ovih sedam članica koje su prošle kroz proces priključenja, u MAP-u učestvuju Albanija, Hrvatska i Makedonija.

Od zemalja koje teže članstvu Alijanse, odnosno zemalja aspiranata²³ se zahtijeva da zadovolje određeni niz uslova – da posjeduju efikasan demokratski, politički sistem; da njihova ekonomija bude tržišnog tipa; neophodno je poštovanje prema pripadnicima nacionalnih manjina prema standardima koje postavlja OEBS; prije početka procesa učlanjenja u NATO, određena zemlja mora prvenstveno riješiti sve preostale sporove sa susjedima a pri tom ima obavezu da date sporove rješava mirnim putem; država mora pokazati odlučnost, volju i sposobnost da doprinese vojnom angažmanu Alijanse i da sa oružanim snagama članica uspostavi djelotvornu saradnju; zemlja mora, u skladu sa demokratskim načelima, da obezbijedi adekvatno funkcionisanje civilno-vojnih odnosa.

Odnosno, to su pet oblasti MAP-a koje su bitne za razvoj sposobnosti svakog partnera i neophodne za članstvo: 1. politička i ekonomska, 2. vojno-odbrambena, 3. oblast resursa, 4. oblast bezbjednosti i 5. pravna oblast.²⁴

MAP predstavlja program savjeta, pomoći i praktične podrške i sadrži širok niz aktivnosti Partnerstva. Ove aktivnosti su usklađene sa pojedinačnim potrebama zemalja koje teže ka članstvu. MAP je usresređen da pruži pomoć državama kandidatima kako bi ove uvećale domaću podršku za skupu reformu sistema odbrane i doprinos kolektivnoj odbrani i misijama Alijanse.

Učešćem u partnerskom akcionom planu nije zagarantovano buduće članstvo, ali njime je omogućeno svim zainteresovanim zemljama da se usresrede na zadovoljenje kriterijuma koji su dati u planu. Ove zemlje dobijaju

²³ Vidjeti u publikaciji: *Transformisani NATO*, NATO public Diplomacy Division, Belgijum 2004. godine, str.20./21.

²⁴ Pogledati *Vodič kroz evroatlantsko partnerstvo*, ISAC Fond, Beograd, 2007. godine, str.41./42.

pomoć od strane Alijanse u vidu stručnjaka koji vrše procjenu mogućnosti i stepen pripreme u odnosu na postavljene ciljeve i prioritete ovim zemljama od strane Saveza. Ova pomoć pokriva sve aspekte članstva – politički i ekonomski aspekt, odbranu, resurse, bezbjednost, pravne uslove i informacije.

Svaka zemlja učesnica oformljuje sopstvene ciljeve i programe nakon što prethodno odabere elemente MAP-a koji najbolje odgovaraju njenim potrebama. Učešće u Partnerstvu za mir zemljama kandidatima pruža mogućnost da razviju oružane snage i da ih prestrukturiraju i usklade sa snagama Alijanse. Održavaju se redovni sastanci sa saveznicima na kojima se nadgleda i preispituje postignuti napredak, daju se potrebni savjeti i obezbeđuju potrebne povratne informacije za Alijansu. Primjenu partnerskog akcionog plana nadgleda Sjevernoatlantski Savjet.

4.6 Nova relacija NATO – Rusija

Od početka stvaranja novog svjetskog poretka, devedesetih godina prošlog vijeka, Rusija predstavlja jednog od glavnih prioriteta za Sjevernoatlantski savez. Ova zemlja kao nasljednica Sovjetskog Saveza i predvodnik bivšeg Varšavskog ugovora, prošla je kroz veoma tešku i dugu tranziciju koja još uvijek nije konsolidovana. Bez obzira na ove teškoće, Rusija ipak predstavlja veliku evroazijsku državu od koje zavise dešavanja na prostoru evropskog kontinenta.²⁵

Nakon hladnog rata, Alijansa je započela izgradnju jednog novog oblika partnerstva sa Rusijom. Intenzitet njihovih međusobnih odnosa zavisi od želja i interesa sa obje strane. NATO je Rusiju postavio u takav položaj da ova može učestvovati u veliki niz aktivnosti organizacije ali ne i odlučivati o ključnim pitanjima vezano za Savez. Rusija ima mogućnost da zajedno djeluje sa Alijansom ali i ne mora; zadržala je autonomiju pri kreiranju sopstvene bezbjednosne politike i transformaciji svog odbrambenog sistema. Ona ima široke mogućnosti da sama bira nivo i intenzitet saradnje sa Alijansom.

Rusija još uvijek nije a najvjerovatnije i neće u skoroj budućnosti zatražiti članstvo u NATO pakt. U odnosima ova dva partnera NATO ipak prevladava kao jači i globalno zastupljeniji akter u međunarodnoj zajednici. Nove NATO – ruske odnose karakteriše konkurencija oko pitanja tipa – odnosi sa

²⁵ Vidjeti Čehulić L.: *Euroatlantizam*, Politička kultura, Zagreb, 2003. str. 292.-311. Uslijed činjenice da Rusija predstavlja faktor dešavanja na evropskom kontinentu, zapadnoevropski američki saveznici cijelo su vrijeme intenzivno pratili razvijanje odnosa Saveza sa Rusijom.

Evropskom Unijom, odnosi sa Kinom, Sjevernom Korejom i sl. Iako je NATO jači, Rusija na međunarodnoj pozornici sve više djeluje samostalno. Deklaracija iz Rige ne samo da ne osuđuje samostalnost aktivnosti Rusije, već ističe da su odnosi NATO – Rusija od krucijalnog značaja za jačanje sigurnosti evropskog kontinenta.

Rusija, nakon formalnog poraza u hladnom ratu i po izlasku iz njega, bila je oslabljena na svim poljima. Pitanje saradnje Alijanse i Rusije u novom svjetskom poretku bilo je proizvelo podjele kod evropskih saveznika. Iako je veliki broj evropskih članica NATO-a imalo razloge protiv saradnje sa Rusijom, preovladao je osnovni princip Saveza, princip kolektivne odbrane dat u novom Strateškom konceptu Alijanse, usvojenom 1991. godine. Ovim principom je naglašeno da Alijansa mora osiguravati i održavati stratešku ravnotežu u Evropi. Saradnja sa Rusijom na mirovnom, političkom, ekonomskom i kulturnom planu je poželjna za postizanje pomenute ravnoteže, dok je neophodna po pitanju nuklearnog oružja i vojne ravnoteže snaga.

Uprkos dugotrajnim raspravama za i protiv ulaska Rusije u Alijansu, Rusija je ipak od samog starta bila uključena u proces transformacije NATO saveza. Stvaranje novog evropskog bezbjednosnog sistema nije moglo zaobići ni Rusiju. Ruske reakcije su se takođe zalagale za uključivanje u te procese, za prisutnost, mada ne i za članstvo u NATO. Nakon formiranja Partnerstva za mir, Rusija je izrazila zadovoljstvo zato što je tim aktom otvorena mogućnost zemljama Istočne i Centralne Evrope za ulazak u članstvo Sjevernoatlantske organizacije. Intenzivnija saradnja Moskve sa evroatlantskim saveznicima započeta je potpisivanjem Okvirnog dokumenta Partnerstva.

Rusko vođstvo je ubrzo izrazilo nezadovoljstvo statusom u Partnerstvu za mir i zahtijevalo je povlašćen položaj Rusije na bezbjednosnom polju odnosa sa Zapadom. NATO jos uvijek nije bio spreman na takav ustupak pa je Rusija u početku bila relativno pasivan član Partnerstva za mir. Iako je u početku saradnja na vojnom planu bila zanemarljivog značaja, kod američke strane je polako sazrijevala spremnost za uspostavljanje ruske vojne misije pri NATO-u. Ovim aktom je Alijansa imala da potvrdi svoju transparentnost i želju da Rusija shvati koji su realni ciljevi Alijanse u novom svjetskom poretku i da ovu zemlju Savez ne posmatra kao neprijatelja.

Postojalo je nekoliko naročito osjetljivih pitanja u NATO – ruskim odnosima. Veoma bitno bilo je pitanje proširenja članstva Alijanse na postsocijalističke zemlje Centralne i Istočne Evrope. Sledeće osjetljivo pitanje odnosilo se na potencionalnu mogućnost Rusije da se, putem različitih institucija i sav-

jetodavnih tijela, ova zemlja nađe u poziciji da utiče na donošenje odluka vezanih za oblast odbrane u okviru Alijanse.²⁶

Uspostavljeno Zajedničko stalno vijeće Rusija – NATO predstavlja osnovno tijelo za saradnju Alijanse i Rusije, prvenstveno putem zajedničkih konsultacija i koordinacije pri određivanju ciljeva i povećajnu mjera u svrhu bezbjednosti evroatlantske regije. Međutim, Rusija time nije dobila mogućnost da prisustvuje sastancima Sjevernoatlantskog vijeća kao ni sastancima Vojnog odbora i ostalih organa u kojima se raspravlja zajednička odbrana Alijanse.

5. Posthladnoratovsko širenje NATO-a

Po završetku hladnog rata, kada je glavni dojučerašnji neprijatelj pres-tao da postoji a NATO produžio svoje postojanje, postepeno je zaživjela ideja o širenju Sjevernoatlantskog saveza. NATO je odbacio prvenstveno strategij-ske razloge bipolarnog svijeta i postavio nove razloge svog postojanja zasno-vane na saradnji sa novoformiranim državama nakon pada socijalizma na evropskom tlu. Saradnja je usmjerena na šire područje Mediterana, Kavkaz, Bliski istok.²⁷

Od početka devedesetih godina, brojne istočnoevropske zemlje su doš-le do zaključka da njihovim bezbjednosnim interesima najviše pogoduje ula-zak u Alijansu. U takvoj namjeri, ove zemlje su pokrenule molbu za prijem u članstvo. Češka Republika, Mađarska i Poljska – tri nekadašnje zemlje partne-ri, postale su članice Saveza marta mjeseca 1999. godine, i na taj način uvećale broj zemalja-članica na devetnaest. U novembru 2002. godine na samitu Save-za u Pragu, još sedam zemalja su pozvane da započnu sa razgovorima o ulas-ku u članstvo – Bugarska, Rumunija, Slovačka, Slovenija, Bugarska, Estonija, Letonija i Litvanija. Krajem marta 2004. godine, ove zemlje su se i formalno pridružile NATO-u. Ovih sedam novih članica kao i druge koje teže članstvu, izvukle su maksimalnu korist iz Akcionog plana za prijem novih članica uspo-stavljenog 1999. godine.²⁸

²⁶ Šire pogledati u: Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str. 217.-222.

²⁷ Prikazano u: Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str. 286./287.

²⁸ Pogledati u publikaciji – *NATO u 21 vijeku*, NATO Public Diplomacy Division, 2004., str.14./15.

5.1 Širenje 1999. godine

Na drugačiju geopolitičku kartu evropskog kontinenta Alijansa je odgovorila procesom širenja. U uslovima brzih posthladnoratovskih promjena na političkom, socijalnom, bezbjednosnom, etničko-vjerskom, ideološkom polju započet je složeni proces širenja Sjevernoatlantskog saveza. Sučeljavanje pritisaka za i protiv proširenja Alijanse rezultiralo je priključenjem tri centralnoevropske zemlje Mađarske, Poljske i Češke, u ravnopravno članstvo Saveze među ostalim zemljama-članicama.²⁹

Vilijam Rut, novoizabrani predsjednik Sjevernoatlantskog vijeća je 1997. dao prijedlog saveznicima da prvi krug proširenja NATO-a obuhvati Mađarsku, Poljsku, Češku i Sloveniju. Iako je Slovačka posmatrana kao siguran kandidat za članstvo, skinuta je sa prioritete liste zbog kršenja demokratskih kodeksa ponašanja tadašnjeg premijera. Njeno mjesto je zauzela zemlja koja je viđena kao adekvatna geografska spona za povezivanje južnog oboda Alijanse i Centralne Evrope.

U prvim prijedlozima oko proširenja varirao je broj od tri do pet zemalja koje bi mogle ući u prvi krug proširenja Saveza.³⁰ Na osnovu predviđenog protokola donijetog na samitu NATO-a u Madridu 1997. godine, Savez je i službeno objavio da su Češka, Poljska i Mađarska pozvane da pristupe NATO paktu. Kako je ranije predviđeno, ovaj čin obavljen je u Vašingtonu na svečanoj proslavi 50. godina postojanja Saveza.

Po Čehulić, Vukadinović i Božinović, postoje nekoliko aspekata uticaja koji je ovo proširenje izvršilo na cjelokupnu evroatlantsku regiju. Ovi aspekti su bili i unaprijed naznačeni u prethodnom procesu donošenja odluke o pristupanju novih članica.

Kao prvo, priključenjem Savezu navedenih novih članica u javnosti je pokazano da su NATO saveznici odlučno spremni da izađu u susret postsocijalističkim državama koje su najviše napredovale u procesu tranzicije i usvojile zapadne liberalne vrijednosti, prvenstveno demokratiju i zaštitu ljudskih prava i tržišnu privredu.

²⁹ Objašnjeno u knjizi L. Čehulić, *Euroatlantizam*, Politička kultura, Zagreb, 2003., str.167.-172.

³⁰ Američka državna sekretarka Merin Olbrajt saveznicima je davala upozorenje da Sjedinjene Američke Države ne mogu prihvatiti više od tri kandidata. Dato je prikazano u djelu: Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str.201./202.

Nadalje, priključenje Savezu Mađarske, Poljske i Češke predstavljalo je nagradu za njihovo čelno mjesto u procesu transformacije Centralne i Istočne Evrope, vodeći računa i o njihovoj geostrategijskoj poziciji.

I najzad, širenjem Alijanse na istok Evrope potvrđuje Klintonovu tezu da Sjedinjene Američke Države, u novom svjetskom poretku podržavaju i streme izgradnji politički stabilne, ekonomski jake i vojno bezbjedne Evrope.

5.2 Širenje 2004. godine

Pošto se pokazalo da su Češka, Poljska i Mađarska ušle ipak relativno nespremne u Savez, prvrnstveno u smislu njihovih nacionalnih oružanih snaga, vođe NATO-a su odlučili da drugom posthladnoratovskom širenju Alijanse pristupe mnogo pažljivije. U svrsi toga donijet je i MAP – Akcijski plan za članstvo koji sadrži detaljne odrednice i definicije uslova za članstvo.

Drugo posthladnoratovsko širenje Saveza najavljeno je Deklaracijom koja je donešena na samitu u Pragu 2002. godine.³¹ Tom prilikom je izdvojeno sadam datih zemalja – Estonija, Latvija, Litvanija, Bugarska, Rumunija, Slovenija i Slovačka koje su i kroz dvije godine postale punopravne članice NATO-a, odnosno 2004. godine. S obzirom da su ove zemlje učestvovala u Akcionom planu za buduće članove, bile su bolje pripremljene za članstvo. Budući članovi su morali da ulože puno truda kako bi ispunili svoje obaveze u skladu sa Akcionim planom za buduće članove (MAP).

Navedene zemlje su uspostavile blisku saradnju sa Alijansom počev uključanjem u Partnerstvo za mir odmah po njegovom osnivanju 1994. godine. Ove države, iako nijesu na svim poljima potpuno ispunile postavljene zahtjeve za pristupanje članstvu, njihova upornost je nagrađena prihvatanjem u porodicu NATO članica. Velikim drugim krugom proširenja dat je podsticaj ostalim potencijalnim kandidatima koliki je značaj angažmana pri NATO-vim programima pomoći i saradnje koji se adekvatno i nagrađuje od strane Saveza.

Ovaj drugi krug proširenja Saveza predstavlja i reakciju na terorističke napade od 11 septembra 2001. godine i američku težnju za većom međunarodnom interakcijom i povezivanjem zemalja pri čemu bi se uvećao broj novih saveznika na sceni međunarodnih odnosa. Započinje proces „oživljavanja“

³¹ Deklaracija iz Praga, donešena na samitu u Pragu od strane lidera NATO saveza odnosno Sjevernoatlantskog Savjeta, 21 novembra 2002. godine. Ukoliko postoje mogućnosti, zanimljivo je pogledati ovaj dokument a moguće ga je pronaći na internetu adresa <http://www.nato.int/docu/pr/2002/p02-127e.htm>

Alijanse i njen ulazak u nove regione u kojima Savez do tada nije bio prisutan³².

Ovo širenje, koje predstavlja najveće u istoriji Saveza izvršeno je u skladu sa političkim, geostrategijskim i vojnim kriterijumima. Političko – diplomatska djelatnost je u žiži političkih aktivnosti Saveza koji teži da proširi stabilnu evroatlantsku zajednicu³³ predvođenu SAD-om na prostore koji su u doba bipolarizma bili van domašaja. Na geostrateškom planu postiže se povezivanje čitave Srednje Evrope a Savez probija na Baltik i Zapadni Balkan, i dobija izlaz na istočni Mediteran, Bliski Istok, Kaspijsko more i krećući se prema Centralnoj Aziji. Činjenica da sadam novoprimitljenih zemalja Saveza nijesu ispunjavale sve kriterijume i standarde Alijanse na polju oružanih snaga, pokazuje nam da vojni aspekt jenjava u odnosu na politiku saradnje i proširenja.

5. Zaključak

Sjevernoatlantska alijansa, koja je oformljena kao vojni i ideološki protivakter Sovjetskom Savezu i komunizmu, po završetku hladnog rata, prerasla je u prvenstveno političku organizaciju koja se zalaže za demokratiju i ostale humane vrijednosti svim dobrovoljnim državama. NATO je prošao kroz značajan nivo transformacije na mnogim poljima svojih aktivnosti. Promijenio je ciljeve i svrhu, a akteri su dobili nove uloge. Savez odiše fleksibilnošću, kao kameleon koji se prilagođava novim bojama u okruženju, kako bi opstao.

Nakon terorističkog napada od 11. septembra bio je očigledno da uloga Alijanse više ne može biti ograničena samo na teritoriju zemalja članica. Bezbjednosni izazovi danas su pojava bilo gdje u svijetu, izvan evroatlantskog prostora i NATO mora djelovati kao političko-bezbjednosni mehanizam kojem je nužno naći adekvatna rješenja za ove rizike.

Alijansa se uspješno samotransformisala i sigurno zagazila u novo geostrategijsko okruženje. Na kraju, opravdano, i još jednom, možemo potvrditi da je ovaj savez preživio i opstao samo zahvaljujući svojoj fleksibilnosti i adekvatno izvedenoj transformaciji. Da je bilo drugačije, i NATO ostao kruta konstrukcija, Savez bi sada bio dinosaurus u knjigama istorijskih prikaza. Ali

³² Pogledati od Radovana Vukadinovića - *Drugo posthladnoratovsko širenje NATO-a*, Međunarodne studije, 2.godina, br.3.,2002., str. 15./16.

³³ Vidjeti u: Vukadinović, Čehulić, Božinović, *NATO euroatlantska integracija*, Topical, Zagreb, 2007., str.204/205. U korist novog političkog djelovanja smanjuje se klasični vojni aspekt.

to se nije desilo i Savez nije izumro, zahvaljujući pravovremenoj i dovoljno intenzivnoj transformaciji.

U svijetu sve bržih i dalekosežnijih promjena, kako bi istrajavao i adekvatno obavljao funkciju čuvara svjetske bezbjednosti i mira, NATO će konstantno obitavati u slabijem ili intenzivnijem procesu transformacije, u zavisnosti od intenziteta promjena u geostrategijskom okruženju. Iako je velike krize Savez već preživio, danas mu veliki problem predstavljaju novi rizici po bezbjednost kojima će se Savez odlučno suprostaviti i u budućnosti. Iako borba nije laka i izvjesna, organizacija koja ima najveće šanse da se izbori sa ovim rizicima, svakako jeste Sjevernoatlantski Savez.

Literatura

Barić, R. (2004), „Transformacija NATO-a i Hrvatska obrambena reforma“, *Časopis za interdisciplinarna istraživanja rata i mira*, Vol. 7, No. 1/2(13/14), ss. 45-89

Bezbjednost kroz partnerstvo, (2005), Belgium, NATO public Diplomacy Division

Vukadinović, R. (2001), *Međunarodni odnosi od hladnog rata do globalnog poretka*, Zagreb, Agencija za komercijalnu djelatnost

Vukadinović, R. (2002), „Drugo posthladnoratovsko širenje NATO-a“, *Međunarodne studije*, 2.godina, br.3.

Vukadinović, R. (2004), *Međunarodni politički odnosi*, Zagreb, Politička kultura

Vukadinović, R. (2005), *Teorije međunarodnih odnosa*, Zagreb, Politička kultura

Vukadinović, Čehulić, Lovrić (2006), *NATO u međunarodnim odnosima*, Zagreb, Fakultet političkih znanosti

Vukadinović, Čehulić, Božinović (2007), *NATO euroatlanska integracija*, Zagreb, Topical

Gligorijević, S., Petrović, Đ. (2007), *Vodič kroz Partnerstvo za mir*, Beograd, Isac fond

Grizold, A., Čehulić, L. (2006), *Međunarodna sigurnost i NATO u novom svjetskom poretku*, Zagreb

Ka miru i stabilnosti na Balkanu (Februar 2005), NATO Brifing

Kostecki, W. (1996), *Europe After the Cold War – The Security Complex Theory*, Varšava

Kurečić, P. (2004), *Novi svjetski geopolitički poredak*, Hrvatski geografski glasnik

Lansford, T. (2002), *All for One: Terrorism, NATO and United States*, Hampshire

Mirković, T. (2003), *Strategije i ratne doktrine supersila i blokova*, Beograd, Vojnoizdavački zavod

NATO Distribution Unit, Belgium, NATO Public Diplomacy Division

NATO posle Praga (2002), Belgium, NATO public Diplomacy Division

NATO posle Istanbula (2004), Belgium, NATO public Diplomacy Division

NATO poslije Rige (2006), Belgium, NATO public Diplomacy Division

NATO priručnik (2006), Belgium, NATO public Diplomacy Division

NATO u 21. vijeku (2004), Belgium, NATO public Diplomacy Division

Pečujlić, M. (2002), *Globalizacija – Dva lika svijeta*, Beograd, Naučna akademija

Security Through Partnership (2005), Belgium, NATO public Diplomacy Division

Transformisani NATO (2004), Belgium, NATO public Diplomacy Division

Evroatlantska revija – izdanja: zima 2005./2006. do jesen-zima 2007., Tromjesečnik Evroatlantskog pakta, Beograd, Evroatlantska inicijativa

Uvid u novi NATO, Brussels, NATO office of Information and Press

Čehulić, L.(2001), *Klinton i novi svjetski poredak*, Zagreb, Politička kultura

Čehulić, L. (2003), *Euroatlantizam*, Zagreb, Politička kultura

Čehulić, L. (2004), *NATO i novi međunarodni odnosi*, Zagreb, Fakultet političkih znanosti

Čehulić, L. (2006), *Europska obrana*, Zagreb, Politička kultura

UDK: 342.4:338.246.025(497.6)

**KONSOCIJATIVNA DEMOKRATIJA SA ELEMENTIMA
ETNOKRATSKOG SISTEMA: SLUČAJ BOSNE I HERCEGOVINE**

**CONSOCIATIVE DEMOCRACY WITH ETHNOCRATIC SYSTEM
ELEMENTS: THE CASE OF BOSNIA AND HERZEGOVINA**

mr RENATA BRANKOVIĆ,

doktorant na Fakultetu političkih nauka Univerziteta Crne Gore

Apstrakt: *Ovaj članak se bavi pitanjem poslijeratne tranzicije u Bosni i Hercegovini i razmatranjem uticaja koji Dejtonski Ustav ima na proces demokratske konsolidacije i postojanje etnokratskog sistema vlasti. Osnovni cilj je da se prikaže presjek izmjena koje je Ustav obezbjedio u uređenju BiH i ukaže na potrebu njegove revizije.*

Pošli smo od pretpostavke da je Ustav BiH poslužio kao osnova za uspostavljanje konsocijativne demokratije sa elementima etnokratskog sistema vlasti u zemlji i da ometa uspješno okončanje poslijeratne tranzicije i konsolidaciju demokratije. Na temelju analize međunarodnih, pravnih, političkih i socio-demografskih faktora i korišćenja istoriografske metode, kao i metoda analize slučaja i analize sadržaja, potvrdili smo polaznu hipotezu. Istovremeno smo ukazali da je realnost etničke podjele zemlje tokom rata onemogućila druge varijante uređenja države usled nepostojanja konsenzusa između tri dominantne etničke grupe, Bošnjaka, Srba i Hrvata.

Samim tim, zaključak rada je da za sada konsocijativna demokratija sa elementima etnokratskog sistema vlasti čak i u slučaju ustavne revizije predstavlja realnost stanovnika Bosne i Hercegovine koji i dalje žive u nefunkcionalnoj formi asimetrične (kon)federacije razdvojeni etničkim diskursom.

Ključne riječi: *Bosna i Hercegovina, poslijeratna tranzicija, ustavna reforma, etnokratski sistem vlasti, konsocijativna demokratija*

Abstract: *This article deals with the issue of post-war transition in Bosnia and Herzegovina and in reflection of the impact that the Dayton constitution have on the process of democratic consolidation and the existence ethnocratic system of government. The main goal is to show that the modified cross-section provided in the Constitution of Bosnia and regulation emphasize the need for its revision.*

We started from the assumption that the BiH Constitution served as the basis for the establishment of consociational democracy with elements ethnocratic government system in the country and to interfere with the successful completion of the post-war transition and consolidation of democracy. Based on the analysis of international, legal, political and social-demographic factors and use of historiographical methods, and methods of case analysis and content analysis, we have confirmed the initial hypothesis. At the same time we pointed out that the reality of ethnic divisions of the country during the war prevented another variant of the state due to the lack of consensus between the three dominant ethnic groups, Bosnian, Serbs and Croatsians.

Consequently, the conclusion is that for now consociational democracy with elements of ethnocratic system of government, even if the constitutional revision is the reality of citizens of Bosnia and Herzegovina who are still living in a dysfunctional form of asymmetric (con) federation of separate ethnic discourse.

Keywords: *Bosnia and Herzegovina, the Postwar Transition, Constitutional Reform, Ethnocratic System of Government, Consociational Democracy*

1. Uvod

Radi što preglednije strukture rada i adekvatnog praćenja slijeda događaja koji su uticali na čitav tranzicioni proces u Bosni i Hercegovini, rad je podijeljen na dvije glavne cjeline:

- prvi dio će predstaviti presjek izmjena i rješenja koje je Dejtonski sporazum obezbijedio tj. prikazati uređenje i politički sistem BiH i staviti poseban akcenat na rasvjetljavanje uticaja Ustava na uspostavljanje konsocijativne demokratije sa elementima etnokratskog sistema vlasti koji postaje „kamen spoticanja“ na putu ka konsolidovanoj demokratiji;

- drugi dio će biti posvećen perspektivama Bosne i Hercegovine, tj. razmatranjima potrebe za izmjenom Ustava i etnokratskog sistema vlasti koji *de facto* jeste uspostavljen kroz odredbe Ustava.

2. Konceptualizacija pojmova

Tema ovog rada obuhvata i analizira po mnogo čemu karakterističan i komplikovan proces tranzicije u BiH. Zbog toga, na samom početku ponudićemo određenja nekoliko osnovnih pojmova koji se tiču demokratskih tranzicija i modela demokratije.

Međunarodno okruženje obuhvata veliki broj različitih aktera spoljne politike koji svojim djelovanjem mijenjaju prirodu sistema kojem pripadaju. Trijumfom i prihvatanjem principa i načela demokratije u okvirima pojedinačnih subjekata međunarodnih odnosa, kroz proces liberalizacije i demokratizacije¹, država započinje tranzicioni proces sa ciljem dostizanja konsolidovane demokratije.

Liberalizacija obično predstavlja prvu fazu tranzicionog procesa u kojem država pravi postepeni otklon od dotadašnje prakse i načina vladanja, uz priznavanje ili širenje određenih građanskih sloboda i prava. Demokratizacija je proces u kojemu se prethodni režim i njegove institucije zamjenjuju novima, pri čemu je njen ključni element uvođenje slobodnih i poštenih višestranačkih izbora.

Kakav će proces liberalizacije i demokratizacije biti i sa kojim poslasticama, u mnogo čemu zavisi i od samog modela tranzicije. U tom kontekstu, uzimajući za relevantno da li tranzicija uključuje elemente nasilja ili ne, pravimo distinkciju između modela tranzicije koji se zasniva na sporazumima postignutim na temelju dogovora između različitih aktera datog režima, pri čemu nasilje nema bitnu ulogu² i modela tranzicije gdje (upravo) nasilje ima odlučujuću/značajnu ulogu u tranzicionom procesu.

¹ „Demokratizacija – proces izgradnje demokratskog poretka s obzirom na to da demokratija nije nikakav gotov model koji se može jednostavno i odjedanput primijeniti.“ (Mijatović *et al*, 2008:40).

² U modele tranzicije zasnovane na sporazumima postignutim na temelju dogovora između različitih aktera datog režima ubrajamo: model transakcije, pregovarački model (model izvlačenja) i kolaps nedemokratskog režima. Kada je riječ o modelima tranzicije u kojima rat/revolucije /nasilje imaju značajnu ulogu pravimo podjelu na: a) restauraciju demokratskog režima koju vrše unutrašnje političke snage, ali nakon spoljnog oslobođenja ili rjeđe osvajanja; b) restauraciju demokratskog režima koju vrše unutrašnje političke snage nakon oslobodilačkog ili građan-

Međutim, na uspjeh demokratske tranzicije, pored izabranog modela tranzicije, utićaće i brojni elementi kao što su: a) tip bivšeg režima; b) politička kultura i dominantna tradicija; c) izabrane demokratske institucije; d) problem državnog uređenja i način donošenja ustava; e) nacionalni ili multinacionalni karakter države; f) međunarodna uloga i politika međunarodne zajednice prema tranzicionom procesu u datoj državi; g) „*zeitgeist*“ u kome se vrši demokratizacija; h) ekonomski položaj tranzicijom obuhvaćene države i dr. (Darmanović, 2002: 20).

Uzimajući u obzir model tranzicije i druge, gore navedene elemente, koji mogu u manjem ili većem obimu uticati na uspješno okončanje tranzicionog procesa, za potrebe ovog rada, uzećemo da je demokratska tranzicija uspješno završena, tj. da je demokratija konsolidovana onda kada je: a) postignuta dovoljna saglasnost o političkim postupcima za dolaženje do jedne slobodno izabrane vlade; b) kada vlada dolazi na vlast neposredno, na osnovu slobodnih i sveopštih izbora; c) kada takva vlada ima faktičku vlast da stvara novu politiku; d) kada izvršna, zakonodavna i sudska vlast koju je stvorila nova demokratija ne mora *de jure* da dijeli vlast sa drugim organima i **e) kada nije-dna od tih grana vlasti ne uspijeva da ostvari dominaciju nad drugima i nad društvom izvan granica ustava i uobičajene prakse zasnovane na principu podjele vlasti**³.

Istovremeno, u skladu sa potrebama rada i postavljenom hipotezom da je Ustav u BiH bio osnov za uspostavljanje konsocijativne demokratije sa elementima etnokratskog sistema vlasti, ponudili smo i njihove radne definicije:

1. Konsocijativna (konsenzualna) demokratija priznaje grupama autonomiju, proporcionalnu insitucionalnu zastupljenost i jednak status, a država je etnički neutralna i teži postizanju konsenzusa na državnom nivou. Glavna obilježja su: priznavanje etničkih grupa od strane države koja obezbjeđuje opstanak njihove autonomije i idenititeta; obezbijedena proporcionalna zastupljenost etničkih grupa u državnim institucijama i kolektivna prava; pos-

skog rata, sa ili bez uloge spoljnog faktora; c) uspostavljanje demokratskog režima koji nakon pobjede u ratu vrši i(li) nadgleda spoljni faktor; d) uspostavljanje demokratskog režima putem organizovane nasilne pobune, ustanka ili revolucije koju predvode demokratske političke snage; e) promjena režima nakon revolucionarnog rata, koji predvode marksističke ili slične ljevičarske političke snage (Darmanović, 2002: 61).

³ Definicija uspješne demokratije je preuzeta od Linza i Stepana sa dodatkom u poslednjoj odrednici uspješno okončane tranzicije koji je ponudio autor u nastavku navedene knjige (Darmanović, 2002: 14).

tojanje koalicione vlade koja funkcioniše na principima pregovaranja, kompromisa i konsenzusa; pravo veta u slučaju ugrožavanja vitalnih grupnih interesa; federalna i decentralizovana država koja se ne identifikuje ni sa jednom konstitutivnom grupom i teži da pomiri razlike između njih; bikameralizam i ustavna rigidnost.

2. Etnokratija vid ne-demokratskog režima u kojem država nije etnički neutralna već je vođena i kontrolisana od strane jedne većinske etničke grupe, a manjine ne uživaju, kao u slučaju konsocijativne demokratije, autonomiju i nemaju proporcionalnu zastupljenost u državnim institucijama. Glavna obilježja su: osnovna prava i slobode se utvrđuju na temelju etnonacionalnog porijekla; izvor legitimnosti režima je dominantna etnička nacija, a ne narod; postoji tendencija ka teritorijalnoj ekspanziji; prisutno miješanje etničke dijaspore u unutrašnje poslove države; dominantna etnička grupa kontroliše državni aparat i primjenjuje diskriminatorne politike prema drugim grupama; segregacija je prisutna u svim oblastima života.

3. Aneks IV Dejtonskog sporazuma

Bosna i Hercegovina je započela tranziciju od socijalizma ka demokratiji 1990. godine, pri čemu je ovaj proces prekinut razornim ratom⁴ koji je okončan Dejtonskim sporazumom. Sam sporazum odigraće tri značajne uloge, naime, obezbijediće prekid neprijateljstava, ponuditi ustav novoj državi i označiti početak dva paralelna puta ratom prekinute tranzicije ka demokratskoj i stabilnoj državi.

Sa jedne strane, BiH će nastaviti sa tranzicijom od jednopartijskog sistema i centralne planske ekonomije ka višepartijskoj demokratiji i tržišnoj ekonomiji. Sa druge strane, država će ući u poslijeratnu rekonstrukciju koja će obuhvatati brojne političke, administrativne, ekonomske i socijalne aspekte.

Ambiciozan plan opsežne poslijeratne rekonstrukcije BiH oličen je u Opštem okvirnom sporazumu koji obuhvata 11 članova, 11 aneksa, veći broj deklaracija, dodataka i 102 mape. Pored precizno formulisanih i detaljnih vojnih odredbi, može se reći da je centralni element poslijeratne rekonstrukcije BiH upravo Aneks IV tj. Ustav BiH. Novi Ustav Bosne i Hercegovine je priznao Bošnjake, Hrvate i Srbe za konstitutivne narode i građane BiH (zajedno sa

⁴ Rat koji je trajao u BiH 1992-1995. godine, za jedne je bila agresija, za druge otadžbinski rat, a za međunarodnu zajednicu građanski rat sa elementima vjerskog i rata za teritoriju (Grupa autora, 2005:28).

ostalim etničkim grupama). Zajedničke institucije BiH dobile su ovlaštenja u oblasti spoljne politike, trgovine, carina, imigracije, azila i kontrole avio-saobraćaja. Ovlaštenja koja nisu dodijeljena institucijama na nivou države, pripala su entitetima. Oba entiteta (Republika Srpska i Federacija BiH) dobila su svog predsjednika, zakonodavstvo, sudstvo, izvršnu vlast, vojsku, naoružane policijske snage, energetske i telekomunikacioni sistem, sopstveni zdravstveni, obrazovni i penzioni sistem, kao i "pravo da uspostavlja specijalne paralelne odnose sa susjednim zemljama, u saglasnosti sa suverenitetom i teritorijalnim integritetom Bosne i Hercegovine"⁵. Na nivou cjelokupne BiH formirane su institucije vlasti na temeljima etničkih kvota i konsenzusa pri donošenju odluka sa pravom veta u slučaju ugrožavanja vitalnih nacionalnih interesa.

Iako je model konsocijativne demokratije kroz Ustav BiH uveden u politički sistem i uređenje BiH kao najbolja opcija za situaciju koja je postojala u zemlji, tokom vremena je došlo do izvjesnih odstupanja od ovog obrasca. Naime, iako je Ustav BiH priznao ravnopravnost tri etničke grupe na čitavoj teritoriji države, ustavi na entitetskom i kantonalnom nivou nisu bili usaglašeni sa tim odredbama sve do pravosnažne odluke Ustavnog suda BiH iz 2000. godine. Zatim, učešće u državnim, ali i institucijama na ostalim nivoima vlasti, određivano je na temelju etničkih kvota, ali je to na duže staze otkrilo nesavršenosti primjene takvog principa u BiH. Sistem etničkih kvota jeste sa jedne strane omogućio ravnopravnost tri konstitutivna naroda, i omogućio ostvarivanje kolektivnih prava, ali je stavio u podređeni položaj ono stanovništvo koje nije pripadalo ni jednoj od tri etničke grupe.

Zarad priznavanja realnog stanja koje je postojalo u BiH pred završetak rata, išlo se na uštrb individualnih prava građana i stanovnika koji su u Ustavu definisani odrednicom „ostali“. Postoji multipartizam i redovni izbori, ali političke partije su uglavnom nacionalistički orijentisane i djeluju na bazi etnonacionalizma, predstavljajući prvenstveno određenu etničku grupu – Bošnjake, Srbe ili Hrvate – umjesto građane BiH, te time dodatno apostrofiraju postojeće podjele i dovode do homogenizacije birača na etničkoj osnovi. Osim toga, obezbjeđivanje kolektivnih prava stavilo je u drugi plan, pa često i u podređeni položaj, individualna prava građana, a pravo veta u slučaju ugrožavanja vitalnih nacionalnih interesa umjesto sredstva zaštite, postalo je način zloupotrebe i otežavanja procesa donošenja odluka na bazi konsenzusa i

⁵ General Framework Agreement, Annex 4, Constitution of Bosnia and Herzegovina, article III, 2. Unos na: OHR, URL: http://www.ohr.int/dpa/default.asp?content_id=372

kompromisa, što za posledicu ima neefikasnu državnu strukturu i nefunkcionalne institucije.

Stoga, iako je model konsocijativne demokratije izabran za područje BiH, imajući u vidu kompleksnu situaciju koja je postojala i postoji na ovoj teritoriji, prilikom implementacije i procesa demokratske tranzicije i konsolidacije, naišlo se na prepreke u vidu nespremnosti na saradnju konstitutivnih elemenata ove zemlje.

Prihvatanje multietničnosti i multikulturalizma u BiH, kroz priznavanje autonomije i formiranje entiteta u cilju okončanja rata, bilo je jedino rješenje koje se u datom momentu moglo postići koristeći miroljubiva sredstva. Posledice takvih rješenja su glavni tranzicioni problemi sa kojima se BiH danas suočava. Iako je ispunjen proceduralni minimum demokratije (slobodni i redovni izbori, multipartizam, podjela vlasti i dr), suviše velika administracija i birokratija, previše nivoa vlasti, preklapanja nadležnosti, neusaglašenost političkih sistema u entitetima, nedostatak mehanizama autoriteta i moći državnih institucija, kao i pristup rješavanju unutrašnjih i spoljno-političkih ciljeva kroz prizmu etničkih interesa i etnopolitike onemogućava uspješan završetak tranzicije i konsolidaciju demokratije u Bosni i Hercegovini. Stoga je BiH Dejtonskim sporazumom, tj. kroz odredbe Annexa IV, određena kao konsocijativna demokratija, ali na nju se može gledati kao na primjer zemlje u kojoj je došlo do sažimanja karakteristika i elemenata različitih vrsta (ne)demokratskih režima što je čini taocem „(---) neuspješnog političkog pluralizma zasnovanog na etnodemokratiji“ (Pejanović, 2005: 63).

Samim tim nameće se zaključak da se bosansko-hercegovačka država i njena tranzicija danas nalaze u pat poziciji. Čini se da međunarodna zajednica više ne može da pronađe poželjan model rješenja budućeg uređenja BiH oko kojeg bi se postigao kompromis u situaciji kada većina lidera i partija smatraju da su se u prethodnim godinama zarad tranzicije, rekonstrukcije i implementacije sporazuma već odrekli mnogih aspekata prvobitno ostvarene autonomije i ovlašćenja.

4. Perspektive Bosne i Hercegovine

Realnost BiH jeste da se našla u pat-poziciji koja označava stanje stagnacije i nemogućnosti kretanja naprijed. Prva od stvari koja se mora omogućiti jeste suočavanje sa istinom o Ustavu BiH. Uzimajući u obzir činjenicu da su Dejtonskim sporazumom okončani ratni sukobi i postavljeni temelji za početak tranzicije, iz ove perspektive mora se i konstatovati da je njegov An-

nex IV, tj. Ustav BiH kroz svoje odredbe doveo do uspostavljanja etnokratskog sistema vlasti koji je zatim svojom nefunkcionalnošću postao kočnica željenog progressa.

Konsocijativna demokratija sa elementima etnokratskog sistema vlasti, viđena kao jedino rješenje za situaciju koja je nastala tokom rata početkom 90-tih, u duboko podjeljenom društvu samo je dodatno istakao razlike želeći da obezbjedi ravnopravnost. Isti taj sistem, kroz odredbe Ustava BiH, poštujući grupna prava, zanemario je i omogućio diskriminaciju individualnih prava. Izgleda da biti građanin u BiH i okarakterisan terminom "ostali" znači biti stanovnik drugog reda budući da ne postoji mogućnost pristupa državnim institucijama i strukturama moći.

Ističemo očiglednu asimetričnost državne organizacije, nepostojanje jedinstvenog političkog i ekonomskog sistema, postojanje 13 ustava, oko 14 vlada, preko 100 ministarstava, nefunkcionalnost državne administracije, visok stepen nezaposlenosti, deficitarni budžet, izostanak direktnih stranih investicija, preklapanje nadležnosti institucija na svim nivoima vlasti, kao i nedostatak u određivanju karaktera BiH (da li je konfederacija, federacija, država, protektorat). Ovakav politički sistem, ovakva etnokratska struktura vlasti je neodrživa i ne odgovara potrebama stanovništva BiH.

Stoga, neophodno je državu racionalizovati, u smislu da je postojećih pet nivoa vlasti potrebno smanjiti na tri nivoa. Prvi nivo bi bila država, drugi nivo (oko kojeg ne postoji saglasnost) bi mogli da predstavljaju kantoni (Hrvati), regije (Bošnjaci) ili republike (Srbi, uz mogućnost da se sa ovom opcijom slože i Hrvati), a treći nivo opštine, pri čemu bi BiH mogla biti određena kao konfederacija ili federacija. Time bi se administracija značajno rasteretila, a sredstva iz državnog budžeta koja su inače ulagana u funkcionisanje suviše velikog broja institucija, mogla bi nakon izvršene racionalizacije da budu usmjerena u sprovođenje socio-ekonomskih reformi. Tako bi se otišlo korak dalje i obezbijedilo stvaranje, pored usaglašenog političkog sistema, i jedinstvenog ekonomskog prostora, izjednačavanje pravnog, obrazovnog, zdravstvenog i drugih sistema, kako bi se stvorile predispozicije za jačanje države, a kroz to i širenje njenih nadležnosti.

Stoga, perspektive Bosne i Hercegovine možemo izložiti na sledeći način:

1. Očuvanje *statusa quo* koji je neodrživ zbog činjenice da postoji elementarni sukob između nacionalnih politika tri naroda BiH, da budućnost evroatlantskih integracija zavisi od sprovođenja određenih reformi koje opet ne

moгу biti realizovane bez izmjena Ustava koji bi prihvatio realnost dešavanja na političkoj i ekonomskoj sceni Bosne i Hercegovine;

2. Podjela države po etničkoj osnovi i kriterijumu koji bi mogao da vodi i pozivanju na pravo na samoopredjeljenje naroda, ukoliko bi bilo jednostrano, a to je jedina mogućnost budući da se konsenzus po ovom pitanju ne može postići, ne bi naišlo na odobravanje međunarodne zajednice i imalo bi negativne posledice po budućnost BiH i ostvarivanje njenih postavljenih ciljeva i

3. Prihvatanje ustavnih reformi, ali onih koje bi značile adaptaciju Ustava u izmijenjenim uslovima djelovanja institucija i sistema u cjelini, kako bi se omogućio opstanak BiH, njena racionalizacija, kao i sprovođenje ciljeva i uslova postavljenih od strane međunarodnih aktera a sve zarad priključenja Bosne i Hercegovine EU i NATO-u.

5. Umjesto zaključka: Šta je BiH sada?

Postdejtonska BiH je u mnogo čemu specifičan slučaj u međunarodnoj praksi sa aspekta multinacionalne strukture, unutrašnjeg sistema vlasti, spoljne intervencije i ustavnih odredbi.

Mišljenje brojnih stručnjaka, teoretičara i analitičara⁶ o uređenju postdejtonske BiH se poklapa u jednom zajedničkom stavu: Bosna i Hercegovina je zemlja paradoksa, ona je jedinstvena u svijetu po svojoj kompleksnosti, nedostacima i nefunkcionalnosti. Tako će Thomas Friedman istaći da je BiH neophodno etnički podijeliti budući da se zajedništvo održava jedino kroz prisustvo međunarodne zajednice. Henry Kissinger će otići korak dalje, te 1998. godine navesti da će se pokušaji stvaranja unitarne i multinacionalne države, tj. "mini Jugoslavije", završiti neuspjehom (Zgodić, 2005: 27).

Nakon okončanja sukoba i stupanja na snagu Dejtonskog sporazuma, postalo je evidentno da je zemlja i dalje ostala geopolitički, strateški, ekonomski, društveno i vjerski podijeljena. Kriza identiteta i nemogućnost izgradnje zajedničkih temeljnih vrijednosti ostaju glavni problem sa kojima je suočena "nova" država (Grupa autora, 2005, 28).

Iako je Ustav BiH zemlju definisao kao demokratiju, postoje kritičari i teoretičari koji dovode u pitanje postojanje demokratije u BiH s obzirom na

⁶ Esada Zgodića, Boža Žepića, članova ekspertske grupe u okviru Evropske Komisije, OEBS-a, UN-a idr.

postojanje etnonacionalizma, multikulturalizma⁷, propagande, nacionalističkih političkih partija i činjenice da je zemlja i dalje neka vrsta semi-protektorata međunarodne zajednice. U BiH postoje slobodni izbori, ali birači ne glasaju na temelju pravljenja izbora između različitih opcija, već imamo pojavu etničkog i entitetskog glasanja. Postoji višepartijski sistem, ali većina partija vodi i propagira nacionalističku retoriku koja vodi produbljivanju podjela. Postoji podjela vlasti, ali je ona izvršena na principu etničkih kvota, a sistem je opterećen korupcijom i suviše velikom birokratskom strukturom koja nije efikasna. Postoje Ustavom zagarantovana osnovna prava i slobode, ali ne postoji uspostavljena ravnoteža između individualnih i kolektivnih-grupnih prava. Stoga, iako BiH zadovoljava onaj proceduralni minimum demokratije, sve gore navedeno onemogućava iznošenje zaključka da je BiH (konsolidovana) demokratija u pravom smislu te riječi.

Stoga pitanje koje se često postavlja u vezi sa realnim stanjem u BiH nakon postignutog mirovnog sporazuma tiče se njenog samog uređenja. Naime, šta je BiH sada? Neki od mogućih odgovora domaćih i međunarodnih eksperata su: a) državna zajednica; b) federacija; c) asimetrična konfederacija ili d) država-protektorat. Međutim, ni ovdje ne postoji saglasnost. Moglo bi se reći da je u BiH došlo da sažimanja svih navedenih odgovora, te da sada imamo neku vrstu nefunkcionalnog kvazi-zajedništva na neodređeno.

Literatura

Ančić, Mladen (2007) *Kakvu BiH (ne)želimo?*, unos na: *STATUS Magazine for political culture and society issues*, URL: http://lgi.osi.hu/publications/2005/277/ECMI_IIIIXOXOX1.pdf

Darmanović, Srđan (2002), *Demokratske tranzicije u Južnoj i Istočnoj Evropi*, Podgorica.

Grupa autora (2005), *Medijska spoticanja u vremenu tranzicije (Albanija, BiH, Hrvatska, Makedonija, Srbija i Crna Gora)*, Media plan institut, Sarajevo.

⁷ Multikulturalizam možemo definisati kao „pristup javnim politikama koji teži da naglasi potrebu uzajamnog poštovanja među različitim kulturnim grupama u nekom multikulturnom ili multietničkom društvu. (...) Multikulturalizam je „etnička politika“ koja favorizuje etničku pripadnost i time kao i nacionalizam, apsolutizuje princip nacionalnosti ili grupnog etničkog identiteta podižući ga na nivo osnovnog operativnog principa. Time se etničkom principu daje dominacija u političkom polju.“ (Mijatović et al, 2008: 102).

http://www.hercegbosna.org/dokumenti_upload/20100320/herceg_bosna201003201646450.pdf

Lijphart, Arend (2003), *Modeli demokratije*, CID, Podgorica.

Markešić, Ivan (2004), *Kako smo sačuvali Bosnu i Hercegovinu*, Sarajevo-Zagreb.

Smootha S., Järve, P. eds. (2005), *The Fate of Ethnic Democracy in Post-Communist Europe*, ECMI

Vlajki, Emil (2009), Svaki konstitutivni narod mora da ima svoj entitet, Unos na: *Nova srpska politička misao*, Časopis za političku teroriju i društvena istraživanja, URL: <http://www.nspm.rs/sudbina-dejtonske-bih-i-republika-srpska/svaki-konstitutivni-narod-mora-da-ima-svoj-entitet.html?alphabet=l>

Žepić, Božo, (2004), "Nesuglasja o ustavnim promjenama i postdaytonskoj Bosni i Hercegovini" Unos na: *STATUS Magazine for political culture and society issues*, URL:<http://www.cceol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=923c744c-cecf-4b15-93f4-ee51f371b41b&articleId=778c42a4-1bb4-4452-81d7-19c5a0732e57>

Dokumenta

4th Report of the High Representative for Implementation of the Bosnian Peace Agreement to the Secretary-General of the United Nations, URL: http://www.ohr.int/other-doc/hr-reports/default.asp?content_id=3667

31st Report of the High Representative for Implementation of the Bosnian Peace Agreement to the Secretary-General of the United Nations, 16 May 2007, URL:

http://www.ohr.int/other-doc/hr-reports/default.asp?content_id=39813

General Framework Agreement for Peace in Bosnia and Herzegovina, 14 December 1995. URL: http://www.ohr.int/dpa/default.asp?content_id=379

International Crisis Group, "Is Dayton Failing? Bosnia Four Years after the Peace Agreement", URL: <http://www.crisisgroup.org/home/index.cfm?id=1524>

PIC Main Meeting, PIC Bonn Conclusions, Bonn, 10 December 1997. URL: http://www.ohr.int/pic/default.asp?content_id=5182

Ustav Federacije Bosne i Hercegovine, URL: http://www.parlamentfbih.gov.ba/hrv/parlament/o_parlamentu/ustavfbih.html

Ustav Republike Srpske, URL: <http://www.narodnaskupstinars.net/lat/pas/ustav.htm>

MEĐUNARODNOPRAVNI ASPEKTI OBNOVE
CRNOGORSKE DRŽAVNOSTI

INTERNATIONAL LEGAL ASPECTS OF RESTORATION
OF THE MONTENEGRIN STATEHOOD

NINA NOVALIĆ,
student Fakulteta za državne i evropske studije, Podgorica

Apstrakt: Jedno od najproblematičnijih pitanja savremenog međunarodnog prava jeste precizno definisanje elemenata potrebnih za sticanje državnosti i priznanje novih država. Cilj autora jeste da objasni na koji način je ovo pitanje riješeno u slučaju Crne Gore, kao i da ponudi naučnoj zajednici dokaz da su u ovom slučaju ispoštovani osnovni principi međunarodnog javnog prava. Šta je pravo naroda na samoopredjeljenje? Kada neki entitet postaje država i stiče međunarodnopravni subjektivitet? Koje pravne prepreke je Crna Gora morala proći na putu ka nezavisnosti? Ovo su samo neka od pitanja čije se istraživanje predstavlja u ovom radu, a za koja autor procjenjuje da mogu poslužiti kao model za rasvjetljavanje ostalih spornih slučajeva u vezi sa priznanjem novih država u savremenom međunarodnom pravu.

Ključne riječi: Crna Gora, nezavisnost, priznanje država, državni suverenitet, pravo naroda na samoopredjeljenje

Abstract: One of the most problematic issues of contemporary international law, is a precise defining the necessary statehood elements, as well as the condition for recognition of the new states. The author's aim is to explain the way in which this issue have been solved in Montenegrin case, as well as to offer to the scientific community a proof that in this case, all the basic principles of the international public law have been met. What is the right of people to self-determination? When does an entity become a state and gain inter-

national legal subjectivity? Which legal obstacles has Montenegro had to cross on its way to independence? These are only several issues whose research is being represented in this paper, and that the author considers as valuable as a model for clarification of other doubtful cases related to recognition of new states in contemporary legal law.

Key words: Montenegro, Independence, Recognition of States, State Sovereignty, Right of People to Self-Determination

1. Uvod

U ovom radu proučava se međunarodnopravni status Crne Gore kao doskorašnjeg konstituenta Državne Zajednice Srbije i Crne Gore, a od 2006. godine države sa punim međunarodnopravnim subjektivitetom. Crna Gora se kao subjekat međunarodnih odnosa, dakle kao entitet koji ima kapacitet da stupa u međunarodne odnose, pojavljuje još u 17. vijeku, o čemu svjedoče prve posjete crnogorskih vladara Rusiji i evropskim metropolama, kao i inostrani izvještaji o stanovništvu i političkim okolnostima u Crnoj Gori. Međutim, budući da status subjekta međunarodnih odnosa ne znači ujedno i subjektivitet u međunarodnom pravu, važni događaji u istoriji Crne Gore u kontekstu našeg proučavanja jesu Sanstefanski mirovni ugovor, potpisan 3. marta 1878. godine, odnosno Berlinski kongres (13. jul 1878. godine), kada je Crna Gora i formalno postala subjekat međunarodnog prava, odnosno prihvaćena kao država u smislu međunarodnog prava sa tačno određenim granicama i kapacitetom da stupa u diplomatske odnose i potpisuje međunarodne ugovore. Međutim, 1918. godine dolazi do prisajedinjavanja Kraljevini Srba, Hrvata i Slovenaca i tada Crne Gora gubi svoju državnost, koju je povratila tek 2006. godine.

Cilj autora jeste da predstavi pravni osnov za polaganje prava na suverenitet i suverenu jednakost Crne Gore sa ostalim državama međunarodne zajednice, način na koji je Crna Gora ostvarila međunarodnopravni subjektivitet, ukratko opiše mogućnosti koje je Crna Gora dobila prijemom u međunarodnu zajednicu u svojstvu punopravne članice, kao i da pokaže da u slučaju Crne Gore u ovom kontekstu nije postojala kolizija osnovnih principa međunarodnog prava. Osnovna motivacija za bavljenje ovim pitanjem jeste činjenica da se većina savremenih međunarodnih sporova odnosi upravo na neriješena pitanja prava naroda na samoopredjeljenje, državnog suvereniteta i teritorijalnog integriteta. Stoga bi se primjer Crne Gore mogao posmatrati kao

studija slučaja koji pokazuje da, uprkos postojanju praznina u savremenom međunarodnom pravu po pitanju sukobljenosti njegovih osnovnih postulata, entitet može, onda kada su za to ispunjeni svi opšteprihvaćeni pravni uslovi, bez eskalacije konflikata postati punopravni subjekt međunarodnog prava, kojeg kao takvog percipira većina država članica Ujedinjenih nacija. U tom kontekstu, cijenimo važnim da naučnoj zajednici ponudimo tumačenje obnove crnogorske državnosti, uzimajući političke okolnosti ovog pitanja kao osnov ali ne i kao smjernice u izvođenju zaključaka, uz čvrsto uvjerenje da to moraju biti pravni principi i postulate. Na tom putu, neophodno je najprije definisati osnovne pojmove relevantne za naše proučavanje, osvrnuti se na način na koji je Crna Gora ponovo stekla međunarodnopravni subjektivitet kao i na priznanje od strane drugih država i Ujedinjenih Nacija i na razvoj diplomatskih odnosa sa drugim državama. Polaznu osnovu za istraživanje predstavljaje uporedna analiza stanovišta vodećih stručnjaka iz oblasti međunarodnog javnog prava o osnovnim elementima državnosti, priznanja država od strane drugih država, sticanju elemenata međunarodnog subjektiviteta. Imajući u vidu da se pitanja državnog suvereniteta i teritorijalnog integriteta uvijek u izvjesnoj mjeri dodiruju sa pitanjem prava naroda na samoopredjeljenje, značajan dio rada biće posvećen izučavanju ovog pitanja, kao i da li je, sa aspekta postulata međunarodnog prava, u slučaju Crne Gore došlo do sukoba pomenutih osnovnih principa Povelje Ujedinjenih nacija.

2. Konceptualno-teorijski okvir

Imajući u vidu da se sticanje međunarodnopravnog subjektiviteta identifikuje prvenstveno sa ispunjenjem unutrašnjih formalnopravnih uslova, koji se prije svega odnose na ispunjavanje elemenata državnosti u međunarodnom pravu, kao i međunarodnopravnih uslova među kojima je presudno da li ostale države priznaju da je nastao nov entitet ravnopravan sa njima po međunarodnopravnim sposobnostima, izučavanje primjera Crne Gore zahtijeva najprije teorijsko razmatranje pojmova priznanja država, državnosti, ali i prava naroda na samoopredjeljenje koje je u slučaju Crne Gore bilo osnov za pokretanje pitanja samostalnosti na međunarodnoj sceni.

Kako je pitanje koje razmatramo nesumnjivo zasnovano na vezi između međunarodnog prava i međunarodnih političkih odnosa koje ono reguliše i koji su pozadina njegove primjene, u radu se primjenjuje interdisciplinarni teorijski prisutop koji kombinuje četiri osnovne teorije međunarodnih odnosa (realizam, liberalizam, institucionalizam i konstruktivizam) kako bi se pojasni-

lo zašto je potrebno pravno regulisanje odnosa unutar i između država, kao i na koji način učiniti da pozitivno pravo, iako je nepobitno da mora ići makar korak za političkim dešavanjima, omogućilo da međunarodni odnosi budu uređeni na način da ne mogu dovesti do kršenja osnovnih postulata Povelje Ujedinjenih nacija i ostalih opšteprihvaćenih međunarodnih pravnih akata (Abbot, 1999: 361-378). Pritom, pažnju autora će, u djelu objašnjavanja koncepta prava naroda na samoopredjeljenje, naročito zaokupljati pristup teorije međunarodnopravnih procesa, koja se ne koncentriše toliko na implementaciju pravila i njihovih sadržaja već na način na koji međunarodnopravna pravila koriste politički subjekti. S druge strane, kada se govori o periodu političkog sazrijevanja Crne Gore za otvaranje pitanja nezavisnosti, put ka nezavisnosti izučavaće se sa aspekta međunarodnopravnog liberalizma, po kojem uspješna, dosljedna primjena međunarodnih pravnih pravila, zavisi od nivoa otvorenosti međunarodnog okruženja koje je u datom momentu prisutno (Bradford, 2004: 9).

2.1 Priznanje država i elementi državnosti u međunarodnom pravu

U međunarodnom pravu ne postoji jasna definicija države. Sa aspekta međunarodnog prava, da bi se jedan entitet mogao smatrati državom i time bio subjekat međunarodnog prava, potrebno je da ima svoje stalno stanovništvo, svoju teritoriju kao i da vrši suverenu vlast. Pritom, stalno stanovništvo svjedoči o tome da je država jedna organizovana zajednica, a kada se o ovom elementu govori sa međunarodnopravnog aspekta, svakako da brojnost stanovništva nije uopšte bitna za određenje izvjesnog entiteta kao države. U prilog tome govore države kao Island sa 143 hiljade stanovnika, zatim Luksemburg sa 297, a tu je danas i Crna Gora sa oko 300 hiljada stanovnika. Kao drugi element pojavljuje se teritorija jedne države koja je određena granicama, a vršenje suverene vlasti, i ujedno treći element, je upravo ono što državu razlikuje od ostalih entiteta, među njima i ostalih glavnih subjekata međunarodnog prava, međunarodnih organizacija. Sa aspekta unutrašnjeg prava država se posmatra u odnosu sa njenim stanovništvom, dok sa druge strane, sa međunarodnog aspekta, država se posmatra u odnosu sa drugim državama (Avramov, 2011: 178-180).

Osvrtom na način nastanka država kroz istoriju, uočljivo je da se do 20. vijeka međunarodno pravo bavilo pitanjima odnosa između civilizovanih država pri čemu je takvih država bilo veoma malo. Ono što treba istaći jeste da to što se radilo o entitetima koji ispunjavaju pomenute uslove državnosti, nije

bilo dovoljno da one budu kao takve prisutne u svim odnosima u međunarodnoj zajednici, već je bilo neophodno da nova država u međunarodnim odnosima bude priznata od strane tzv. civilizovanih država. Takođe, stvaranje država je u mnogim slučajevima bilo zasnovano i na političkim događajima. Međutim, u skorije vrijeme nastanak novih država se ipak donekle stavlja pod svjetsku kontrolu najprije preko Društva naroda, a zatim preko Ujedinjenih nacija (Avramov, 2011: 184-185).

Kada se uzme u obzir činjenica da svi odnosi na međunarodnoj zajednici počivaju na saglasnosti država, čini se prihvatljivom teorija o originernom subjektivitetu država, po kojoj najvažniji subjekti međunarodnog prava jesu države (pored njih, kao derivativni subjekti postoje još i međunarodne organizacije i sve češće se pojavljuju pojedinci i čovječanstvo). (Avramov i Kreća, 2006: 13) To ujedno ukazuje koliko je bitno da se pojam države preciznije definiše u međunarodnom pravu kako bi se izbjegli brojni problemi, a u krajnjem i sukobi između država. Osim pomenutih elemenata, veoma bitna pretpostavka za sticanje međunarodnopravnog subjektiviteta entiteta sa pretenzijama da postane država, jeste priznanje od strane drugih država, što otvara mogućnost novonastaloj državi da stupa u diplomatske odnose sa drugim subjektima međunarodnog prava. Takođe, kao takva, država dobija pravo da potpisuje međunarodne ugovore, bude članica najznačajnijih međunarodnih organizacija kakve su, na prvom mjestu Ujedinjene nacije, i mnoge druge. Upravo ovaj teorijski aspekt nastajanja nove države, njeno priznanje od strane drugih država, kao i dobijanje punog međunarodnog subjektiviteta, primjenice se na konkretan slučaj Crne Gore, pri čemu će pažnja biti usmjerena isključivo ka prelaznom periodu od Državne Zajednice ka Crnoj Gori kao međunarodnopravnom subjektu.

2.2 Pravo naroda na samoopredjeljenje

U Povelji Ujedinjenih Nacija, pravo naroda na samoopredjeljenje spomenuto je u članu 2 u okviru prava na suverenu jednakost država. Detaljnije je razrađeno u Paktu o građanskim i političkim pravima, gdje se u članu 1 definiše kao pravo naroda da slobodno određuju svoj politički status i slobodno obezbijedju svoj ekonomski, socijalni i kulturni razvitak. Ovo pravo podrazumijeva da se nijedna država ili narod ne smije miješati u pomenute aktivnosti druge države. Deklaracijom UN o načelima međunarodnog prava o prijateljskim odnosima i saradnji između država iz 1970 god. (UN R2625, XXV) precizitano je da se ništa u vezi sa definicijom prava naroda na samo-

opredjeljenje ne može tumačiti kao odobravanje ili podsticanje bilo kakve akcije koja bi imala za cilj da razori ili ugrozi, potpuno ili djelimično, teritorijalnu cjelovitost ili političku nezavisnost bilo koje suverene ili nezavisne države, koja se ponaša u skladu sa načelom ravnopravnosti i samoopredjeljenja naroda, i kojom otuda upravlja vlada koja predstavlja cjelokupan narod koji pripada njenoj teritoriji, bez razlikovanja u pogledu rase, vjere ili boje.

Takođe, važno je objasniti unutrašnje i spoljne aspekte prava naroda na samoopredjeljenje (Franck, 1992: 67-70). Spoljni aspekt prvenstveno se odnosi na to da pravo na samoopredjeljenje omogućava narodu da sami odrede svoju međunarodnu politiku. Takođe, to podrazumijeva da uživaju punu političku nezavisnost tako da ovdje uočavamo da Crna Gora nije mogla da razvija svoju međunarodnu politiku samostalno i da se pojavljuje kao subjekt na međunarodnoj sceni. Drugim riječima ovaj princip državama omogućava da budu nezavisne. Kada govorimo o unutrašnjim (internim) aspektima, prvi unutrašnji aspekt prvenstveno se odnosi na to da države mogu biti u teorijskom smislu nezavisne i samostalne, međutim u suštini to ne mora biti tako, (Idowu, 2008: 43), dok drugi interni aspekt uključuje pravo naroda da slobodno biraju svoje političke institucije, da biraju svoje predstavnike, da učestvuju u vladavini. Sa ovog aspekta Prazetanic (1991: 63) ovo pravo određuje kao pravo naroda da odrede sami, slobodno, bez ikakvog spoljnog pritiska, svoj politički status kao odvojeni odnosno nezavisni entitet, da formiraju sopstvenu Vladu shodno sopstvenim ekonomskim, socijalnim i kulturnim sistemom.

Dosljedna implementacija prava naroda na samoopredjeljenje, u uslovima kada nije bila u sukobu sa drugim međunarodnopravnim principima, predstavljala je pravni osnov za kreiranje velikog broja država. Naime, kada su uspostavljene, Ujedinjene Nacije brojale su tek oko 50-ak zemalja članica zato što je mali broj entiteta imao status samostalnih država, a preko 150 država koje danas postoje tada su bile kolonije većih država. Međutim, sa razvitkom i implementacijom ovog prava dolazi do odvajanja i stvaranja nezavisnih država, što dovoljno govori o potrebi unaprijeđenja mehanizama za poštovanje ovog prava i njegovu promociju od strane svih država, kako kroz zajedničke tako i kroz samostalne, unutrašnjepravne aktivnosti.

3. Crna Gora od konstituenta državne zajednice Srbija i Crna Gora ka nezavisnoj međunarodno priznatoj državi

Crna Gora je svoj ponovni put ka međunarodnoj sceni započela u okviru Državne Zajednice Srbije i Crne Gore. U okviru Državne Zajednice imala

je status članice zajednice i samim tim nije posjedovala međunarodnopravni subjektivitet, već je nad njom postojala vlast Državne Zajednice, odnosno sama Državna Zajednica imala je puni međunarodni subjektivitet. Kako bismo bolje razumjeli zašto je Državna Zajednica bila subjekt međunarodnog prava, napravićemo razliku između federacija i državnih unija. Kada govorimo o federacijama, države u okviru njih su nezavisne i same se mogu pojavljivati kao subjekt međunarodnog prava, dok sa druge strane postoje državne unije čije se članice ne mogu pojavljivati kao subjekti međunarodnog prava već puni međunarodni subjektivitet ima sama unija (Vuković, 2010:138).

3.1 Međunarodnopravni status Crne Gore u okviru državne zajednice Srbije i Crna Gore

Kako bi se na ispravan način objasnio status Crne Gore u okviru Državne Zajednice, neophodno je uporediti Ustavni Povelju Državne Zajednice Srbije i Crne Gore i Ustav Savezne Republike Jugoslavije u dijelu koji se odnosi na državni status članica zajednice. Član 2 Ustavne povelje glasi: "Srbija i Crna Gora zasnovana je na ravnopravnosti dve države članice, države Srbije i države Crne Gore". Sa druge strane, u Ustavu Savezne Republike Jugoslavije u članu 2 definisan je državni status zemalja članica na sljedeći način: "Saveznu Republiku Jugoslaviju sačinjavaju Republika Srbija i Republika Crna Gora, kao republike članice". Ovdje uviđamo da u Saveznoj Republici Jugoslaviji Srbija i Crna Gora nijesu imale status države već je jasno rečeno da su to dva konstituenta i da SRJ ima puni međunarodni subjektivitet, dok u Ustavnoj Povelji međunarodnopravni subjektivitet na prvi pogled imaju države kao sastavne članice. Međutim, postavlja se pitanje, da li je dovoljno da se u Ustavnoj Povelji Crna Gora nazove državom da bi imala taj status u međunarodnom pravu odnosno da li ima puni međunarodni subjektivitet koji podrazumijeva da Crna Gora potpisuje međunarodne ugovore, stupa u bilateralne odnose sa drugim državama i tako dalje. Odgovor je negativan, budući da, iako se na prvi pogled čini da su osnovni elementi državnosti dovoljni da se jedan entitet smatra subjektom međunarodnog prava, država koja ne može da potpisuje međunarodne ugovore, stupa u bilateralne odnose, koja nema samostalnu vanjsku i odbrambenu politiku, koja ne može biti priznata u međunarodnom pravu, nikako ne može biti smatrana i subjektom međunarodnog prava. Dakle, jedan entitet može na papiru imati tri ranije pomenuta najvažnija obilježja, ali ukoliko nije kao država percipiran u međunarodnoj zajed-

nici, ne možemo govoriti o državi u smislu međunarodnog prava, već samo o subjektu međunarodnih odnosa koji ima izvjesne elemente državnosti.

Sa ciljem da se detaljnije obrazloži razlog zbog kojeg Crna Gora nije bila subjekt međunarodnog prava, potrebno je osvrnuti se na definiciju subjekta međunarodnog prava, koja kaže da se pod subjektom međunarodnog prava podrazumijevaju zajednice koje imaju sposobnost da učestvuju u međunarodnim odnosima i da ispunjavaju prava i obaveze koje proizilaze iz tog odnosa. (Turčinović, 2009: 53) Kao što je ranije kazano, to znači da su najvažniji subjekti međunarodnog prava države (pored njih tu su još međunarodne organizacije, pojedinci i sve više čovječanstvo), i samim tim Crna Gora nije imala obilježja države tj. nije bila priznata kao država već je bila članica Državne Zajednice i nije mogla biti subjekt međunarodnog prava.

Ako se obrati pažnja i na političke prilike u Saveznoj Republici Jugoslaviji devedesetih godina XX vijeka, primjer Crne Gore između ostalog pokazuje da se međunarodno javno pravo (u ovom slučaju u domenu priznanja međunarodnog subjektiviteta) umnogome oslanja na političke preduslove za preduzimanje pravno validnih i legitimnih koraka. Naime, dešavanja devedesetih učinila su da zajednička država izgubi kredibilitet u međunarodnoj zajednici, što je, s jedne strane nametalo potrebu za otklonom od međunarodnopravno nedozvoljene politike kao i potrebu za ulaganjem dodatnih npora kako bi se pokazala želja djelovanja u skladu sa pravilima međunarodnog prava, a s druge strane smanjilo interesovanje Crne Gore za dalje djelovanje u okviru Državne zajednice i dovelo do ponovnog buđenja nacionalne svijesti i naglašene želje građana za implementaciju prava naroda na samopredjeljenje.

I kada je postojala Državna zajednice Srbija i Crna Gora, politike obje države bile su usmjerene ka usklađivanju domaćih propisa sa međunarodnim, te su obje države konstituenti mogle ostvariti nesmetan prelaz na novo pravno stanje. U tadašnjem Ustavu Državne zajednice Srbije i Crne Gore, u članu 16 bilo je propisano da "ratifikovani međunarodni ugovori i opšteprihvaćena pravila međunarodnog prava imaju primat nad pravom Srbije i Crne Gore i pravom država članica." Ovo pravilo zadržano je u Crnoj Gori i nakon obnove njene nezavisnosti, čime se, osim što je prihvaćena teorija o potrebi inkorporiranja međunarodnopravnih akata u domaće zakonodavstvo kako bi imali pravno dejstvo, potvrđuje njena spremnost da djeluje u skladu sa pravilima koja su propisana međunarodnim pravom. Svakako, po mišljenju autora, i u tom dijelu treba pažljivo preduzimati korake zato što treba prilagoditi među-

nardna pravila sa crnogorskim mentalitetom, kako bi te norme i ta pravila uopšte imale efekta.

3.2 Put ka nezavisnosti

Kao što je pokazano, iako je u Ustavnoj povelji Državne zajednice naglašeno da su Srbija i Crna Gora države, one to nijesu bile u pravom smislu te riječi. Zato građani Crne Gore nijesu mogli da slobodno odrede svoj ekonomski i socijalni razvoj, da biraju sopstvene institucije u skladu sa odrednicama prava naroda na samoopredjeljenje. Crna Gora je u periodu od devedesetih godina do, konačno, 2006. godine, prepoznala potrebu da njen narod samostalno samostalno raspoređuje i koristi svoje prirodne resurse i usmjerava svoj razvoj. Upravo na osnovu ovog prava, raspisan je referendum na kojem su njeni građani odlučili da postane nezavisna država.

Međutim, od izuzetnog značaja je naglasiti i to da je ovo pravo veoma često u sukobu sa teritorijalnim integritetom država, te u tom smislu može biti osporavano. U konkretnom slučaju, nije došlo do spora, za šta postoji više razloga. Prvenstveno, Ustavna Povelja Državne Zajdnice Srbije i Crne Gore u članu 60. predviđjela je mogućnost istupanja iz državne zajednice nakon tri godine. To je podrazumijevalo pokretanje postupka za promjenu državnog statusa. Takođe, još jedan indikator koji ukazuje na to da u ovom slučaju nije došlo do spora, jeste i činjenica da Srbija i Crna Gora nije bila unitarna država već državna zajednica i samim tim teritorijalni integritet nije mogao biti povrijeđen. To potvrđuje i priznanje Crne Gore kao države od strane Srbije odmah po održanom referendumu. Treće, Crna Gora je imala istorijsku pozadinu koja je obezbjeđivala sigurnost da se njeno stanovništvo može pozvati na ovo pravo i ponovo oformiti nezavisnu državu kakva je bila još 1878. godine kada joj je na Berlinskom kongresu priznata nezavisnost.

Dakle, Crna Gora je 2006. godine dobila puni međunarodnopravni subjektivitet, najprije jer su istorijske činjenice bile na njenoj strani, zatim jer je djelovala u skladu sa međunarodnim pravilima u postupku obnavljanja nezavisnosti, i konačno, jer je za tu političku odluku dobila legitimitet na održanom referendumu. Osim toga, u Povelji zajedničke države postojala je odredba koja je omogućavala jednoj od članica da nakon tri godine istupi iz Državne Zajednice, a i odmah nakon referenduma priznata je kao država od strane Srbije. Polazeći od definicije subjekta međunarodnog prava, da se radi o entitetu koji je u mogućnosti da ispunjava prava i obaveze koje proizilaze iz međunarodnih odnosa, zaključujemo da Crna Gora jeste postala takav entitet,

jer je pored osnovnih elemenata državnosti dobila priznanje od drugih država, time i mogućnost da razvija diplomatske odnose. To nam, bez ikakve sumnje, govori da je ovaj entitet, država, ispunila sve elemente da postane subjekt međunarodnog prava.

4. Crna Gora nakon referendum

Nakon referendum, Crna Gora dobija osnovne elemente državnosti: teritoriju, vlast i stanovništvo. U formalnom smislu, ona postaje subjekt međunarodnog prava. No, da bi to postala i u međunarodnoj političkoj realnosti, Crna Gora je morala preći dug put kako bi svojim djelovanjem stekla povjerenje ostalih članica međunarodne zajednice. U tom smislu, da bi postala punopravni član međunarodne zajednice, morala je biti priznata od strane drugih država, što joj je dalje omogućilo da uspostavlja diplomatske odnose sa drugim državama i na taj način predstavlja politiku koju vodi i postaje prepoznatljiva kao uređena država na međunarodnoj sceni.

Imajući to na umu, prirodno se nameće pitanje kako je Crna Gora nastavila svoj put nakon odvajanja od Srbije. Naime, Crna Gora je sukcesijom ugovornog prava preuzela sve ugovore koji se na nju odnose, a potpisani su za vrijeme postojanja zajedničke države (Odluka o nezavisnosti Crne Gore, tačka 3). Sukcesija ugovora je zapravo institut međunarodnog prava ustanovljen kako bi novonastalim državama bilo omogućeno lakše preuzimanje međunarodnih ugovora čije su potpisnice bile ranije zajedničke države. Pod sukcesijom se podrazumijeva "zamjena jedne države drugom u pogledu odgovornosti za međunarodne odnose jedne teritorije" (Zakon o ratifikaciji Bečke konvencije o sukcesiji država u odnosu na ugovore, član 2). Vrlo je bitno istaći i to da je osnov za sukcesiju zapravo zakonitost teritorijalnih promjena, odnosno, u članu 6 Bečke konvencije o sukcesiji država u odnosu na ugovore iz 1978. godine jasno je definisano da će se sukcesija primijeniti samo na onu koja je ostvarena u skladu sa pravilima međunarodnog prava (Avramov, 2011: 228). Kada je postala nezavisna, Crna Gora je shodno Bečkoj konvenciji o sukcesiji država u odnosu na ugovore, uputila notifikaciju o sukcesiji i preuzela ugovore koji su na dan sukcesije bili na snazi na teritoriji na koju se odnosi sukcesija država. To znači da je Crna Gora naslijedila prava i obaveze koji su postojali u prethodnoj državi.

U Deklaraciji o nezavisnosti Crne Gore jasno je navedeno da će se ova država pridržavati pravila međunarodnog prava i da će u skladu sa njima djelovati, kako u okviru svojih granica tako i u odnosima sa drugim država-

ma. S tim u vezi jeste i odlučnost Crne Gore da pristupi Ujedinjenim Nacijama (postala je članica 28. juna 2006. godine), zatim Savjetu Evrope (postala je članica 11. maja 2007 godine), Organizaciji za bezbjednost i saradnju (postala članica 22. juna 2006. godine), a takođe je potpisnica brojnih bilateralnih ugovora. Kao najvjerodostojniji dokaz da Crna Gora zaista posjeduje međunarodnopravni subjektivitet ističe se činjenica da je postala članica Ujedinjenih Nacija, kao svjetske organizacije. U Crnoj Gori međunarodni ugovori i međunarodna pravila predstavljaju sastavni dio unutrašnjeg pravnog poretka pri čemu međunarodno pravo ima primat nadunutrašnjim pravom naše države. To znači da, ukoliko neke odnose naše pravo suprotno od međunarodnog prava, primjenjivaće se norme međunarodnog prava kako bi se taj odnos regulisao.

4.1 Priznanje Crne Gore od strane drugih država

Budući da države ne postoje nezavisno od međunarodne zajednice, bitna pretpostavka za dobijanje punog međunarodnog subjektiviteta bila je da Crna Gora bude priznata od strane drugih država. Priznanje država je akt kojim se konstatuje činjenica postojanja nove države i da se ta država smatra članom međunarodne zajednice. To je "diskreciono pravo svake države da shodno svom nahođenju prizna ili ne prizna novu državu" (Turčinović, 2009: 56). "Država posjeduje kapacitet na međunarodnom planu od trenutka kada je faktički organizovana, i pravno nadležna da djeluje na unutrašnjem planu; odatle proizilazi njena mogućnost da djeluje i na međunarodnom planu, odnosno, da ulazi u međunarodnopravne poslove" (Avramov, 2001: 190). Bitno je istaći da konstitutivna teorija priznanja zapravo omogućava velikim silama da pod svoju kontrolu stave sve teritorijalne i političke promjene u svijetu i kao takva u suprotnosti je sa pravom na samoopredjeljenje, te je stoga deklarativna teorija prihvatljivija. (Avramov, 2001: 190). Priznanje se može dati individualno, na primjer putem diplomatske note, ili kolektivno. Crna Gora je dobila kolektivno priznanje da je nezavisna država još 1878. godine na Berlinskom kongresu, koje je ponovno potvrđeno prijemom u članstvo Ujedinjenih nacija 2006. godine, a otada ju je pojedinačno priznalo je 158 država. Mišljenja smo da je ovo izuzetan indikator koji ukazuje na to da je Crna Gora vodila postupak izdvajanja iz Državne Zajednice Srbije i Crne Gore u skladu sa međunarodnim pravilima, ali i da danas vodi pozitivnu spoljnu politiku. Vrlo je bitno naglasiti to da neki entitet može imati elemente državnosti, ali, ukoliko druge države odbijaju da prihvate njegovo postojanje, onda taj entitet

i ne postoji kao država u pravom smislu te riječi. U međunarodnom pravu, jedno od najdiskutabilnijih pitanja i jeste pitanje priznanja država i statusa države zato što međunarodno javno pravo dozvoljava da priznanje bude diskrecioni akt svake države, te se s razlogom postavlja pitanje na osnovu čega se sa sigurnošću može tvrditi da je neka država imala legalne i legitimne razloge da drugi entitet prizna kao državu. Iz tog razloga danas postoje sporni slučajevi Palestine, Tajvana, Sjevernog Kipra i tako dalje. Nasuprot tome, Crnu Goru je međunarodna zajednica prihvatila bez ikakvih problema kao državu. Osim toga, priznata je bilateralno od strane većine država te samim tim nema nikakvih nedoumica kada je njen međunarodnopravni subjektivitet u pitanju.

4.2 Diplomatski odnosi Crne Gore sa drugim državama

Diplomatija se definiše kao veoma stara nauka o zastupanjima interesa države u odnosima sa drugim subjektima međunarodnog prava. Međutim ovu nauku, ili bolje reći vještinu, ne treba shvatiti kao poslove čisto administrativne prirode, ona je mnogo više od toga. Putem diplomatskih odnosa prezentuje se politika jedne zemlje, utiče se na javno mnjenje, razvijaju odnosi između zemalja, te dolazi do razvoja u mnogim oblastima jedne države. Zato ona predstavlja važan segment u vođenju politike jedne zemlje i zato je veoma bitno da Crna Gora razvija diplomatske odnose sa drugim zemljama jer će joj to omogućiti bolji napredak na međunarodnoj sceni. Svakako, kada jednom stekne nepokolebljivi kredibilitet u odnosu sa ostalim članicama međunarodne zajednice, mnogo će se lakše snalaziti na međunarodnoj sceni, iako relativno nova država.

Kao što je već navedeno, nakon što je Crna Gora priznata od strane država članica međunarodne zajednice, omogućeno joj je da uspostavlja diplomatske odnose sa drugim državama. Kada se govori o diplomatiji u Crnoj Gori, treba naglasiti da u Bečkoj konvenciji o diplomatskim odnosima jasno stoji da se diplomatski odnosi uspostavljaju između država, te samim tim, iako je još 1878. godine počela otvarati prva diplomatska i konzularna predstavništva, od 1918. pa sve do 2006. godine Crna Gora nije mogla stupati u diplomatske odnose. Danas, Crna Gora kao mala država stupa u diplomatske odnose sa što više država kako bi sarađivale kako na bilateralnom tako i na multilateralnom nivou. U Ujedinjenim nacijama bez obzira na veličinu svaka država ima jednaku 'težinu' kada je u pitanju glasanje u Generalnoj skupštini. Tako, male države dobijaju na značaju i postaju veoma bitni igrači na među-

narodnoj sceni jer se sa njima pregovara kako bi se pokušala obezbijediti podrška za određeno pitanje u međunarodnim odnosima.

Takođe, Crna Gora ima kapacitet da otvara svoja diplomatska predstavništva u drugim državama i obratno, druge države mogu da otvaraju diplomatska predstavništva u Crnoj Gori. Ministarstvo Vanjskih poslova predstavlja Crnu Goru u odnosu sa drugim državama, međunarodnim organizacijama i njihovim predstavništvima u Crnoj Gori (Zakon o vanjskim poslovima Crne Gore, član 2). Međutim, Crna Gora, kao i sve druge male države, ne otvara veliki broj predstavništva u inostranstvu zato što se rukovodi principom da otvara predstavništva u velikim metropolama, najvažnijim državama u međunarodnoj zajednici sa kojima se razvija najintezivnija bilateralna saradnja. Sa drugim državama, diplomatski odnosi ostvaruju se preko ambasada i misija jer se, pored finansijskih, javlja i pitanje nedovoljne saradnje, te samim time nema motiva za otvaranje diplomatskih predstavništava. Poslovi koje obavlja diplomatsko predstavništvo, između ostalog su: da predstavlja i zastupa interese Crne Gore u državi ili međunarodnoj organizaciji u kojoj se predstavništvo nalazi, da štiti interese Crne Gore i njenih državljana i pravnih lica, da podstiče bilateralne odnose, zatim da podstiče ukupnu saradnju između Crne Gore i države u kojoj se nalazi (Zakon o vanjskim poslovima Crne Gore, član 17). Crnogorskim Zakonom o vanjskim poslovima, regulisano je i pitanje nadzora kada je u pitanju ova oblast. Glavni diplomatski inspektor je zadužen za kontrolu rada u diplomatskim predstavništvima. Tu su posebno bitna pitanja nadzora u konzularnim oblastima, finansijama, bezbjednosti i tako dalje. Sva pravila o nadzoru kao i postavljanje glavnog diplomatskog inspektora uspostavlja i vrši Ministarstvo vanjskih poslova (Zakon o vanjskim poslovima Crne Gore, član 12). Dakle, u kratkom periodu od obnove nezavisnosti, Crna Gora je oformila solidan pravni instrumentarij za regulisanje vođenja vanjske politike i igranje aktivne uloge na međunarodnoj sceni.

5. Zaključak

Prikazano istraživanje nesumnjivo nameće zaključak da je kratak period crnogorske istorije prelaza iz statusa države konstituenta državne unije u statusa države sa punim subjektivitetom u skladu sa pravilima međunarodnog prava, obilovao nizom dešavanja za koje je ponuđeno objašnjenje sa aspekta principa međunarodnog prava. Potkrijepljena istorijskim činjenicama, odluka da se raspiše referendum u Crnoj Gori na kojem će građani odlučiti da li da Crna Gora nastavi svoj put kao samostalna država, danas se čini isprav-

nom. Ukoliko se osvrnemo na period dok je bila sastavni dio Državne Zajednice, vidjećemo da kao država konstituent nije mogla da iskoristi sve svoje kapacitete. Sa druge strane, od 2006. godine otpočinje period prosperiteta ove države. Prvenstveno, on se ogledao u činjenici da je postala dio velikih međunarodnih organizacija od kojih je svakako najvažnija Ujedinjene nacije, i upravo to članstvo jedan je od pokazatelja da je Crna Gora država sa punim međunarodnim subjektivitetom. Nakon priznanja od strane drugih država, intenzivno počinje da razvija odnose sa drugim državama, što itekakako doprinosi stvaranju jačeg kredibiliteta kao države i samim tim prepoznatljivijeg igrača na međunarodnoj sceni. No, svakako se u daljem periodu očekuje se da nastavi sa progresom, a ako uzmemo u obzir da je 2012. godine postala članica Savjeta za ljudska prava u okviru Ujedinjenih nacija, evidentno je da za to postoji interesovanje, kako unutar Crne Gore tako i međunarodne zajednice.

Ovo istraživanje zahtijevalo je detaljno ispitivanje koncepata prava naroda na samoopredjeljenje, državnog integriteta, elemenata državnosti, priznanja država, prava na predstavljanje. Crna Gora predstavlja primjer puta koji jedna država treba da slijedi kako bi postala nezavisna ali pored toga, ona je primjer koliko su ovi koncepti osjetljivi u međunarodnom pravu iz razloga što su međunarodni odnosi uvijek korak ispred prava te stoga moraju konstantno da se unapređuju i poboljšavaju kako bi kriterijumi za prepoznavanje subjekata međunarodnog prava bili jasniji. Naravno, u slučaju Crne Gore nije bilo spora oko ovih pitanja zato što su političke prilike i istorijske činjenice išle na ruku državnosti Crne Gore, a tu je svakako i legitimitet koji je dobila na referendumu, što bi bilo neophodno u državama koji imaju sporove, budući da su ipak politički indikatori presudni odlučioći toga da li je riječ o državama sa punim subjektivitetom ili ne.

Literatura

Abbot, Kenneth W. (1999): *Symposium on Method in International Law: International Relations Theory, International Law and the Regime Governing Atrocities in Internal Conflicts.*, 361-369

Avramov, S. (2011): *Međunarodno javno pravo*, Beograd

Franck (1992): *The Emerging Right to Democratic Governance*, in *AJIL* 46, 57-60

Idowu, A. A. (2008): *Revisiting the Right on Self-Determination in Modern International Law*, in: *European Journal of Social Sciences*, Volume 6, Number 4, 2008

Prazetanic F. (1991): *The Basic Collective Human Right to Self-determination of Peoples and Nations as a prerequisite for peace: Its Philosophical Background and Practical Application*, in: *Revue de Droit International*, Vol. 69, 263

Turčinović, F. (2009): *Međunarodno javno pravo*, Pravni fakultet, Banja Luka,

Vuković, M. (2010): *Pravni karakter unija kroz istorijske i savremene primjere*, u: *Hrvatska javna uprava*, god. 10, br. 1, 133-162

William C. Bradford (2004): *In The Minds of Men: A Theory of Compliance with the Laws of War*, (Unpublished Manuscripts), 9

Bečka Konvencija o ugovornom pravu iz 1969.

Bečka Konvencija o diplomatskim odnosima iz 1981.

Bečka Konvencija o sukcesiji međunarodnog prava u pogledu međunarodnih ugovora

Deklaracija nezavisne Crne Gore

Povelja Ujedinjenih nacija

Pakt o građanskim i političkim pravima

Ustav Crne Gore

Ustavna Povelja bivše zajednice Srbije i Crne Gore

Zakon o Vanjskim poslovima Crne Gore

Sajt ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija Crne Gore

www.mip.gov.me

Sajt Vlade Republike Srbije www.srbija.gov.rs

UDK: 341.221.28:341.222(497.16:497.5)

JURISDIKCIJA NAD POLUOSTRVOM PREVLAKA – PRO ET CONTRA

JURISDICTION OVER THE PREVLAKA PENINSULA– PROS AND CONS

MILICA STARČEVIĆ,
student Fakulteta za državne i evropske studije, Podgorica

Apstrakt: Jedan od najaktuelnijih međudržavnih sporova o graničnim pitanjima, jeste spor Crne Gore i Hrvatske o jurisdikciji nad poluostrvom Prevlaka, čijim se rješavanjem određuje pod čijom kontrolom će se nalaziti Bokokotorski zaliv. Pokretanje ovog pitanja vraća nas u prošlost, umjerava ka proučavanju principe međunarodnog javnog prava, te skreće pažnju na geografski položaj i strateški značaj koji ovo poluostrvo ima. Na osnovu ponuđene argumentacije, ocjena autora jeste da poluostrvo ima mnogo veći značaj za Crnu Goru nego za Hrvatsku, kao i da Crna Gora ima pravo da se pozove na veći broj činjenica koje neosporno ukazuju da je „prag Boke“ dio njene državne teritorije.

Ključne riječi: Prevlaka, razgraničenje, pravo mora, teritorijalni integritet, međudržavni spor

Abstract: One of the most actual interstate disputes on borders issue, is the one between Montenegro and Croatia, on jurisdiction over the peninsula Prevlaka, whose solution will determinate who will the Boka Bay. Raise of this issue takes us back in history, directs towards the research of the international public law principles, as well as, draws our attention to the geographical position and a strategic importance that this peninsula has. Based on the offered arguments, the author's assessment is that the peninsula is of higher importance for Montenegro than for Croatia, as well as that Montenegro has the right to refer to a larger number of facts, indubitably showing that the „Threshold of the Boka Bay“ is a part of its national territory.

Keywords: Prevlaka, Delimitation, Law of the Sea, Territorial Integrity, Interstate Dispute

1. Uvod

Granice su uvijek bile predmet interesovanja naučnika, novinara, pisaca, diplomata pa i običnih ljudi, jer predstavljaju fenomen koji sa jedne strane razdvaja, ograničava zemlju jedne države a sa druge strane zbližava države i narode. Od pamtivijeka ljudi su se borili za pomjeranje granica, ginuli za svoju zemlju, a granice se stvarale kao linije koje u sebi kriju priče o ratnicima, osvajačima, vladarima, seljacima.

Pitanje razgraničenja je aktuelno i u savremenom međunarodnom pravu obzirom na činjenicu da se granice kreiraju pod velikim uticajem izmjenjenih političkih okolnosti i postaju pravno relevantne, a da činom njihovog određivanja ne moraju biti regulisani dalji politički i ekonomski odnose između dvije razgraničene teritorije. Neriješena pitanja razgraničenja nerijetko dovode do niza međunarodnih sporova. Najozbiljniji su oni u kojima dolazi do odvajanja naroda, nastali uglavnom kao posljedica usvajanja administrativnih granica nakon međunarodnih ili građanskih oružanih sukoba, ali problematična mogu biti i razgraničenja na moru, naročito onda kada, u koliko se ne riješe u njenu korist, onemogućavaju državi da slobodno vrši vlast i eksploatiše dobra na cijeloj teritoriji.

Jedan od najaktuelnijih primjera međudržavnih sporova nastalih uslijed neriješenog pitanja razgraničenja jeste i spor između Crne Gore i Hrvatske, oko površinski malog poluostrva Prevlaka, na samom ulazu u Bokokotorski zaliv. Specifična priroda ovog poluostrva, koja je postala jasna tek povlačenjem administrativnih granica nakon disolucije Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, a koja može onemogućiti jednoj državi, u ovom slučaju Crnoj Gori da nesmetano kontroliše dio sopstvene teritorije na ulazu u Bokokotorski zaliv i time ima suverenitet na cijeloj svojoj teritoriji, a na koju s druge strane pravo polaže i Hrvatska, osnovna je motivacija za bavljenje međunarodnopravnim aspektima problema razgraničenja na Prevlaci. Ovo pitanje naročito dobija na značaju kada se uzmu u obzir nastojanja obje države da formalizuju članstvo ili se približe Evropskoj uniji, čiji je jasan zahtjev ulaganje napora ka razrješavanju spornih pitanja sa susjedima.

Imajući u vidu da je spor oko Prevlake predat na rješavanje međunarodnoj arbitraži, nastojanje autora u ovom radu biće da ponudi naučnoj zajednici argumentaciju na koju treba obratiti pažnju kako bi osnovni principi međunarodnog javnog prava koji se odnose na državni suverenitet i teritorijalni integritet, kao i osnovne postavke prava mora, bili ispoštovani. U tom smjeru, konceptualno-teorijski okvir baziran je na osnovnim teorijama među-

narodnog prava primjenljivim na međunarodne sporove, kao osnova za dalje izučavanje položaja poluostrva kroz istoriju, sadašnji status, geopolitičku realnost, argumentaciju obje strane. Osnovna hipoteza rada jeste da je prihvatljivo rješenje zadržavanje Prevlake u granicama Crne Gore, kako zbog istorijskih razloga, tako i u skladu sa osnovnim principima međunarodnog javnog prava i postulatima prava mora.

2. Konceptualni okvir i teorijske postavke

Pod državnim granicama podrazumijevaju se ravni koje dijele vertikalno, uključujući i vazдушnu oblast i zemljinu utrobu, područja dvije države ili područje jedne države od slobodnog mora. Dok su razgraničenja suvozemne teritorije precizno i trajno utvrđena, i ne mogu biti mijenjana jednostranom odlukom države, pomorske granice su podložne promjenama, zavisno od širine teritorijalnog mora, koju država utvrđuje svojim unutrašnjim aktima (Avramov, 2011: 264). Granice se mogu podijeliti na prirodne, prilagođene konfiguraciji tla, i vještačke. Takođe, postoje podjele na pravedne granice, odnosno one koje moraju voditi računa o etničkim, istorijskim i ekonomskim činionicima i nepravedne (nasilne) granice koje su nametnute najčešće u sukobima ili ratovima.

Kada se određuju granice na moru, mora se voditi računa o sledećim pojmovima: *Unutrašnje morske vode* predstavljaju djelove državne teritorije, vezane prirodno ili vještački sa slobodnim ili otvorenim morem. (Avramov, 2011: 288). Unutrašnje morske vode su pod punom suverennošću obalne države i strani brodovi u ovom dijelu nemaju pravo prolaska bez prethodnog odobrenja obalne države. *Teritorijane vode* predstavljaju zonu koja se prostire izmedju kopnene teritorije jedne države i otvorenog mora. Teritorijalno more po svom karakteru predstavlja dio državne teritorije, a potčinjeno je jednom specijalnom prelaznom režimu, izmedju režima otvorenog mora i režima koji važi na kopnenoj teritoriji jedne države (Avramov, 2011: 288). Prostire se na područje ograničeno linijom udaljenom 12 milja od bazne linije, i država nema puni suverenitet u ovoj oblasti (ima zakonodavnu i sudsku vlast, carinski, kontrolni i zdravstveni nadzor) već se on ostvaruje u skladu sa međunarodnim pravom koje omogućava pravo plovidbe brodova pod svim zastavama. Teritorijalne i unutrašnje vode pripadaju obalnom moru jedne države. *Ekonomska zona* je zona od 200 milja i ona ne ugrožava interese drugih zemalja. *Otvoreno more* je prostor izvan navedenih zona.

Pod zalivom se podrazumjeva jasno istaknuta uvala koja zadire u kopno i otvara veću površinu mora. *Morski zalivi* mogu biti okruženi suvozemnom teritorijom dvije ili više država, i u tom slučaju svaka država ima pravo na svoj teritorijalni pojas, a ostali dio predstavlja slobodno ili otvoreno more. Ukoliko zaliv pripada samo jednoj državi, a rastojanje između linija najviše oseke prirodnih ulaznih tačaka ne prelazi 24 milje, zaliv ulazi u kategoriju unutrašnjih morskih voda (Avramov 2011: 289).

Pravno je jasna situacija kada se govori o zalivu koji pripada jednoj državi, budući da član 10 Konvencije Ujedinjenih nacija o pravu mora govori o zalivima "čije obale pripadaju samo jednoj državi", dok u slučaju kada obale zaliva pripadaju različitim državama ili kada pripadaju istoj državi ali se pravne posljedice njenog dodjeljivanja toj državi mogu odraziti i na druge države, međunarodno pravo nema jasan odgovor. Upravo takva je i situacija u vezi sa razgraničenjem na poluostrvu Prevlaci. Iz tog razloga, problem je potrebno sagledavati ne samo sa stanovišta teorija međunarodnog prava, već kroz interdisciplinarni pristup koji kombinuje teorije međunarodnih odnosa i međunarodnog prava. Početnu hipotezu o jačoj argumentaciji u korist dodjeljivanja poluostrva Prevlaka Crnoj Gori, pokušaćemo dokazati kombinujući realistički pristup u dijelu traganja za istorijskom podlogom problemu, neofunkcionalni pristup prilikom razmatranja argumentacije i razloga za insistiranje na zadržavanju poluostrva u kontekstu osnovnih smjernica vanjske politike države, kao i etički pristup u međunarodnim odnosima i međunarodnom pravu prilikom razmatranja oportuniteti primjene načela *ex aquo et bono*.

3. Istorijat problema

Pitanje Prevlake pokrenuo je sam čin disolucije Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije. Naime, transformacija administrativnih granica između Republike Hrvatske i Savezne Republike Jugoslavije u međunarodne, bio je osnov spora između ove dvije države. Godine 1991. osnovana je Badinterova komisija, koju su sačinjavali međunarodni eksperti za pravna pitanja, odnosno predsjednici ustavnih sudova u Španiji, Francuskoj, Italiji, Belgiji i Njemačkoj. U okviru trećeg mišljenja Komisije konstatovano je "da će granice između drugih susjednih nezavisnih država, moći da se mjenjaju samo putem slobodnog i međusobnog dogovora" (mišljenje broj 3 Badinterove komisije). Ako se ne dogovori suprotno, ranije granice poprimaju karakter granica koje štiti međunarodno pravo. To je zaključak koji navodi princip poštovanja teritorijalnog "status quo" i naročito načelo "uti possidetis juris qui". Dakle, izvješ-

taj ove komisije išao je u prilog Hrvatskoj obzirom da je u okviru administrativnih granica Prevlaka pripadala Hrvatskoj.

Ipak, dalje istraživanje odvodi ka potrebi preispitivanja političke korektnosti donošenja pomenute odluke Badinterove komisije, odnosno postavljanja pitanja da li je ona uvažila geopolitičku realnost i sagledala sve eventualne posljedice pretvaranja administrativnih granica između republika u međunarodne međudržavne granice. Na osnovu činjenice da je Badinterova komisija ostavila mogućnost dogovaranja oko granice, uvažavajući načelo pravičnosti i dobrog susjedstva, kao i bitnu promjenu političkih okolnosti uslijed povlačenja međunarodnih granica, Savjet bezbjednosti daje posebam pravni status ovom poluostrvu. Zato je, 6. oktobra 1992. godine donijeta Rezolucija Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija, kojom je Prevlaka stavljena pod upravu 3 države i to Hrvatske, Jugoslavije i Crne Gore (Rezolucija Savjeta bezbjednosti UN o krizi u bivšoj Jugoslaviji). U administrativnim granicama, "Prag Boke" dodijeljen je Hrvatskoj, sa unutrašnjim i otvorenim morem oko nje našla se u administrativnim granicama Crne Gore i najzad dio je jugoslovenskog prostora za diobni bilans između zemalja koje su se formirale u zoni Prevlake (Đikanović, 2008: 12).

Razlog ovakve podjele leži prije svega u bezbjednosnim razlozima kako bi se onemogućio dvostruki suverenitet nad ulazom u zaliv, zbog čega je i u januaru 1996. godine ustanovljena Mirovna misija Ujedinjenih Nacija (UNMOP) na Prevlaci. Misija je imala 27 posmatrača i trajala je do decembra 2002. godine kada je ustanovljeno da je situacija bezbjedna. Pet dana prije okončanja misije potpisan je Protokol o privremenom režimu na Prevlaci, koji je još uvijek na snazi.

4. Pravo mora i pitanje Prevlake

Definisati položaj Prevlake nije jednostavno, ali je s druge strane neophodno budući da sam položaj može predstavljati bitnu činjenicu u ovom sporu. Prevlakom neki podrazumijevaju čitavo izduženo malo poluostrvo koje je duboko uklinjeno u uzani ulaz Bokokotorskog zaliva, dok su drugi su pak "preselili" Prevlaku sa ulaza u zaliv, u Konavle sjeverno od Boke (Đikanović 2008: 7). U naučnim krugovima preovladava mišljenje da se ovaj prostor naziva RT Oštro, a da je Prevlaka je naziv koji se ustalio u diplomatskom riječniku i medijima i koji i dalje istrajava. Površina ovog poluostrva je svega 93.33 hektara ali je njegov strateški značaj itekako bitan. Naime pitanje razgraničenja na

Prevlaci se tiče određivanja entiteta pod čijom kontrolom će se nalaziti Bokotorski zaliv.

Pravila morskih zona i funkcionalna upotreba mora bila je naročit predmet Konvencije o pravu mora iz 1982. godine. Morske zone utvrđuju se putem baznih odnosno osnovnih linija koje se povlače od najjisturenije tačke na obali (član 47). Unutrašnje vode jedne države se prostiru od baznih linija ka kopnu. Države u djelovima unutrašnjih voda imaju potpunu jurisdikciju, što znači i kontrolu nad teritorijalnim vodama, koja podrazumjeva i prednosti koje države uz more razvijaju. U skladu sa međunarodnim pravom mora, Bokotorski zaliv ima status unutrašnjih morskih voda, jer pripada onom dijelu mora koje se nalazi između polazne linije od koje se mjeri širina teritorijalnog mora i obale a što je regulisano Zakonom o obalnom moru, spoljnom morskom pojasu i epikontinentalnom pojasu, Zakonom iz 1965. Godine i dopunama Zakona iz 1979. Godine (Službeni list SFRJ br 13/17). Ukoliko bi poluostrvo pripalo Hrvatskoj, otvara se pitanje teritorijalnih voda. Naime, vode zaliva tada gube karakter unutrašnjih i mijenja se njihova pravna karakteristika. Hrvatska bi imala kontrolu nad ulazom u Bokotorski zaliv koji pripada Crnoj Gori, što njoj svakako ne ide u prilog. Za stanovnike Boke Kotorske ovo pitanje se tiče kontrole plovila, sidrišta brodova, prometa brodova a samim tim i razvoja turizma uopšte, eksploatacije morskog dna, stanja ekologije, valorizacije istorijskih vrijednosti, ribolova i mnoštva drugih privilegija koje Crna Gora gubi predajom Prevlake.

Međunarodno javno pravo, prije svega Konvencija o pravu mora, predviđa da se svi sporovi rješavaju sporazumno, bez obzira na to kolikog oni bili obima i značaja (Turčinović, 2009: 295). Promjene granica se po pravilu ozvaničavaju međunarodnim dokumentima i time postaju konačne. Pitanje razgraničenja je veoma kompleksno, zato dugo i traje, jer je potrebno sagledati sve relevantne činjenice kako bi se došlo do najprihvatljivijeg rešenja.

5. Trenutno stanje – “tromeda bez međa”

Pitanje Prevlake još uvijek je regulisano Protokolom o Prevlaci koji je donijet 2002. godine, a uspostavio je privremenu liniju razgraničenja. Protokol je predvidio da kopneno područje sjeverno od Konfina podpada pod jugoslovensku jurisdikciju, dok je jugozapadni dio hrvatski. Jugoslavija se obavezala da će izvršiti potpunu demilitizaciju u dubini od 3 kilometra od Konfina, a Hrvatska 5 kilometara (Protokol o privremenom režimu na Prevlaci član 4,

član 10). Ostale odredbe ovog protokola odnose se na ribolov, plovidbu brodova, aktivnosti u teritorijalnom moru, granične prelaze i turističku saradnju.

Predsjednici Vlada Crne Gore i Hrvatske su se 2008. godine usaglasili da pitanje granice na Prevlaci riješi Međunarodni sud u Hagu, a odluka će biti prihvaćena obostrano kako je i dogovoreno. Osnovane su i dvije međudržavne komisije koje pripremaju pravni postupak razgraničenja. Prije toga, crnogorski Parlament i Sabor Republike Hrvatske usvajaju tekst koji potvrđuje da će svaka strana prihvatiti rješenje koje donese sud.

Postojeća privremena linija razgraničenja, samo je omogućila povlačenje posmatrača Ujedinjenih nacija i iznalaženje rešenja koje će privremeno biti prihvatljivo za obje strane spora. Svakako, ovo nije ni najbolje ni sigurno rešenje, što je i povod za detaljno sagledavanje svih aspekata ovog problema, koje treba što prije riješiti, obzirom da je protokol na snazi već 10 godina. U nastavku će se pokušati ponuditi odgovori i obrazloženja hrvatske i crnogorske strane, sa ciljem usvajanja konačnog zaključka o ovom pitanju.

5.1 Prevlaka je Hrvatska „vik vikova“

Republika Hrvatska se poziva na vlasništvo na osnovu istorijskih i geografskih činjenica. U izjavi koju je Hrvatska dala pred Ujedinjenim nacijama o statusu Prevlake navodi se da je još u rimsko doba Republika Dubrovnik kupila Konavle i da je štiteći stanovništvo tog dijela od napada neprijateljskih susjeda utvrdila Rt Oštro postavljajući u tom dijelu vojne snage. Nakon toga Prevlaka ostaje nerazdvojni dio Konavla i Dubrovnika. Prevlaka je, po mišljenju Hrvata, bila odvojena od Dubrovnika samo u dva perioda i to od 1931-1939 godine tokom srpske vojne i policijske diktature u Kraljevini Jugoslaviji i tokom italijanske okupacije 1941- 1943 godine. Tokom cijelog drugog svjetskog rata Prevlaka je pripadala Hrvatskoj (Izjava republike Hrvatske o statusu Prevlake).

Takodje, sporan je i vlasnički status zemljišta koji je mišljenjem Hrvatske još u 15. vijeku, nakon kupovine Konavla od bosanskih velikaša, pripao Hrvatskim patricijskim porodicama. Zemljišne knjige iz 1917. godine potvrđuju da je Prevlaka dio katastrske regije Dubrovnika. Na osnovu tih knjiga je pripremljen otkup zemljišta za vrijeme Austrougarske u svrhu zaštite austrijske flote u Boki Kotorskoj ali se monarhija raspala prije nego što je novac za to zemljište plaćen. Imovina je kasnije nacionalizovana od strane SFRJ pod kontrolom „Državnog sekretarijata za narodnu odbranu“ , ali je Hrvatski sabor 1996. godine usvojio Zakon o povraćaju imovine originalnim privatnim vlas-

nicima zemljišta koji kao dokaz o posjedovanju zemljišta navode katastarske knjige prema kojima „Prevlaka nije nikad otkupljivana“. Spor oko zemljišta još uvijek nije riješen i vlasnici zemlje su podigli tužbu za naknadu štete.

5.2 „Prag Boke“ je dio Crne Gore

Ukoliko se pa i letimično pogleda položaj Prevlake, neosporno bismo je definisali kao prirodan dio akvatorijuma Bokokotorskog zaliva. Prevlaka se naziva i „Pragom Boke“ i „seizmološki, tektonski, geopolitički, geomorfološki, klimatski, hidrološki, floristički i pejzažno, Kobila i rt Oštro su u svemu prirodni sklop Boke Kotorske i sa njom čine prostorno jedinstvo. I po morfološkoj strukturi oni predstavljaju njena prirodna vrata i njihovo razdvajanje je svojevrsno nasije ljudi nad prirodom i njenim zakonitostima. Kuća bez vrata je beživotna“ (Bakić, 1999: 121). Ove činjenice mogu biti važne za prirodno-geografski princip razgraničenja, koji je, iako nije presudan, važan obzirom da oduvijek postoji težnja da teritorija države bude što cjelovitija. Iako je zov prirode dovoljno glasan da spriječi spor, činjenice sa druge strane obavezuju da se spor riješi pravnim putem.

Crna Gora se može pozvati na vlasništvo Prevlake zahvaljujući Odluci Vlade FNRJ koja je donijeta 1953. godine, a kojom je Prevlaka dodijeljena Crnoj Gori kao vojni kompleks. Na tu odluku Vlada NR Hrvatske nije stavila prigovor čime je de facto i de jure Prevlaka prepuštena Crnoj Gori. Ukoliko se vratimo u istoriju, sve činjenice ukazuju na to da je Prevlaka bila u sastavu Crne Gore. Područje je u jednom periodu pripadalo Francuskoj (1806- 1815) i Austrougarskoj (1815-1918), nakon toga Jugoslaviji (od 1918). Ovaj prostor se koristio za vojne namjene država koje su vladale Bokom ali Hrvatska nikada nije bila u tom položaju. Ukoliko se vratimo na vladavinu Ilirske kraljice Teute koja je vladala iz Risna postoje dokazi da je područje Prevlake bilo naseljeno Ilirima kao nerazdvojna cjelina Bokokotorskog zaliva. Tokom burnih istorijskih perioda kroz koja su prolazila sva područja na Balkanu Boka Kotorska je promijenila veliki broj gospodara ali je Prevlaka uvijek bila i ostajala cjelina u sklopu Boke Kotorske odnosno Kotorskog okruga ili Hercegovinske komune.

Sporan momenat kada je Prevlaka dodijeljena Hrvatskoj bilo je prilikom formiranja „avnojevskih“ granica. Odluka o njima donijeta je u užem krugu partijskih ljudi i službenika, po mišljenju mnogih ne razmišljajući o poslasticama do kojih može doći.

Dalje, Crna Gora se može pozvati na načelo pravednosti koje je jedno od opštih principa međunarodnog javnog prava. Administrativne granice

nijesu povučene „pravedno“ obzirom da je u tom periodu bila potpuno drugačija politička situacija. Unutrašnje granice među republikama su se mogle mijenjati kada je to bilo potrebno, bez da traže međunarodno priznanje. Svijest o zajedništvu je bila velika i nijedna država nije insistirala na tačno utvrđenom graničnom području. Zbog lakih promjena granica u vremenu kada je SFRJ bila podjeljena na banovine, desilo se da je u jednom prekajanju dvije Banovine Rt Oštro- Prevlaka istrgnuta iz Zetske banovine i da je pripojena Banovini Hrvatskoj za vrijeme koliko je ista postojala. Taj period je zapravo osnov koji se uzima kao dokaz da je Prevlaka hrvatska iako ta ista granica nije nikada bila verifikovana od strane tadašnje zajedničke države. (Ilija Pavlovic, str 80). U vrijeme tih događaja Hrvatska nije imala pravni subjektivitet i sopstveni integritet, već je sve de facto i de jure bilo Jugoslovensko. Nakon disolucije Hrvatske, promjena okolnosti mora biti uzeta u obzir u rješavanju ovog spora, kao i geostrateške i ekonomske okolnosti koje Crna Gora gubi predajom Prevlake. Stoga, možemo zaključiti da Crna Gora ima i pravni i istorijski osnov da zadrži suverenitet nad zalivom.

Kada je u pitanju hrvatsko na vlasništvo zemljišta, na tom prostoru je bilo vlasnika i sa poluostrva Luštica, što se može vidjeti u katastarskim knjigama Mlečana koje su se vodile u Herceg Novom. Područje Prevlake je uglavnom korišteno za vojne svrhe i naslijeđivalo se na bazi sukcesorstva iz predhodnih vojnih titulara počev od Austrougarske. Vojske su se prema tom zemljištu ponašale kao savjesni držaoci i vlasnici. Može se neosporno zaključiti, da je pravo države na eksproprijaciju i da je dužna da je izvede po zakonu radi korišćenja za državne svrhe i radi opšteg značaja za državu, kao i da država nadoknadi uzeto vlasnicima. Sporovi sa zemljištem okončani su od strane Vrhovnog suda Hrvatske, koji potvrđuje da se imovina ukljižava kao opštenarodna imovina pod upravom Državnog sekretarijata za poslove Narodne odbrane Beograd. (Pavlović 2009: 169). Vidljivo je da je ne ovom prostoru bilo obrta i preokreta, ali od prvih početaka rasprave o Rtu Oštro nijedan držalac nije sporio niti pominjao da to ne pripada Boki i Crnoj Gori (Pavlović, 2009: 137).

U dosadašnjem rješavanju problema, Hrvatska se pozivala i na izjavu predsjednika Savezne vlade, Milana Panića, da je „Prelaka privremeno izgubljena“. Međutim, predsjednik Savezne Republike Jugoslavije, Dobrica Ćosić, jasno je demantovao izjavu navodeći da je „sklon mišljenju da je rečenica gospodina Panića izgovorena u nekom opširnijem ćaskanju u avionu i da nema bukvalno značenje“ (izvor „Politika“, 16. septembar 1992.). Ćosić dalje, u izjavi

datoj Tanjugu, navodi da je, „u razgovorima o Prevlaci, koje je delegacija Savezne Republike Jugoslavije vodila sa kopredsednicima Konferencije o Jugoslaviji, gospodinom Sajrusom Vensom i lordom Ovenom, dogovoreno da se Savetu bezbednosti i zainteresovanim vladama - Savezne Republike Jugoslavije, Crne Gore i Hrvatske - predlože šire demilitarizovane zone na prostoru oko ulaza u bokokotorski zaliv, a da Prevlaku, do konačnog razgraničenja Crne Gore i Hrvatske, posednu vojnici Ujedinjenih nacija. Dok se ne prihvati naš zajednički predlog, ne ostvari demilitarizacija tog prostora i na Prevlaku ne dođu ljudi sa "plavim šlemovima", Vojska Jugoslavije neće napustiti Prevlaku. Prevlaka, dakle, nije izgubljena (...) Takođe, ubeđen sam da će Savet bezbednosti i kompetentni forumi međunarodne zajednice na temelju međunarodnog i pomorskog prava, a sa ciljem održavanja mira na Jadranu i Balkanu, doneti pravednu i razumnu odluku i ostaviti Prevlaku narodu i državi kojima organski koji pripada“ (izvor „Politika“, 16. septembar 1992.).

6. Zaključak

„Manjeg prostora, a složenijeg imovinsko pravnog, međudržavnog i međunarodnog problema teško je sresti igdje u svijetu, kakav je slučaj sa izduženim poluostrvom Prevlaka“ (Đikanović 2009: 68). Ova rečenica najbolje objašnjava kolika je složenost ovog spora. I Hrvatska i Crna Gora daju svoje argumente kojima objašnjavaju da bi Prevlaka trebalo da pripadne njima, i neosporno je da je najbolja odluka prepustiti rješavanje ovog spora međunarodnim istancama. Pohvalno je da je slučaj Prevlake jedan od rijetkih u svijetu koji se riješava mirnim putem, obzirom da se radi o granicama i da su u pitanju nacionalni interesi dvije zemlje. Nakon potpisivanja privremenog protokola, Crna Gora i Hrvatska su dobile priznanje šire međunarodne zajednice jer su prihvatile rješavanje ovog pitanja na diplomatski način, međusobnim dogovorom.

Prošlost Prevlake je itekako zamršena i to malo ostrvo krije veliki broj nerasvjetljenih dogovora daleko od očiju javnosti, koji su i doveli do ove situacije. Na osnovu ponuđene argumentacije, ocjena autora jeste da poluostrvo ima mnogo veći značaj za Crnu Goru nego za Hrvatsku, kao i da Crna Gora ima pravo da se pozove na veći broj činjenica nego Hrvatska. Razlozi koje Hrvatska ima da ponudi na svojoj strani izraz su najvećim djelom istorijske okolnosti koje su takoreći igrom slučaja, i posredstvom trenutnih političkih previranja dodijelile Prevaku Hrvatskoj. Po mišljenju autora, u ovom sporu načelo pravednosti definitivno je na strani Crne Gore, te je za očekivati da će

predočene činjenice biti dovoljan razlog da međunarodne instance usvoje presudu u korist Crne Gore, za koju bi ovo značilo očuvanje jurisdikcije nad Bokokotorskim zalivom kao prirodne cjeline Crne Gore.

Konačno, samo ime Boka Kotorska nas upozorava da ne razdvajamo dvije vilice istih usta (bocca- usta, it). Jednu od tih vilica čini Prevlaka a drugu Luštica. Jedna njemačka poslovice kaže da „ako priroda hoće lijevo, ne idi desno“, a iako u savremenoj geopolitičkoj realnosti priroda ne znači mnogo, istorija, međunarodnopravne norme i svi ostali relevantni dokazi ponovo upućuju na nju. Kroz istoriju, Crna Gora nikada nije imala pretenzije ka teritorijama drugih država, ali interes za dobijanje Prevlake ne može se ni smatrati pretenzijom na teritoriju Hrvatske, već borbom za očuvanje sopstvenog teritorijalnog integriteta. Stoga, poluostrvo Prevlaka Crna Gora ne smije prepustiti, već pred relevantnim sudskim instancama iznijeti valjane dokaze koji su u ovom slučaju definitivno na njenoj strani.

Literatura

Bakić, R. (1999): *O prirodnim svojstvima Prevlake*, Podgorica

Đikanović, Lj. (2008): *Ničija zemlja*, Obodsko slovo, Podgorica

Turčinović, F. (2009): *Međunarodno javno pravo*, Banja Luka

Pavlović, I. (2009): *Rt Oštro- Prevlaka u vremenu i prostoru*, Obod, Cetinje

10 mišljenja Badinterove komisije www.pescenik.net

Dnevni list „Politika“, izdanje od 16. septembra 1992. godine, dostupno na:
<http://www.e-novine.com/mobile/feljton/77302-Srpski-narod-brani-svoj-etnicki-prostor.html>

Izjava Republike Hrvatske o statusu Prevlake pred Ujedinjenim nacijama, New York 1999. www.un.int/croatia/statement

Konvencija o pravu mora, 1982.

Posmatračka misija UN-a na Prevlaci www.un.org/en/peacekeeping/mis-sions/past/unmop/background.html

Saopštenje za medije povodom Prevlake www.mip.gov.me

Poluostrvo Prevlaka (činjenice) www.wikipedia.com

Prevlaka na putu Crne Gore u EU www.slobodnaevropa.org

Spor bivših vlasnika zemljišta na Prevlaci www.dnevnik.hr

UDK: 341.218.2(497.115)

**PROBLEMI U VEZI SA PRIZNANJEM DRŽAVA U SAVREMENOM
MEĐUNARODNOM PRAVU NA PRIMJERU KOSOVA**

**PROBLEMS WITH RECOGNITION OF STATES IN CONTEMPORARY
INTERNATIONAL LAW WITH REGARD ON KOSOVO'S EXAMPLE**

ALEKSANDAR BULATOVIĆ,

Student Fakulteta za državne i evropske studije

Apstrakt: Ovaj rad bavi se pravnim aspektima međunarodnog priznanja Kosova, sa posebnim osvrtom na odnos između geopolitičke realnosti i istorijskog razvoja problema s jedne, i osnovnih principa međunarodnog prava s druge strane. Nastojanje autora jeste da prikaže nekonzistentnost međunarodnog prava u svijetlu priznanja Kosova, i da svoju ocjenu nivoa ispunjenosti međunarodnopravno propisanih elemenata državnosti Kosova.

Ključne riječi: Kosovo, priznanje, elementi državnosti, secesija, pravo naroda na samoopredjeljenje

Abstract: This paper concerns with legal aspects of international recognition of Kosova, with special accent put on the relation between geopolitical reality and historical development of this problem on the one hand, and the basic principles of international law on the other hand. The author aims to demonstrate inconsistency of international law in light of the recognition of Kosovo, as well as to estimate the level of fulfillment of the internationally prescribed elements of Kosovo's statehood.

Key Words: Kosovo, Recognition, Statehood Elements, Secession, Right of People to Self-Determination

1. Uvod

Predmet ovog rada predstavlja razmatranje elemenata za priznanje Kosova kao entiteta koji polaže pravo na međunarodnopravni subjektivitet, u

kontekstu problema koji se pojavljuju u savremenom međunarodnom pravu u vezi sa priznanjem država. Naime, pitanje priznanja država jedno je od najkonroverznijih zbog neusklađenosti političke realnosti i savremenog međunarodnog prava, uslijed koje veoma često dolazi do sukoba nekoliko osnovnih principa na kojima međunarodno javno pravo počiva - prava naroda na samoopredjeljenje, državnog suvereniteta i teritorijalnog integriteta. Ta činjenica ujedno je i osnovni povod za bavljenje pitanjem Kosova, tim više što Kosovo nije jedini problematični slučaj gdje nije jasno da li je opravdano proglasiti entitet državom i upustiti se u njeno priznavanje, već postoji i niz drugih: Palestina, Tajvan, Sjeverni Kipar, Južna Osetija itd.

Imajući u vidu da je pitanje Kosova predato na rješavanje relevantnoj sudskoj instanci, osnovni cilj rada jeste proučiti na koje probleme u vezi sa priznanjem Kosova bi Međunarodni sud pravde trebalo da pruži odgovor. Što skorije rješavanje ovog pitanja važno je, najprije zbog preciznog definisanja da li Kosovo zaista ima elemente državnosti kako bi se uvidjela (ne)opravdanost njegovog priznavanja, ali i zbog političkih odnosa na području Balkana, za koje, uslijed međunarodnopravno neuređenih prilika, postoji opasnost od eskalacije u konflikte. U radu ćemo stoga pokušati da provjerimo da li je jednostrani akt o proglašenju nezavisnosti u skladu sa principima međunarodnog prava i da li uopšte međunarodno pravo predstavlja konzistentnu cjelinu na način da se jednosmjerno može izvesti zaključak o ovom i sličnim problematičnim pitanjima priznanja, ili njegova nekonzistentnost dozvoljava da međunarodni odnosi budu kriterijum koji diktiraju poštovanje ili nepoštovanje međunarodnog prava.

U izučavanju ovog pitanja rukovodićemo se međunarodnopravnim standardima i relevantnim pravnim instrumentima u sistemu Ujedinjenih nacija, kako bismo uvidjeli da li su pojedinačne odluke država o priznanju Kosova međunarodnopravno opravdane, ili je riječ o kršenju osnovnih principa međunarodnog javnog prava. Stoga je neophodno najprije definisati osnovne pojmove od kojih u izučavanju polazimo, a zatim na osnovu istorijskih činjenica i izgrađenog teorijsko-konceptualnog okvira, pokušati dokazati osnovnu hipotezu od koje polazimo, a to je da primjer Kosova pokazuje postojanje niza praznina u međunarodnom pravu, uslijed kojih određivanje opravdanosti njegovog priznanja neizbježno zahtijeva veće obraćanje pažnje na geopolitičku realnost nego na jasno postavljene pravne postulate.

2. Teorijski osvrt na osnovne principe međunarodnog prava u kontekstu priznanja država

U ovom dijelu definisaćemo osnovne pojmove koji su predstavljali bazu za istraživanje. Imajući u vidu da je pitanje priznanja neke države zasnovano na pojedinačnoj procjeni država o postojanju elemenata državnosti, kao i da je, kada je u pitanju Kosovo, problem procjene usko povezan sa sukobom dva principa međunarodnog prava državnog suvereniteta i prava naroda na samoopredjeljenje, neophodno je obratiti pažnju na pomenute institute u međunarodnom pravu. Na osnovu tako postavljenog konceptualnog okvira upuštamo se u dalje istraživanje.

Da bi neki entitet bio država potrebno je, prije svega, da poseduje fizičke attribute državnosti; teritoriju, stanovništvo i stabilnu državnu organizaciju, sposobnu da uđe u međunrodne odnose i obezbijedi izvršenje međunarodnih obaveza (Avramov i Kreća, 2003: 86). Značaj pitanja priznanja država ogleda u tome što se subjekt kome je ono upućeno, ne može ubuduće pozivati da mu fakti iz tog akta nijesu poznati (Turčinović, 2009: 51). Bitnu stavku u ovom kontekstu čine i osnovni principi Povelje Ujedinjenih nacija: suverena jednakost država, obaveza ispunjavanja obaveza koja proizilaze iz članstva u Ujedinjenim nacijama, mirno rješavanje međunarodnih sporova na način da međunarodni mir i bezbjednost ne budu ugroženi, poštovanje teritorijalnog integriteta i političke nezavisnosti bilo koje države (nemiješanje u unutrašnje poslove država, u šta ne spada djelovanje u skladu sa Glavom VII Povelje UN), pomaganje Ujedinjenim nacijama u obavljanju aktivnosti i uzdržavanje od pružanja pomoći državama protiv kojih su Ujedinjene nacija preduzele preventivne ili prisilne akcije (član 7 Povelje UN). Državni suverenitet je kategorija podložna veoma dinamičnim promjenama, što sa svoje strane stvara ponekad teško rješive probleme, posebno kada treba definisati njegovu međunarodnopravnu suštinu. Suverenitet država ima najvažniju ulogu u kreiranju međunarodnopravnih osnova za saradnju država u međunarodnoj zajednici, budući da je, zajedno sa principom suverene jednakosti najvažniji dio međunarodnopravnog subjektiviteta država (Turčinović, 2009: 219)

U savremenom međunarodnom pravu veoma često je teško utvrditi da li su određeni postupci doveli do kršenja načela državnog suvereniteta i suverene jednakosti država. S tim u vezi, naročito osjetljiva je granica između nepoštovanja teritorijalnog integriteta s jedne, i poštovanja prava naroda na samoopredjeljenje s druge strane. Teritorijalni integritet je princip međunarodnog prava po kojem države ne smiju promovisati secesionističke pokrete ili

promjene granica drugih država, u suprotnom, riječ bi bila o nasilnom nametanju izmjena granica, odnosno o aktu agresije. Ovaj princip u tijesnoj je vezi sa konceptom humanitarne intervencije u skladu sa članom 73b Povelje Ujedinjenih nacija, koji se odnosu na uspostavljanje samostalnog upravljanja u državama, vodeći računa o političkim aspiracijama naroda, i pomaganje u progresivnom razvoju njihovih političkih institucija (Glava XI Povelje UN). Dosljedna primjena principa teritorijalnog integriteta u periodu poslije Drugog svjetskog rata dovela je do niza problema uslijed nedovoljnog senzibiliteta međunarodne zajednice za probleme naroda na određenoj teritoriji (Elden, 2005). Upravo iz tog razloga, savremeno međunarodno pravo sve više vodi računa o poštovanju prava naroda na samoopredjeljenje, pod kojim se podrazumijeva pravo naroda pod tuđinskom vlašću na formiranje nezavisne države ili sticanje statusa koji bi bio izraz slobodne volje naroda (Avramov i Kreća, 2003: 80). Tako na primjer, noviji koncept „odgovornost za zaštitu“ (Responsibility to Protect) kombinuje principe suvereniteta i teritorijalnog integriteta, vodeći računa o de facto statusu teritorije od slučaja do slučaja¹. Međutim, odgovornost za zaštitu odnosi se samo na sposobnost eksternih vlasti da naruše suverenitet države kako bi zaštitili njeno stanovništvo, ne i na eksplicitnu izmjenu državnih granica.

Kako države ispoljavaju svoj međunarodnopravni subjektivitet samo u odnosu sa drugim entitetima u međunarodnim odnosima, prirodno je da je precizno definisanje elemenata državnosti u funkciji sljedećeg akta koji označava prepoznavanje i priznanje nove od strane postojećih država. Naime, pod pojmom priznanje države podrazumijeva se akt kojim se konstatuje činjenica postojanja nove države i da li se ta država smatra članom međunarodne zajednice. Priznanje može biti *de jure* (izričito) i *de facto* (djelimično). Kada se govori o karakteru priznanja, međunarodno pravo poznaje dvije osnovne teorije: konstitutivna, po kojoj država postaje član međunarodne zajednice tek nakon priznanja te da ona na osnovu tog čina postaje ravnopravni član međunarodne zajednice; deklarativna, po kojoj nova država postoji bez obzira da li je uslijedilo njeno priznanje ili nije. (Turčinović, 2009: 57). Na primjeru Kosova je problem upravo to što se pozivanje Republike Srbije na princip državnog suvereniteta i teritorijalnog integriteta kosi sa pozivanjem Kosova na princip

¹ Rezolucija 1674 Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija iz 2006. godine u skladu sa principom odgovornosti za zaštitu dozvoljava humanitarnu intervenciju kako bi se stanovništvo zaštitilo od genocida, ratnih zločina, etičkog čišćenja i zločina protiv čovječnosti.

prava naroda na samoopredjeljenje. Zbog toga je teško utvrditi i osnov za opravdanost priznanja entiteta kao nove države u međunarodnoj zajednici.

3. Istorijski osvrt na razvoj problema

Problem Kosova i ideje o njegovom osamostaljivanju nijesu skorijeg datuma. Područje Kosova je dio teritorije na kojem su se formirali sami počeci srpske države, a vremenom je i čitav prostor Kosova i Metohije postao dio srednjovjekovne Srpske države. Takvo stanje zadržano je sve do momenta najezde Osmanskog carstva u četrnaestom vijeku, kada je na Kosovu odigrana i jedna od odlučujućih bitaka za opstanak države. Godine 1459. Kosovo podpada pod Osmansku vlast, sve do 1912. godine. Između ovog perioda 1878. godine, pripadnici albanskog naroda u Prizrenu osnivaju vojno-političko udruženje pod nazivom "Prizrenska liga", kada otpočinje i ekspanzija naseljavanja albanskog stanovništva na područje Kosova.

Sve do početka Drugog svjetskog rata suživot između raznih naroda na tom području je bio moguć. Međutim, ubrzo nastaje haotično stanje pravne i političke nesigurnosti, kada zločini sa obje strane ne jenjavaju, i broj raseljenih lica postaje ogroman. Kada se okončao rat, Kosovo i Metohija postaju autonomna pokrajina u sastavnom dijelu Srbije, ali sa znatno smanjenim procentom srpskog stanovništva, budući da je velikom broju srpskih izbjeglica onemogućen povratak (Bogdanović, 1986: 122). U takvom obliku Kosovo je ostalo sve do rata 1999. godine, a njegov nejasan status sve do 2008, kada je Kosovo jednostranim aktom proglasilo nezavisnost.

Nakon 2008. politička situacija postaje manje turbulentna, ali ne i međunarodnopravni aspekti priznanja. Neke države uspostavljaju diplomatske odnose sa Kosovom, dok neke ne. Nezavisnost Kosova priznalo je 91 od 193 (47%) zemalja članica Ujedinjenih nacija. Nezavisnost Kosova u 2008. godini, priznalo je 53 zemlje, u 2009. godini 11, u 2010. godini 8, u 2011. - 13, a u 2012. godini šest država. Kosovo nije članica Ujedinjenih nacija, niti neke druge međunarodne organizacije u kojima su članice države. Činjenica da Kosovo još uvijek nije članica Ujedinjenih nacija nameće sljedeća pitanja na koja je potrebno dati odgovor - da li Kosovo ima sve attribute državnosti koje smo naveli u prethodnom poglavlju, ukoliko se ispostavi da ih nema, zašto je 50 % država ipak priznalo Kosovo, s druge strane, ukoliko se ispostavi da ih ima, zašto još uvijek nije članica Ujedinjenih nacija? Po mnogim aspektima možemo zaključiti da se Kosovo nalazi u vrlo teškom položaju. Jedan od većih problema je i prostor sjeverne teritorije, gdje se vrlo često dešavaju sukobi. Prostor

sjevernog Kosova je pretežno naseljen Srbima koji ne priznaju kosovsku vlast, gdje su stvorene paralelne institucije, a takođe, vrlo težak je položaj nacionalnih manjina koje se nalaze južno od Ibra, pretežno u enklavama. Nestabilna politička situacija dovodi do pogodne podloge za razvoj organizovanog kriminala, što ukazuje na potrebu definitivnog rješavanja problema Kosova bilo putem bilateralnih pregovora Srbije i Kosova, bilo čekanjem na pravosnažnu presudu Međunarodnog suda pravde.

4. Kosovo između geopolitičke realnosti i međunarodnog prava

Kao što smo ranije vidjeli, jedan od razloga zbog kojeg se pojavljuju nove države u međunarodnoj zajednici, jeste ostvarenje prava naroda na samoopredjeljenje. Pritom, pravo na samoopredjeljenje ne mora uvek da znači, ili da ima za posljedicu, stvaranje države; ono može rezultirati i davanjem samo autonomije, ili pak, prisajedinjenjem drugoj državi (Avramov i Kreća, 2003: 81). Iako ideja o osamostaljenju Kosova nije nastala tek nedavno, ukoliko uzmemo u obzir da je u skorijoj prošlosti većinsko stanovništvo na prostoru Kosova i Metohije bilo srpske nacionalnosti, kao i da su promjene u strukturi stanovništva po osnovu nacionalnosti veoma često vršene nasilnim putem, može se postaviti pitanje da li je moguće primijeniti princip prava naroda na samoopredjeljenje.

Kada je u pitanju pravni osnov za priznanje Kosova, važno je osvrnuti se i na pojam secesije, pod kojim se podrazumijeva akt jednog dijela stanovništva određene države da se, zajedno sa teritorijom, izdvoji iz sastava međunarodno priznate države i oslobodi njenog pravnog i političkog autoriteta kroz stvaranje sopstvene države (Avramov i Kreća, 2003: 81). Teoretičari koji prihvataju secesiju kao političko načelo, kao realnost pod datim okolnostima, ukazuju na potrebu da se u primjeni mora pronaći ravnoteža između zahtjeva secesionističke manjine i potrebe i interesa većine koja ostaje unutar države (Avramov i Kreća, 2003: 82). Govoreći o secesiji, Žorž Selu ističe da se ne može prinijeti kao žrtva država koja zadovoljava potrebe većine, da bi se zadovoljili zahtjevi manjine. Takav put bio bi retrogradan proces jedne primitivne zajednice. S druge strane, Šarl Ruso smatra da se secesija može prihvatiti samo ako je prizna jedinstvena država. Gledano kroz prizmu ovog stanovišta, nijesu bili ispunjeni svi elementi državnosti koji bi za posljedicu mogli imati međunarodnopravno valjano priznanje Kosova.

4.1. Principi savremenog međunarodnog prava na primjeru Kosova

Činjenica da su elementi državnosti Kosova diskutabilni, otvara niz pitanja u vezi sa sukobom principa u međunarodnom pravu. S jedne strane, nije sigurno da je Kosovo država, a s druge strane priznato je od strane znatnog broja država. Problem otvara i Bečka konvencija o diplomatskim odnosima koja kaže da diplomatske odnose uspostavljaju države međusobno. Ako neka država prizna Kosovo, ona ima puno pravo da sa njim uspostavi diplomatske odnose i ovori diplomatsko predstavništvo, a s druge strane znatan broj država Kosovo ne priznaje, niti je ono postalo članica Ujedinjenih nacija. To ukazuje na potrebnu revidiranja principa i načina primjene međunarodnog prava, kako bi bilo postavljeno na nedvosmislenim postulatima. Međutim, činjenica je da je priznanje diskrecioni (dakle politički i jednostrani) akt države tako da, u skladu sa načelom suverene jednakosti država i nemiješanja u odluke druge države, ne postoji, niti bi trebalo da postoji mehanizam kojim bi se državi zabranilo da samostalno prosudi da li bi određeni entitet trebalo da postane subjekt međunarodnog prava sa statusom države, i takvu procjenu izrazi aktom priznanja. Ono što bi, s druge strane trebalo da postoji, jeste nedvosmislen popis kriterijuma na osnovu kojih bi bilo moguće presuditi da li neki entitet jeste država. U nedostatku takvih kriterijuma, sporni slučajevi se između ostalog mogu predati sudskim instancama, što je u ovom slučaju urađeno, i predato na rješavanje Međunarodnom sudu pravde u Hagu.

Uz to, ukoliko se ispostavi da elementi državnosti ne postoje u mjeri u kojoj to međunarodno pravo zahtijeva, postavlja se pitanje zašto, kada je već bilo moguće priznavati entitet kao državu, ne omogućiti i drugim entitetima pravo na otcepljenje poput Katalonije, Abhazije, Republike Srpske itd. Pritom, uvijek treba voditi računa da međunarodno pravo nije precedentno pravo, odnosno da je potrebno uvijek iznova izučavati da li su svi njegovi principi ispoštovani. Međutim, s druge strane, neuređenost međunarodnog prava utiče na to da su geopolitičke okolnosti presudne kada je u pitanju valorizacija odluka, odnosno politika je ta koja određuje šta je međunarodnopravno ispravno.

4.2. Sporna pitanja u slučaju priznanja Kosova

Kada želimo ispitati da li je priznanje Kosova u skladu sa principima međunarodnog prava, neophodno je osvrnuti se međunarodnopravni instrument koji se odnosi na ovo pitanje, a to je rezolucija 1244 Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija, zatim na pomenute istorijske činjenice, sadašnju političku

realnost u vezi sa mogućnostima za vršenje efektivne vlasti i poštovanja ljudskih prava stanovništva na teritoriji Kosova. Rezolucija SB UN 1244 na samom početku navodi da je Kosovo autonomija u sastavu Savezne Republike Jugoslavije, sa značajnom samoupravom: „Potvrđuje se da će nakon povlačenja dogovorenog broju jugoslovenskog i srpskog vojnog i policijskog osoblja biti dozvoljeno da se vrate na Kosovo da bi obavljali funkcije u skladu sa Aneksom 2, (...) demilitarizovanje Oslobođilačke vojske Kosova i drugih noružanih grupa kosovskih Albanaca, (...) uspostavljanje sigurnog okruženja, u kojem izbjeglice i raseljena lica mogu bezbjedno da se vrate domovima”.

Kada su u pitanju istorijske i kulturološke činjenice, nesumnjivo je da je kolijevka srpske duhovne i kulturne baštine na Kosovu. Naime, u bliskoj prošlosti je većina stanovništva bila srpske nacionalnosti, da bi kasnije došlo do njihovog nasilnog protjerivanja ili samostalnog napuštanja teritorije. Manastiri Gračanica i Visoki Dečani, koji su pod zaštitom UNESCO-a, takođe se nalaze na Kosovu. Nemogućnost vršenja efektivne vlasti evidentna je budući da, nakon otcepljenja od Srbije, prostor sjevernog Kosova uopšte ne priznaje institucije novoformirane države. Sve češće, na tom prostoru se dešavaju sukobi, koji čine upitnim opravdanost pokušaja stavljanja tog dijela Kosova pod kontrolu centralne vlasti. Problem na Kosovu predstavlja i neostvarivanje ljudskih prava, slobode kretanja i neomogućavanje povratka nacionalnim manjinama, zbog čega manjinske nacionalne zajednice sve češće ističu zahtjeve za regulisanjem pravnog statusa Ustavom Kosova.

Prilikom razmatranja balanasa političke realnosti i pravnih činjenica, uvijek treba uzimati u obzir i činjenicu da princip teritorijalnog integriteta i suverena jednakost država čine temelj međunarodnih dokumenata, te u skladu s time, da se Srbija kao država članica Ujedinjenih nacija uvijek može pozvati na pomenute principe u odbrani cjelovitosti svoje teritorije.

5. Zaključak

Kao što smo i na samom početku ukazali, imajući u vidu da je slučaj Kosova predat na sudsko rješavanje, namjera autora nije bila da ponudi konačan odgovor na pitanje Kosova, već da ukaže na to koliko je međunarodno pravo samo nekonzistentno kada je moguće da se pojave ovakvi slučajevi. Potvrdili smo početnu pretpostavku da je politika uvijek jedan korak ispred prava, što je neminovnost, ali i ukazali na potrebu bržeg reformisanja međunarodnog prava kako ne bi bilo dopušteno njegovo proizvoljno tumačenje od slučaja do slučaja. Kada je slučaj Kosova konkretno u pitanju, bez obzira na

ishod sudskog tumačenja, neophodno je da pregovori između predstavnika Republike Srbije i Kosova, o rješavanju spornih pitanja dovedu do makar privremenog rješavanja problema naroda koji živi na ovom području. Stabilizacija situacije u interesu je svih građana Kosova, ali i država u okruženju, budući da države koje pretenduju na ulazak u Evropsku uniju, moraju uložiti dodatne napore na postizanje mira i stabilnosti u regionu.

Literatura

Avramov, S. i M. Kreća (2003): *Međunarodno javno pravo*, Beograd

Bogdanović, D. (1986): *Knjiga o Kosovu*, Beograd

Elden, S. (2005): *Boundaries-in-the-making (Part 1), Critical Perspectives on National Borders* – paper presented on 4 June 2005 to the Association of American Geographers

Turčinović, F. (2009): *Međunarodno javno pravo*, Banja Luka

Bečka konvencija o diplomatskim odnosima iz 1961.

Povelja Ujedinjenih nacija

Rezolucija Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija 1244

UDK: 341.215.1:272:272-732.2

MEĐUNARODNOPRAVNI STATUS VATIKANA I SVETE STOLICE

INTERNATIONAL LEGAL STATUS OF VATICAN AND THE HOLY SEE

TAMARA MARIĆEVIĆ,
Student Fakulteta za državne i evropske studije

Apstrakt: *Polazeći od činjenice da Sveta stolica kao jedinstveni subjekat međunarodnih odnosa gradi specifičan odnos sa Vatikanom – državom koja uživa puni međunarodni subjektivitet, razumljivo je zašto baš ovo pitanje dolazi u fokus naučnog interesovanja. Rad se bavi tematikom njihovog međunarodnopravnog statusa kroz istorijski i savremeni razvoj, kao i značajem crkve u svetskim političkim zbivanjima, sa ciljem objašnjenja međunarodnopravnog konteksta djelovanja Svete stolice i Vatikana. Imajući u vidu značaj subjekata međunarodnog prava, naročito onih sa posebnim položajem, pokušaćemo prikazati prisutnost moralno-političke snage Rimokatoličke crkve u okvirima pomenutih entiteta, što je ujedno i temeljna inspiracija autora za proučavanje normativnog poretka koji reguliše međunarodne odnose ova dva entiteta.*

Ključne riječi: *Sveta stolica, Vatikan, pravni subjektivitet, međureligijski dijalog, Rimokatolička crkva*

Abstract: *Given the fact that the Holy See, as the unique subject of international relations, constitutes a specific relation with Vatican – a state enjoying full international subjectivity, the reason why this issue have been put in focus of our scientiic interest becomes fully understandable. This paper examines the themes of their international legal status through their historical and contemporary development, as well as the importance of the Church in global political developments, aiming at the explanation of the international legal context of the actions of the Holy See and the Vatican. Taking into account significance of the international law subjects, particulary of those with*

so-called specific position, we will try to explain the presence of moral and political strength of the Roman Catholic Church within the above-mentioned entites, which is at the same time the basic inspiration of the author for researching the legal order regulation these two entities' international relations.

Key Words: *Holy See, Vatican, Legal Subjectivity, Interreligious Dialogue, Roman Catholic Church*

1. Uvod

“Kada je država priznala Rimokatoličkoj crkvi postojeću prirodu političkog subjekta u međunarodnoj politici, de facto je omogućila i njen politički angažman, kao cjeline i kao lokalne crkve i to ne samo u međunarodnim i međudržavnim odnosima, već i u odnosima unutar nacionalne države.”
- Zdenko Poter -

Država Vatikanskog Grada, papska država, je površinom i brojem stanovnika najmanja država svijeta, koja se nalazi na teritoriji grada Rima. Sjedište je centralnog tijela vijekovima postojane Katoličke crkve na čijem čelu se nalazi papa, njen poglavar. Sveta stolica je sam vrh Rimokatoličke crkve i predstavlja njenu vladu. Sveta stolica, koja se još naziva i Apostolska stolica, odnosi se na sjedište apostola Petra kome je prema tumačenjima Novog zavjeta, Isus Hrist dao vlast da vodi Crkvu, te se može reći da ona obezbjeđuje papinski autoritet crkvi. Pojam Svete stolice ima dva značenja: u užem smislu, ona podrazumijeva papu i njegov kabinet a u širem i cijeli niz dikasterija – kongregacija, komisija, tribunal, kancelarija itd. (Vukićević, 2011: 10). Nekada se naziv Apostolska stolica koristio za sva crkvena sjedišta apostola, a danas se ovaj naziv, a samim tim i Sveta stolica koristi isključivo kao naziv za sjedište rimskog biskupa tj. pape. Jedinstvenost ovog entiteta lako je uočljiva, naročito kada uzmemo u obzir njeno dvomilenijumsko trajanje, religijsku komponentu koju ostvaruje sa Rimokatoličkom crkvom i Vatikanom, teokratsku prirodu i njeno diplomatsko djelovanje.

Potpuni sadržinski okvir Svete stolice je jedinstven i neuporediv sa međunarodnopravnim subjektivitetom i uticajem bilo koje države i organizacije u svjetskoj istoriji. Poseban osnov za proučavanje njenog subjektiviteta jeste svakako značaj kojim doprinosi istoriji međunarodnih odnosa. Imajući to

u vidu, osnovni motiv za pisanje ovog rada je upravo želja da se pruži doprinos razvoju međunarodnog prava u kontekstu pojašnjenja pravnog statusa Svete Stolice i Vatikana, naglašavamo, dva različita entiteta, sa ciljem da se na objektivan način prikaže diplomatija ova dva entiteta. Ovaj rad ima za cilj i da ponudi odgovor na pitanje da li Diplomacija Vatikana, kako se često naziva Sveta Stolica, odnosno da li temelj subjektivitetu Svete Stolice zajedno sa temporalnom vlašću upravo daje Država Vatikanskog Grada i u kojem odnosu su prisutna ova dva subjekta.

Nakon pojašnjenja osnovnih pojmova samog rada, njegov kocept će najprije činiti sveobuhvatna dimenzija subjektiviteta u međunarodnom pravu kao i priznavanje država u ovoj oblasti kako bi se na temeljan način reprezentovala elementarna koncepcija rada u cilju efikasnijeg doprinosa razumijevanju istog. U kontekstu teme ovoga rada, dalje ćemo opisati subjektivitet Svete Stolice i Vatikana, njihov istorijski razvoj ali i međusobni odnos koji skupa grade složenu cjelinu njihove diplomatske strukture. Prilikom istraživanja i izvođenja zaključka prednost će se dati razlikama u sposobnostima koje ova dva entiteta imaju u međunarodnom pravu i raznim komparativnim, deskriptivnim i drugim metodama obogatiti međunarodnopravna oblast ali i nadomjestiti manjak istraživanja i interesovanja vezanog za ovu temu.

2. Teorijski okvir – značaj međunarodnopravnog subjektiviteta

Kako bismo ponudili dosljedno tumačenje odnosa između Vatikana i Svete stolice, neophodno je najprije definisati osnovne elemente državnosti i subjektiviteta kao i osnovne pojmove vezane za status Rimokatoličke crkve, kao i, na taj način izgrađen konceptualni okvir, dopuniti priznatim teorijama o odnosu Svete Stolice i Države Vatikanskog Grada, radi dobijanja cjelovitog teorijsko-konceptualnog okvira pogodnog za dalje istraživanje i izvođenje zaključaka.

Rođeno u Evropi, u dugom procesu evolucije međunarodne zajednice, međunarodno pravo obezbjeđuje društvenu reprodukciju i razvoj svojih proizvodnih snaga putem subjekata kojima ono priznaje prava i dužnosti. Subjekat koji aktivno učestvuje u međunarodnopravnom odnosu i tim putem ostvaruje prava i obaveze putem parničnih sposobnosti predstavlja subjekat međunarodnog prava. Vukadinović (2009: 121) na primjer ističe da su subjekti nosioci određenih djelatnosti i zbivanja karakterističnih za međunarodne odnose i te aktivnosti utiču u pozitivnom ili negativnom stanju.

Širok je krug subjekata međunarodnih odnosa. Međunarodnopravni subjektivitet podrazumijeva pravo ugovaranja, pravo podnošenja zahtjeva protiv kršenja međunarodnog prava, uživanje privilegija i imuniteta, učestvovanje u radu međunarodnih organizacija i tijela (Turčinović, 2009: 53). Razmatrajući problem efikasnosti međunarodnog prava, potrebno je istaći široku raspostranjenost cinizma koji je ovdje zastupljen u vezi sa obavezama međunarodnih subjekata. Države sklapaju određene sporazume iz kojih proističu međunarodnopravne obaveze i samim tim jačaju svoj subjektivitet i svoj politički uticaj i reputaciju. Jedine suverene jedinice koje raspolažu teritorijom, izvornom vlašću i autoritetom su države. One su izvorni subjekti međunarodnog prava. Država je statusni simbol naroda i nacionalnih interesa. Što se tiče njenog subjektiviteta, on je slika poretka i kontrole države nad svojom teritorijom. Predstavlja mješavinu pravnog i činjeničnog stanja ali i principe etičkog i moralnog sistema. U slučaju da nestane jedan od konstitutivnih elemenata države: stanovništvo, teritorija ili suverena vlast, nestaje država kao subjekat međunarodnog prava.

Pravo Rimokatoličke crkve na bavljenje politikom pravno je prihvaćeno i to je sa stanovišta demokratskih društava sasvim legitimna djelatnost. Stoga savremene države uspostavljaju sa Rimokatoličkom crkvom, odnosno Vatikanom, diplomatske odnose. (Milošević, 1997:15) Međunarodni odnosi crkve u prošlosti, nijesu gradili značajni uticaj i mogućnost djelovanja. Međutim, danas se ona kao subjekat međunarodnog prava ostvaruje u različitim uslovima. Pored svih postojećih, Katolička crkva je ta koja ima najveće mogućnosti vršenja uloge subjekta međunarodnih odnosa. Centralizovana šema crkvene organizacije i podređenost rimskom papi čine osnovu tradicije katoličkog djelovanja, što je, među ostalim, omogućilo da je Katolička crkva veoma uticala na međudržavne odnose u srednjem vijeku i da je Sveta Stolica dobila istovremeno međunarodni i pravni subjektivitet. (Vukadinović, 132).

Sagledavajući tu osnovnu podjelu subjekata međunarodnopravnog poretka na države, međunarodne organizacije, ustanike i oslobodilačke pokrete i sl. očigledna je činjenica da kako u istoriji tako i danas postoji cijeli niz područja sa posebnim položajem. Danas je najpoznatiji takav subjekat Sveta Stolica. Njen položaj se može uporediti sa položajem međunarodnih organizacija kojima je priznato svojstvo subjekta međunarodnog prava. Uticaj Katoličke crkve je danas smanjen u odnosu na prošlost, ali ipak postoji u međunarodnim odnosima jer je ona u enciklici "Pacem in teris" prihvatila nova gledanja savremenih međunarodnih odnosa.

Odnos Svete stolice i Države Vatikanskog Grada bio je predmet izučavanja velikog broja teoretičara međunarodnih odnosa i međunarodnog javnog prava, ali se teorije o pravnom odnosu ova dva entiteta mogu podijeliti u dvije grupe: monističke i dualističke (Vukićević, 2011: 16). Po monističkoj teoriji uvijek postoji jedan subjekat, iz kojeg izvire međunarodnopravni status drugog entiteta. U ovom konkretnom odnosu postoje tri grupe monističkih teorija. Prva je da je jedini subjekat Sveta stolica, druga da je to Vatikan a treća da je Sveta stolica subjekat a Vatikan objekat u međunarodnim odnosima. Sa druge strane, dualistička teorija podrazumijeva postojanje dva subjekta nekog odnosa, i vodeći se time Sveta stolica i Država Vatikanskog Grada su odvojeni entiteti. U nastavku rada nastojaćemo ponuditi sopstveno tumačenje odnosa dva entiteta, gledano kroz prizmu istorijskog razvoja i osnovnih postulata savremenog međunarodnog prava.

3. Međunarodnopravni status Države Vatikanskog Grada

Uslijed nerijetke politizacije, Crkva je imala i pozitivan i negativan uticaj na tok istorije. Na svjetskoj političkoj sceni Katolička crkva je zastupljena nakon raskola Hrišćanstva na Istočno i Zapadno 1054 godine. Za razliku od pravoslavne, protestantske crkve, budizma itd. koji su organizovani na nacionalnoj osnovi, Katolička crkva je, kako i termin "katholikos" („sveopšti“) etimološki ukazuje, univerzalnog karaktera. Samim tim, Katolička crkva je univerzalna vjerska organizacija, suštinski sastavljena od hijerarhijskog i centralističkog uređenja, sa osnovnim ciljem obezbjeđivanja idejnog jedinstva katolika u svijetu. Ona je najbrojnija i najorganizovanija vjerska zajednica u svijetu. Kako bismo izučili međunarodnopravni položaj papske države, Države Vatikanskog grada, u savremenim međunarodnim odnosima, neophodno je osvrnuti se na istorijat njenog postojanja i djelovanja, kao i obratiti pažnju na elemente subjektiviteta koje posjeduje, i koje dijeli sa Svetom stolicom, u odnosu prema kojoj se i konstituiše.

3.1 Istorijski razvoj Države Vatikanskog Grada

Od VIII vijeka do 1870. godine, postojala je papska država koja sa svojom duhovnom i svjetovnom politikom predstavlja subjekat međunarodnog prava. Prvi udarac teokratskom sistemu papske države zadaje Francuska revolucija a zatim i Pokret za ujedinjenje Italije, zbog čega je papa tada došao u otvoreni sukob sa italijanskim narodom koji se borio za nacionalno ujedinjenje Italije. Otada, pa sve do 1929, Papa se povukao u zidine Vatikana i svoj polo-

žaj okarakterisao riječima “sub hostile dominatione” – pod neprijateljskom vlašću (Avramov i Kreća 2003: 308). Odlučujući faktor u osiguravanju apsolutne nezavisnosti i suvereniteta Svete Stolicе na međunarodnoj sceni je konstituisanje Države Vatikanskog grada. Poznatim Lateranskim sporazumima zaključenim 1929. Između Vatikana i pape Pija XI s jedne strane i tadašnje fašističke Italije sa druge strane, formirana je Država Vatikanskog grada, potvrđena od strane Republike Italije.

Vatikan je temporalno sjedište i Svete Stolicе i Rimokatoličke crkve. Kao enklava, nalazi se u sjeverozapadnom dijelu Rima (vatikanska palata sa muzejima, vatikanski vrtovi, Bazilika svetog Petra i Trg svetog Petra koji je otvoren za publiku). Izvan Vatikana državi pripada nekoliko crkava i zgrada u Rimu, te papina ljetnja rezidencija Kastel Gandolfo. Država Vatikanskog Grada je dio vatikanskog dvojstva zajedno sa Svetom Stolicom. Njen pravni položaj je specifičan. Politički dokumenti Lateranskih ugovora kojima se rešava tzv. Rimsko pitanje ističu samostalnost Države Vatikanskog Grada i suverenitet pape.

3.2 Elementi državnosti i subjektiviteta Države Vatikanskog Grada

U pogledu državnosti Vatikana, teorije međunarodnog prava poznaju različita stanovišta. Imajući u vidu da Lateranski sporazumi priznaju Vatikanu svojstvo države, zatim njen značaj u međunarodnim odnosima, danas su sve rjeđa stanovišta po kojima država sa tako malom teritorijom i nestalnim stanovništvom, ne može imati svojstvo subjekta međunarodnog prava.

Teoretičari koji se protive stavu da Vatikan međunarodnopravno posmatrano jeste država, uglavnom se pozivaju na to da se vršenjem dužnosti u Vatikanu stiče samo privremeno vatikansko državljanstvo koje prestaje sa prestankom dužnosti, te da stoga uspostavljanje države na nekoj teritoriji u odsustvu stalnog stanovništva, objektivno nije moguće. Kada je u pitanju vršenje suvereniteta u ovoj državi, vlast pape je pretežno duhovna tako da je teritorijalna vlast samo simbolična. Na kraju, pravni osnov papinih ovlašćenja jesu Lateranski ugovori i konkordati na osnovu kojih papa na teritoriji drugih država neposredno ostvaruje duhovnu vlast. Na ovaj način je data razumljiva podloga ovom stanovištu koje Državu vatikanskog grada smatraju nestvarnim subjektom međunarodnog prava. U ovom slučaju, subjektom se smatra isključivo organizacija Rimokatoličke crkve kao međunarodne organizacije. Stoga, po ovim teorijama, pravni položaj Vatikana je neodrživ i neprihvatljiv.

Međutim, formalno gledano, Država Vatikanskog Grada ima osnovne elemente državnosti: stanovništvo, teritoriju i suverenu vlast, kako je utvrđeno Lateranskim sporazumima. U prilog ovome kao i posebnom značaju ove države, brojni teoretičari, uvažavajući da se u ovoj državi susrijeću i harmonizuju duhovna i svjetovna dimenzija, ističu i njen dvojni karakter koji svojim specifičnostima doprinosi jedinstvenom međunarodnopravnom statusu Države Vatikanskog Grada. Kao što smo ranije kazali, u slučaju da nestane jedan od konstitutivnih elemenata države: stanovništvo, teritorija ili suverena vlast, nestaje država kao subjekat međunarodnog prava. Dakle, Država Vatikanskog grada ima međunarodnopravni subjektivitet počev od njenog konstituisanja putem Lateranskih sporazuma.

Država Vatikanskog Grada je članica brojnih međunarodnih organizacija koje se bave humanitarnim i kulturno-prosvjetnim pitanjima. Ima status posmatrača kad su u pitanju međunarodne organizacije političkog karaktera kao što su Ujedinjene nacije i specijalizovane agencije. Iako današnja vatikan-ska država nije identična sa papinskom državom od 1870, ipak ima međunarodnopravnu subjektivnost. Međunarodna politika Vatikana se sastoji od crkveno-vjerskih i društveno-političkih motiva. Njena diplomatska aktivnost utiče na savremeni razvoj međunarodnog života putem univerzalnog očuvanja mira, vladavine pravde, nesebičnih pretenzija itd. Subjektivitet jedne države takođe čini i sposobnost održavanja međunarodnih odnosa, što je svakako karakteristika i ove države.

Sagledavajući različita mišljenja vezana za međunarodnopravni subjektivitet, jasno je u pitanju specifičnost identiteta ove države i da se ona kroz angažovanje u različitim sferama: političkoj, društvenoj, religijskoj i brojnim drugim, logičnim pristupom problemu treba poštovati dokumentima koji potvrđuju njenu vjerodostojnost.

4. Položaj Svete stolice u međunarodnoj zajednici

Rim je istaknuto episkopsko sjedište crkve koje datira još od ranih hrišćanskih vremena i sadrži centralnu vladu crkve i razna druga tijela neophodna za administriranje svakodnevnih poslova. Posmatrano kroz prizmu diplomatije, Sveta stolica je vrh Rimokatoličke crkve. Ono što izdvaja Svetu Stolicu od drugih crkvenih sjedišta i tijela, i što joj daje prednost, jeste upravo njen subjektivitet u međunarodnom pravu. Priznata je od strane drugih subjekata međunarodnog prava kao suvereni entitet koji na čelu sa papom održava diplomatske odnose. Podstaknuti tim činjenicama, u nastavku rada

detalnije ćemo predstaviti elemente međunarodnog i međunarodnog pravnog subjektiviteta Svete stolice i način na koji se oni ispoljavaju u međunarodnim odnosima.

4.1 Elementi subjektiviteta Svete stolice

Savremena politikologija na ovim prostorima pod posredstvom svega par autora bavila se ovom temom. Politička aktivnost Svete stolice temelji se na specifičnim crkveno-političkim motivima. Ona se ostvaruje putem papinih inicijativa na međunarodnom planu. Sveta stolica je podjednako održavala svoje diplomatske odnose i u vrijeme papske države ali i u Državi Vatikan-skog Grada, što jasno dokazuje da je specifičan subjekat međunarodnog prava i da nije vezana i ne zavisí od određene teritorije. Sveta stolica jeste subjekat međunarodnog prava, ali zaključno sa Rimokatoličkom crkvom čiju vrhovnu vlast predstavlja. Sveta stolica uživa puni međunarodni subjektivitet. Potpisnik je konvencija, šalje i prima diplomatske predstavnike.

Sveta stolica i Vatikan su dva različita međunarodnopravna identiteta. Najjednostavnije rečeno Sveta stolica govori i odlučuje u ime Rimokatolike crkve, a u ime Svete stolice, vrhovni poglavar-papa. Sveta Stolica je duhovna i vremenska vlada Rimokatoličke crkve. Sastoji se od pape, Rimske kurije, različitih odeljenja i instituta koji pomažu papu u vođenju crkve, i Kardinala.

Sa stanovišta diplomatije, Sveta stolica nije se značajno promijenila još od vremena svog nastanka. Nakon prestanka postojanja Papske države pa sve do utemeljenja Vatikana, mnoge države su nastavile održavati diplomatske odnose sa Svetom stolicom i nastavile sklapati međunarodne ugovore (konkordate), te je Sveta stolica prihvaćena kao samostalni subjekt međunarodnog prava. Subjektivitet Svete stolice nastavio je postojanje i nakon potpisivanja Lateranskih ugovora (1929), te je on priznat i danas zajedno sa subjektivitetom Vatikana. Zapravo, može se kazati da je potpisivanjem Lateranskih sporazuma njen međunarodni subjektivitet je pravno ustanovljen i regulisan. Istorija nastanka Svete stolice veže se za nastanak i trajanje papske države. Već pomenuti istorijski koncept ukazuje na problem Rimskog pitanja između Italije i Svete stolice. Lateranskim sporazumom između Italije i tadašnje Apostolske stolice riješeno je Rimsko pitanje i odnos između ove dvije strane. Tadašnji predsjednik italijanske vlade Benito Musolini i državni sekretar Svete Stolice, cardinal Gaspar su potpisnici sporazuma koji je temelj određivanja odnosa ove dvije strane i danas. Italija je ovim sporazumom priznala suverenitet, apsolutnu vlast i jurisdikciju Svete stolice nad Vatikanom. Lateranskim spora-

zumom regulisane su granice Vatikanskog grada, zgrade izvan Vatikana koje imaju status eksteritorijalnosti, položaj pape, odnos Katoličke crkve i italijanske države i brojna druga pitanja. Ovaj sporazum se sastoji od tri ugovora. Prvi ugovor je Ugovor o pomirenju između Svete stolice i Italije, drugi je konkordat o crkvenim pitanjima poput konkordata sa drugim zemljama (kojeg je zamijenio novi konkordat, sklopljen sa socijalističkom vladom 1984. godine), a treći je finansijski sporazum kojim su ukinuta finansijska potraživanja od strane Svete stolice prema Italiji (Vukićević, 2011: 15).

4.2 Sveta stolica i diplomatski odnosi

Dakle, sama Rimokatolička crkva ima međunarodnopravni subjektivitet koji počiva i podržan je Svetom stolicom kao subjektom međunarodnog prava. Sveta stolica je partner drugim državama pri formiranju međunarodnih odnosa sa ovom crkvom. Ona ima najveća i najstarija diplomatska predstavništva u svijetu. Postoji i posluje u okviru međunarodne zajednice, kao pravno oličenje crkve. Ona kao međunarodni subjekat, uživa imunitet od strane nadležnosti, i taj imunitet se takođe pripisuje njenim organima. (Cassese, 2001: 132)

Sveta stolica je prepoznata kao subjekat međunarodnog prava. Njen status punog pravnog subjektiviteta najbolje pokazuje činjenica da ona održava diplomatske odnose sa brojnim državama. Ona šalje svoje diplomatske predstavnike u druge države, ima predstavnike pri međunarodnim organizacijama a brojne države održavaju diplomatske odnose sa Svetom Stolicom što nije slučaj sa Državom vatikanskog grada ili Katoličkom crkvom. Sveta stolica održava diplomatske odnose sa 179 država, Evropskom Unijom, Suverenim malteškim viteškim redom itd. Između ostalih te države su: Vijetnam, Laos, Sjeverna Koreja, Saudijska Arabija, Avganistan, Malezija itd. Zanimljivost je da je Tajvan (Republika Kina) jedina država nečlanica UN sa kojom Sveta Stolica ima diplomatski odnos, premda je međunarodnopravni subjektivitet Tajvana u svojstvu države veoma upitan. Razne nevladine međunarodne organizacije kulturnog, naučnog i vjerskog karaktera imaju Svetu stolicu kao svoju članicu.

Sveta stolica ima i predstavništva pri međunarodnim organizacijama. Međutim, u svjetskoj organizaciji, Ujedinjenim nacijama, Sveta stolica ima status posmatrača, što je profilaciji njenog djelovanja i odgovarajuće, naročito imajući u vidu da je u periodu dva svjetska rata nakon kojeg je stvaranje Ujedinjenih nacija i uslijedilo, zagovarala trajnu neutralnost, kao i da je njen cilj

da se njen glas u međunarodnoj zajednici čuje, bez preuzimanja prava i obaveza koje članstvo u Ujedinjenim nacijama podrazumijeva. Postizanje i očuvanje mira je ono što povezuje Svetu stolicu i Ujedinjene nacije, pa je sasvim prirodno da postoji njihova saradnja. .

Sveta stolica ima status posmatrača pri regionalnim evropskim organizacijama kao što je npr. Evropska Unija, (u početku sa Evropskom zajednicom), zatim OEBS (nekadašnji KEBS) i Savjet Evrope. Saradnja Svete stolice intenzivna je i sa organizacijama na drugim kontinentima, budući da činjenica da je njeno sjedište u Evropi, ne utiče na njenu univerzalnu misiju mira. Stoga, ona ima status stalnog posmatrača pri Organizaciji američkih država (OAS), zatim pri Afričkoj uniji (nekadašnja Organizacija afričkog jedinstva), Arapskoj ligi i Konsultativnom pravnom afro-azijskom komitetu (AALCC).

4.3 Uloga Svete Stolice u pozicioniranju katolicizma u međunarodnim odnosima kroz njen međunarodnopravni status

Sveta Stolica je članica raznih međunarodnih organizacija i grupa, uključujući i Međunarodne agencije za atomsku energiju (IAEA), Međunarodne telekomunikacione unije (ITU), Organizacije za evropsku bezbjednost i saradnju u Evropi (OEBS), Organizacija za zabranu hemijskog oružja (OPCW) i Visoki komesarijat Ujedinjenih nacija za izbeglice (UNHCR). Sveta Stolica je i stalni posmatrač u raznim međunarodnim organizacijama , uključujući Generalne skupštine Ujedinjenih nacija, Savjeta Evrope, UNESCO (Organizacija UN za obrazovanje, nauku i kulturu), Svjetske trgovinske organizacije (WTO), kao i Organizacije za ishranu i poljoprivredu (FAO).

Nesumnjivo je da postoje pravila međunarodnog prava o zaštiti pojedinca i njegovog etičkog, vjerskog i moralnog aspekta predstavljenog različitim vjerskim liderima, između ostalih i rukovodiocem Rimokatoličke crkve. U tom svojstvu papa igra ulogu u međunarodnom pravu. Upavo je on taj koji ističe poštovanje ljudskih prava, stvaranje mira i slobode i sl. Sveta stolica doprinosi razvoju veza među narodima i okrenuta je posredstvom pape zajedničkom dobru čovječanstva. Na međunarodnom polju Sveta Stolica svojom diplomatskom aktivnošću daje doprinos napretku međunarodne zajednice u etničkom i duhovnom smislu.

Možemo uočiti da jedan od osnovnih razloga zbog kojih države ulaze u diplomatske odnose sa Svetom stolicom, čak iako nisu okrenute katoličkoj pripadnosti jeste tradicija i moralni autoritet pape, vrha Svete stolice. On je njen glavni diplomatski predstavnik. Papa javno ističe ulogu religije i vjerske

etike u formiraju pojedinih država i njihove unutrašnje i spoljne politike, i te poruke nalaze svoje mjesto u međunarodnom pravu. Snaga njegovih poruka pojačana je isticanjem međureligijskog dijaloga. Iako bukvalno nema teritoriju zahvaljujući pravu pape Sveta stolica dobija status u međunarodnom pravu. Ima pravo da šalje i prima diplomatske predstavnike i zaključuje ugovore sa stranim silama. Jedan vatikanski diplomata je odlično formulisao njen položaj, kazavši da Sveta stolica nije država, već ona ima državu.

5. Zaključak – specifičan odnos Države Vatikanskog Grada i Svete stolice

Svaki subjekt međunarodnog prava gradi svopstveni identitet, i u interakciji sa drugim entitetima ostvaruje međunarodnopravno propisana prava i obaveze. Nakon što smo izučili opšte i međunarodne karakteristike Države Vatikanskog Grada i Svete stolice, ispunili smo uslove za ostvarivanje početne intencije, iznošenje zaključka o međusobnom odnosa ova dva entiteta, njihovom subjektivitetu i uzajamnom značaju u međunarodnim odnosima.

Najprije, iako se često poistovjećuje sa Vatikanom, Sveta stolica nije isto što i Vatikan grad-država, koji postoji od 1929, dok Sveta Stolica datira još od ranih hrišćanskih vremena. Ova dva entiteta, sve i da oba ne posjeduju međunarodnopravni subjektivitet ili ne, konstituišu svoje djelovanje samo u uzajamnoj interakciji. Međusobno se dopunjuju na način što Država vatikanskog grada štiti slobodu i nezavisnost Svete stolice a samim tim i njenog vrhovnog poglavara. Do egalizacije ova dva subjekta neće doći jer za tim nema razloga. Sveta stolica bi i dalje postojala ukidanjem Vatikana, dok u suprotnom slučaju postojanje Vatikana bi se dovelo u pitanje. Imajući to u vidu, neosporno je da Sveta stolica ima veliki značaj na međunarodnoj sceni, štaviše prema načinu postanka i prema činjenici da se postojanje Vatikana zasniva na odnosu sa njom, kao i da se putem konkordata sa Svetom stolicom kreiraju principi katolicizma u ostalim državama subjektima međunarodnog prava, postoje osnovani razlozi za izdizanje njenog značaja iznad značaja države-grada na čijoj teritoriji se njeno djelovanje obavlja i koje ima pri-vremeno stanovništvo, porijeklom iz drugih država.

Sveta stolica nije samo entitet koji se dovodi u vezu sa religijom, već entitet sa punim međunarodnopravnim subjektivitetom. U prilog tome ide istorija dugovječnosti učešća Svete stolice u međunarodnim poslovima i diplomatskim odnosima. Ona ispunjava sve relevantne kriterijume za postizanje subjektiviteta koji proizilazi iz njenog vjerskog i duhovnog autoriteta. S obzi-

rom na to da, na međunarodnoj sceni crkva ne može biti pozicionirana na isti način kao država ili bilo koji drugi subjekt međunarodnog prava, već je njen pravni položaj određen domaćim i međunarodnim aktima o odnosu prema ostalim subjektima, entitet kao što je Sveta stolica, koji nije ni država ni međunarodna organizacija, svoj međunarodnopravni subjektivitet ispoljava uz neosporan uticaj Države Vatikanskog Grada. Sveta stolica je jedinstvena u odnosu na ostale subjekte međunarodnog prava. Zbog te svoje jedinstvenosti, često se čini da je entitet koji prkosi razumijevanju.

Sveta stolica i Država vatikanskog grada su dva odvojena entiteta, međutim, ujedinjena pod autoritetom pape. Vatikan je priznat kao država putem Leteranskih ugovora dok Sveta stolica vrši svoju spoljnu politiku po mnogim teoretičarima kao međunarodna zajednica sa prisustvom diplomatskih odnosa i duhovnom i mirovnom misijom u internacionalnoj politici. Teritorija Svete stolice, Država Vatikanskog Grada, predstavlja mjesto za slobodno ostvarivanje njene vjerske i moralne misije. Ipak, Sveta stolica nikada nije napustila princip da je osnova teritorijalnog suvereniteta neophodna kako bi njena nezavisnost bila apsolutna i vidljiva, što ukazuje na konstituisanje dva entiteta, jednog koji pruža bazične elemente državnosti, a drugog kako njegovu osnovu u Rimokatoličkoj crkvi, tako i njegovu nadgradnju u smislu diplomatskog predstavljanja, samo u uzajamnom djelovanju.

Literatura

- Avramov, S. i M. Kreća (2003): *Međunarodno javno pravo*, Beograd
- Beridž, R. Dž. (2008): *Diplomatija – teorija i praksa*, Beograd
- Cassese A. (2001): *International Law*, Oxford University Press, Oxford
- Cvrlje, V. (1980): *Vatikan u suvremenom svijetu*, Školska knjiga, Zagreb
- Milošević, Z. (1997): *Demokratija ili hristokratija – Sveta stolica između rata i mira*, Beograd 1997
- Turčinović, F. (2009): *Međunarodno javno pravo*, Banja Luka
- Vukadinović, R. (2009): *Izabrana djela, Međunarodni politički odnosi*, Podgorica
- Vukićević, B. (2011): *Organizacija diplomatije Svete Stolice*, Podgorica
- Theutenberg, B. J. (2003): *The Holy See, the Order of Malta and International Law*, s.a.
- Young S. and S. Alison, (s.d.): *Separating State from Church: A Reasearch Guide to the Law of the Vatican City State*
- www.un.org *The Catholic Church at the United Nations*

UDK: 341.343.327

GENOCID KAO MEĐUNARODNO KRIVIČNO DELO U SAVREMENIM MEĐUNARODNIM ODNOSIMA

GENOCIDE AS AN INTERNATIONAL CRIME IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

JELENA BEČIĆ,

studentkinja Fakulteta za državne i evropske studije, Podgorica

Apstrakt: Rad se bavi proučavanjem međunarodnog regulisanja zločina genocida i postavlja pitanje da li su mehanizmi za sprečavanje i kažnjavanje dovoljno efikasni i da li daju odgovarajuće rezultate. Pažnju ćemo obratiti i na neke savremene primere genocida, kako bismo pokazali početnu hipotezu da u savremenim međunarodnim odnosima, zločin genocida nije u dovoljnoj meri međunarodno pravno regulisan i sankcionisan.

Ključne reči: Genocid, međunarodno javno pravo, drugi zločini, savremeni primeri

Abstract: This paper studies the regulation of international crimes of genocide and poses the question of whether the mechanisms for its prevention and punishment are effective enough and whether they give proper results. We will pay attention to some contemporary examples of genocide, in order to show the initial hypothesis that in contemporary international relations, genocide is not sufficiently regulated and recognized by the international law.

Key words: Genocide, Public International Law, Other Crimes, Contemporary Examples

1. Uvod

Kako kaže američki pisac Thomas M. Disch, jedna izvanzemaljska futuristička sila uništava ljudsku vrstu i "čisti" planetu, pretvarajući je u veliku poljoprivrednu površinu. Svođenje čoveka na stanje štetnog insekta nije na

nesreću bilo samo element književnog proučavanja (Bruneteau, 2005: 9). Ono se pojavilo mnogo ranije. Kao ideja i praksa bilo je posledica mnogih političkih i ideoloških poduhvata koji su započeti 1915. godine i koji su se nastavili sve do poslednjih godina 20. veka, od kojeg su ljudi očekivali da bude vek neograničenog napretka. Različite grupe ljudi doživljavale su pokušaj delimičnog ili potpunog istrebljenja, koje je uvek bilo ideološki motivisano: evropski Židovi i Romi, Tutsiji u Ruandi, bosanski muslimani itd. Takvi zločini doveli su do kreiranja pojma "genocid".

Cilj ovog rada jeste da pokaže da zločin genocida nije dovoljno dobro objašnjen i regulisan u međunarodnom javnom pravu, gde se još uvek oskudava u postojanju raznih mehanizama za sprečavanje i kažnjavanje, tako da, danas, pravnici imaju poteškoća, a o patnjama ljudi na ratnim sukobima zahvaćenim područjima i nepostojanju njihove adekvatne pravne zaštite, suviše je i govoriti. Osnovna motivacija za bavljenje ovom temom jeste činjenica da u međunarodnom javnom pravu, definicija genocida nije menjana 60 godina, a čak ni postojanje nekoliko tribunala za njegovo kažnjavanje i sankcionisanje, nije dovelo do prestanka ponavljanja zločina. Sa stanovišta međunarodnopravne regulative jedan od najvećih neuspeha međunarodnog prava je ne-dovoljna posvećenost ovom pitanju, što za sobom povlači mnoge posledice, kao što su razne političke motivisane akcije usmerene ka istrebljenju čitavih grupa ljudi.

Početnu hipotezu pokušaćemo ispitati na bazi izučavanja načina na koje je zločin genocida definisan, naročito tumačenja Konvencije o sprečavanju i kažnjavanju zločina genocida, poređenja genocida sa ostalim međunarodnopravno definisanim zločinima, ali i posmatrajući rad savremenih tribunala i osnovne odrednice savremenih zločina genocida. S tim u vezi, pokušaćemo pokazati da je problematična i sama definicija pojma "genocid", te će jedan od predloga autora za unapređenje kažnjavanja zločina genocida biti njeno preciziranje. Ukoliko bi ona bila preciznija, predstavljala bi olakšicu u sprovođenju i primeni prava, a samim tim i ograničiti njihovo kršenje, odnosno, svesti kršenje na minimum, a zaštitu na maksimum.

Cenimo važnim ispitivanje ovog problema, najpre svakako sa etičkog stanovišta, budući da je dužnost čovečanstva da pruži doprinos kršenju ius cogens normi, ne samo radi doslednog sledjenja pravne regulative, već i jer ne-pravo ili nedostatak pravne regulative, kao što je istorija mnogo puta pokazala, dovodi do masovnog kršenja kategorija osnovnih ljudskih prava i sloboda u bilo kom delu sveta. U tom kontekstu, jedno poglavlje biće posvećeno i

oceni inkriminisanosti zločina genocida u domaćem, crnogorskom, zakonodavstvu, budući da je njegovo dosledno regulisanje u domaćem zakonodavstvu obaveza svih potpisnika Konvencije. Doprinos pravnoj nauci u domenu izučavanja zločina genocida važan je jer samo dosledna pravna regulativa može kazniti počinitelje i sprečiti dalje zločine, što je cilj kako savremenog međunarodnog prava, tako i savremenih međunarodnih odnosa koji moraju počivati na primeni mekog prava i doslednoj upotrebi međunarodnopravno propisanih sredstava za mirno rešavanje sporova.

2. Konceptualno-teorijski okvir

Prema Konvenciji o sprečavanju i kažnjavanju zločina genocida Ujedinjenih nacija, koja je stupila na snagu 15 januara 1951. godine, genocid je međunarodni zločin namernog, potpunog ili delimičnog uništavanja nacionalnih, etničkih, rasnih i religioznih grupa. Posebno se ističu:

- član II: U ovoj konvenciji pod genocidom se podrazumeva bilo koje od niže navedenih dela, počinjenih u nameri da se potpuno ili delimično uništi kao takva neka nacionalna, etnička, rasna ili religiozna grupa: (a) ubistvo članova grupe; (b) teška povreda fizičkog ili mentalnog integriteta članova grupe; (c) namerno podvrgavanje grupe takvim životnim uslovima koji treba da dovedu do njenog potpunog ili delimičnog fizičkog uništenja; (d) mere usmerene ka sprečavanju rađanja u okviru grupe; (e) prinudno premeštanje dece iz jedne grupe u drugu.

- član III: Biće kažnjena sledeća dela: (a) genocid; (b) sporazum o izvršenju genocida; (c) neposredno i javno podsticanje na izvršenje genocida; (d) pokušaj genocida; (e) saučesništvo u genocidu (Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide – Article II and III).

Međutim, sam naziv genocid nastao je neposredno pre potpisivanja Konvencije. Prvi put ga je upotrebio poljski Jevrej, advokat Rafael Lemkin 1943. godine. Motiv upotrebe ovog izraza bili su zločini nacističke Njemačke u Drugom svetskom ratu. On je izveo reč genocid, spajajući grčku reč "genos", što znači pleme ili rod, i koren latinske reči "occidere – cide", što znači ubiti. U tome leži njegov originalni doprinos razvoju pravne nauke. U dvadesetom i početkom dvadesetprvog veka izučavanje zločina genocida postalo je predmet rada niza teoretičara. Značajno je tvrđenje Barbare Harff i T. R. Gurr-a, gde genocid i politocid nastaju zbog politike nekog pojedinca ili grupe, i to loše vođenje državom prouzrokuje smrt jednog znatnog dela grupe ljudi. U genocidu, žrtve su uglavnom razne rasne, etničke ili religiozne grupe. Politocid

pak znači pojedinačno ili masovno ubijanje ljudi zbog njihovih političkih stavova ili delovanja na teritoriji jedne ili više država od strane vršioca vlasti, bez obzira na karakter te vlasti. Žrtve politicida su uglavnom političke opozicije određenog režima i dominantne grupe (Gurr & Harff, 2004).

Genocidi mogu da biti shvaćeni i kao jedan u širem spektru masovnih zločina, koji uključuje i ratne zločine, zločine protiv čovečnosti i etničko čišćenje. Ratni zločin u najširem smislu označava svako ono krivično delo koje predstavlja povredu ratnog, odnosno međunarodnog krivičnog prava. Međunarodne konvencije pod tim podrazumevaju "povredu zakona i običaja rata", što uključuje ubistva, zlostavljanje i deportacije civilnog stanovništva u logore za prisilni rad; ubistva i zlostavljanje ratnih zarobljenika; ubistva talaca; uništenje gradova i naselja koje nije opravdano vojnim potrebama (Solis, 2010: 301-303).

Ratni zločini su postojali i bili definisani običajnim pravom od davnina. Koncept je prvi put kodifikovan Haškim konvencijama. Što se tiče zločina protiv čovečnosti, nije bio jasno izdvojen u većini zakonodavstava u svetu, već je obično bio regulisan sa ratnim zločinima ili u okviru krivičnih dela protiv međunarodnog prava. Usvajanje Rimskog statuta je, za sve zemlje koje su ga usvojile, stvorile obavezu da uvrste ovo delo u svojim krivičnim zakonodavstvima. Etničko čišćenje je izraz kojim se opisuju nasilne akcije koje za cilj imaju uklanjanje određene etničke zajednice, po pravilu manjinske, u cilju postizanja etničke homogenosti na određenoj teritoriji, a koje uključuju razne oblike nasilja – od ubistva, silovanja, mučenja i zastrašivanja do nasilnog proterivanja (Forsythe, 2009: 163).

3. Međunarodnopravno regulisanje zločina genocida

S' obzirom da je Lemkin uspešno izvršio kampanju za univerzalno prihvatanje međunarodnih prava, definišući i zabranjujući genocide, zatim da po međunarodnom običajnom pravu u krivična dela spadaju ona protiv humanitarnog prava, logično je bilo da se termin genocid uvede u oblast međunarodnog javnog prava. Takođe povod za savremeno međunarodnopravno regulisanje genocida dali su i zločini fašističkih država, naročito nacističke Nemačke, masovna istrebljenja slovenskih naroda, Jevreja, Roma i drugih. Ubrzo su statuti međunarodnih vojnih sudova u Nirnbergu i u Tokiju prihvatili termin genocid. Imajući u vidu sve ove činjenice, Generalna skupština UN osudila je genocid kao međunarodni zločin, pozvala državne članice da u svom zakonodavstvu donesu odgovarajuće propise protiv njega i da organizuju međuna-

rodnu saradnju za njegovo suzbijanje. Posredstvom Ekonomsko – socijalnog saveta završen je nacrt konvencije i ona je jednoglasno prihvaćena 1948. godine.

Međunarodno ratno pravo je u prošlosti štitilo civilno društvo od masovnih ubistava i zlostavljanja za vreme rata ali nije do skoro ni postojala definicija genocida a još manje način za njegovo sprečavanje i kažnjavanje. Konačno je u drugoj polovini 20. veka stvorena nova grana kaznenog prava, međunarodno krivično pravo, koje se po svojim karakteristikama nalazi između nacionalnog krivičnog prava i međunarodnog javnog prava.

Osnovni i najznačajniji pojam i institut ove grane prava je međunarodno krivično delo. U okviru tog dela spada naravno i najteže, a to je upravo zločin genocida, kojim se uskraćuje pravo na opstanak pojedinim nacionalnim, rasnim, verskim ili etničkim grupama. Za to delo je u krivičnom zakonodavstvu nekih država propisana najteža vrsta kazne – kazna dugotrajnog zatvora. U sledećem poglavlju pokušaćemo predstaviti dva savremena zločina genocida, što dovoljno govori o činjenici da međunarodnopravna regulativa zločina, koja potiče još od polovine dvadesetog veka, nije dovoljna.

3.1 Primeri genocida u savremenim međunarodnim odnosima

U savremenim međunarodnim odnosima, jedan od potenciranih primera genocida jeste genocid koji se desio na Balkanskom poluostrvu ili tačnije u Bosni i Hercegovini, 1995. godine. Taj masakr podrazumeva masovna planska ubistva velikog broja bošnjačkih muškaraca i dečaka između 11 i 77 godina. Dogodio se u regionu Srebrenice, a izvele su ga vojska Republike Srpske pod komandom generala Ratka Mladića, uključujući i paravojnu formaciju „Škorpioni“, pod kontrolom Ministarstva unutrašnjih poslova Srbije. Događaj se smatra jednim od najvećih masakara u Evropi nakon Drugog svetskog rata, gde je ubijeno oko 8.000 ljudi. Mladić i drugi srpski oficiri su u međuvremenu optuženi za ratne zločine uključujući i genocid, pred Međunarodnim krivičnim sudom za bivšu Jugoslaviju (Thackrah, 2008). Do danas, sveukupno je 14 osoba osuđeno za genocid na području Bosne i Hercegovine. Međunarodni sud za ratne zločine počinjene na području bivše Jugoslavije doneo je četiri presude, sud u Bosni i Hercegovini devet, a nemački sudovi jednu.

Osim genocida u Srebrenici, naravno, postoje i mnogi drugi. Jedan od najgorih događaja koji podrazumeva masovna ubijanja, jeste svakako genocid u Ruandi. On označava masovna ubistva na stotine hiljada pripadnika manjinskog naroda Tutsi, kao i pripadnike naroda Hutu. Ovaj zločin su uglavnom

počinile dve Hutu ekstremističke organizacije. Ubijanja su se odigrala tokom 1994 godine i u njima je ubijeno od 500.000 do 1.000.000 ljudi. Činjenica je da je 21. aprila 1994 godine, u vreme kada je bilo najviše ubijanja u Ruandi, doneta odluka o smanjenju broja mirovnih trupa UN-a na svega 270. Stručnjaci tvrde da se zločin mogao sprečiti intervencijom svega 5.000 mirovnih trupa međunarodne zajednice. Mnoge zemlje uključujući Francusku, Belgiju i SAD su odbile da spreče masakr. Kanada, Holandija i Gana su nastavile da vode mirovne snage UN-a u Ruandi, ali to nije bilo dovoljno da se izbegne ovako veliki broj žrtava (Langford, 2005). Počinitelji ovog zločina su proglašeni krivima na Međunarodnom sudu pravde za Ruandu.

3.2 Crnogorski pravni okvir za sprečavanje i kažnjavanje zločina genocida

U jugoslovenskom krivičnom zakonodavstvu krivično delo genocida je uneto već u Krivični zakonik iz 1951. godine. Radnja genocida, kako je određena u članu 2. Konvencije, preuzeta je u taj Krivični zakonik, na osnovu čega je formulisana i sada važeća sveobuhvatna sadržina iz člana 426. Krivičnog zakonika Crne Gore. Rešenje u KZ Crne Gore ostaje na pozicijama Konvencije i ne proširuje krivičnopravnu zaštitu i na neke druge grupe.

Krivični zakonik Crne Gore kaže: "Ko u nameri da potpuno ili delimično uništi neku nacionalnu, etničku, rasnu ili vjersku grupu naredi da se vrše ubistva ili teške povrede tela ili teško narušavanje fizičkog ili duševnog zdravlja članova grupe ili da se grupa stavi u takve životne uslove koji dovode do potpunog ili delimičnog istrebljenja grupe ili da se primene mere kojima se sprečava rađanje između pripadnika grupe ili da se vrši prinudno preseljavanje djece u drugu grupu ili ko u istoj nameri izvrši neko do navedenih dela, kazniće se zatvorom najmanje osam godina ili kaznom zatvora od četrdeset godina." (Član 426 – Krivični zakonik Crne Gore)

Imajući u vidu da Crna Gora kroz istoriju nije bila zahvaćena zločinom genocida, ovakav način regulisanja genocida u domaćem zakonodavstvu čini se dovoljnim. Međutim, budući da nacionalna zakonodavstva najčešće slede primere međunarodnog javnog prava, navešćemo načine na koje je potrebno unaprediti sprečavanje i kažnjavanje zločina genocida, koje je potrebno primeniti i u zakonodavstvima pojedinačnih država članica Ujedinjenih nacija.

4. Mehanizmi sprečavanja i kažnjavanja zločina genocida – nedostatak savremenog međunarodnog prava

Genocid je uvek organizovan i računa se kao kolektivan bez obzira da li je u pitanju zločin nad manjom ili većom grupom ljudi, i kao krivično delo mora biti kažnjen. Genocid postoji bez obzira na broj žrtava, ako su dela izvršena u nameri uništenja pripadnika određenih grupa.

Po klauzulama Konvencije kazniće se svi izvršioci i saučesnici genocida ali i pokušaji udruživanja radi vršenja genocida. Države članice UN dužne su da preduzmu zakonodavno mere za primenu Konvencije, naročito propisivanjem efikasnih krivičnih sankcija. Krivcima će suditi nadležni sudovi države na čijoj su teritoriji genocidna dela izvršena ili međunarodni krivični sud (Međunarodni krivični sud je tijelo nadležno za suđenja za međunarodna krivična dela počinjena na teritoriji ili od strane državljana država koje su pristupile sudu).

Imajući u vidu broj genocida koji se do danas dogodio u svetu kao i broj žrtava tokom ovog krivičnog dela, jasno se stavlja do znanja da mehanizmi sprečavanja i kažnjavanja genocida nisu efikasni i imaju više nedostataka. Navodimo samo neke koje smo prepoznali izučavajući ovaj problem, i ujedno ukazujemo na potrebu njihovog otklanjanja u cilju doslednog regulisanja zločina genocida.

Najpre, definicija navedena u članu II Konvencije nije precizna. Naime, nije objašnjeno kako možemo dokazati da je nad nekom grupom namerno počinjen zločin, zatim šta znači delimično uništenje grupe, i koji je broj članova grupe dovoljan da bi se mogla primeniti Konvencija. Takođe, nedostatak iste je što ne obuhvata politički, kulturni i ekonomski genocid. Konvencija se ograničila na fizičko uništavanje grupe, a to nije jedina karakteristika genocida. Ako se nešto jasno ne objasni ne može se ni razumeti a još manje poštovati i primjenjivati.

Dalje, ako imamo u vidu da je Konvencija stupila na snagu 1951. godine i da je međunarodna zajednica osudila genocid u toku Drugog svjetskog rata, a zatim se dogodio genocid u građanskom ratu u Jugoslaviji, Kambodži, Ruandi, jasno označava da ne postoji dovoljan mehanizam za spriječavanje ovog zločina.

Važno je napomenuti da mnoge države shodno svojim aktima na različite načine kažnjavaju ovo krivično delo. Kazna varira od 5 godina do smrtne kazne što predstavlja diskontinuitet u shvatanju ozbiljnosti dela i sprečavanja istog. Jasno je da bez obzira na to ko je odgovoran za pojedinačne zločine

genocida, ovo delo nije shvaćeno dovoljno svesno i ozbiljno pa samim tim ni mehanizmi za njegovo kažnjavanje a još manje za sprečavanje nisu izvedeni pravilno do kraja i na taj način nažalost prete pojavi novih.

5. Zaključak

Početna hipoteza, da zločin genocida nije dovoljno i dosledno međunarodnopravno regulisan, ispostavila se validnom. Na međunarodnoj zajednici je da proceni da li je dopustivo da se u dogledno vreme ponove zločini poput Ruande, Srebrenice, ili je s druge strane potrebno unaprediti sitem međunarodnog krivičnog prava u pogledu ne samo ovog, već i ostalih mogućih zločina. Međunarodnopravno regulisanje genocida pravi je ispit na kojem države članice Ujedinjenih nacija treba da pokažu da li su geopolitički interesi ispred potrebe poštovanja *ius cogens* normi i sprečavanja masovnog kršenja ljudskih prava i sloboda. Imajući u vidu predhodno navedeno, zaključujemo da genocid kao međunarodno krivično delo mora imati svesnije mehanizme kažnjavanja i regulisanja u svim zemljama. Treba razvijati svest o njegovom sprečavanju jer ipak na kraju, genocid nije odgovornost samo vlada i država već celog čovečanstva.

Literatura

- Brunetau B. (2005): *Stoleće genocida*, Politička kulutura, Zagreb
- Forsythe D.P (2009): *Encyclopedia of Human Rights: Volume 1*, p. 163
- Gurr R. T & H. Barbara (2004): *Ethnic Conflict in World Politics: Second Edition*, Perseus Book Group
- Solis G. D. (2010): *The Law of Armed Conflict: International Humanitarian Law in War*, Cambridge University Press
- Langford P. (2005): *The Rwandan Path to Genocide: The Genesis of the Capacity of the Rwandan Post-colonial State to Organise and Unleash a project of Extermination*, Civil Wars Vol. 7 n.3
- Thackrah J.R. (2008): *The Routledge companion to military conflict since 1945*, Routledge Companions Series, Taylor & Francis, 2008, "Bosnian genocide can mean either the genocide committed by the Serb forces in Srebrenica in 1995 or the ethnic cleansing during the 1992–95 Bosnian War"
- Waller J. (2002): *Becoming Evil: How Ordinary People Commit Genocide and Mass Killing*, Oxford University Press, New York
- Convention on the Prevention and Punishment of the Crime of Genocide*, UN Treaty Organization

Krivični zakonik Crne Gore

Rome Statute of the International Criminal Court from 1998, UN Treaty
Organization

Genocid kroz istoriju <http://www.genocid.org/genocidkrozhistoriju>

ETNOMUZIKOLOGIJA U SVOM POVIJESNOM RAZVOJU

ETHNOMUSICOLOGY AND ITS HISTORICAL DEVELOPMENT

mr LIDIJA VLADIĆ - MANDARIĆ,

Fakultet prirodoslovno-matematičkih i odgojnih znanosti Sveučilišta u Mostaru

Apstrakt: U ovom radu riječ je o razvoju etnomuzikologije kroz povijest. U prvom dijelu rada iznosi se definiranje pojma etnomuzikologije, te način na koji se disciplina emancipirala iz muzikologije sve do šezdesetih godina 20. stoljeća kada se etnomuzikologija često borila održati sopstveni identitet pored etablirane i elitističke "povijesne muzikologije". Potom slijede zadaci etnomuzikologije prije svega kao etnografske prakse, te antropološki pristup glazbi, što bi se u današnjem smislu moglo uzeti kao proučavanje glazbe u kulturi. Rješenje je opredijeljenost etnomuzikologije (antropologije glazbe) kao studija glazbe u kulturi koja ne mora slijediti jedno metodološko ili teorijsko usmjerenje, već bi trebalo biti popularno pri proučavanju glazbe kao zvučne forme, oblika i strukture, što je usmjerava ka procesu glazbenog stvaranja, percepcije, kao i njenoj društvenoj funkciji u kulturnom okruženju. Također, etnomuzikologija bi trebala biti definirana prema višem razumijevanju nego što je to jednostavna muzikologija etničkih skupina. Ovdje ću pokušati razmotriti i ulogu etnomuzikologije na druga dva polja, koja su u određenom smislu dio antropologije – folklor i lingvistika. Očito je da je glazba u usmenoj predaji važan dio folkloru koji uključuje one aspekte kulture koji žive u usmenoj predaji i to osobito one koji uključuju umjetničku kreativnost. Budući da je glazba kao oblik komunikacije vezana u nekim područjima s jezikom, etnomuzikologija (koja proučava svjetske glazbe) može dati doprinos i na polju lingvistike (koja proučava svjetske jezike). Ove dvije discipline su u bliskoj vezi na polju proučavanja odnosa riječi i glazbe u pjesmama, bez obzira jesu li te pjesme folklorno referentne ili ne.

Ključne riječi: *Etnomuzikologija, glazbena kultura, povijest, folklor, antropologija*

Abstract: *This work is beginning with the development of the Ethnomusicology through the history. In its first part is defining ethnomusicology as well as its development from the musicology since itself until the 1960-ties when ethnomusicology was often struggling to preserve its own identity besides very established and elite "historical musicology". After that work follows with ethnomusicological subjects beginning with its ethnography practice followed by the music in the anthropological context that could at present be observed as the musical study in the culture itself. The conclusion of this work is observing the Ethnomusicology (Music Anthropology) as the musical study in the culture that is not obliged to follow one single theoretical or methodological principle but rather striving to become popular in the complete study of music as sounding art and its structure and all that is establishing it towards the process of creation and perception as well as the social function of music within the culture itself. Ethnomusicology should rather be defined according to the better understanding and deeper knowledge than just by simple musicology of ethnic groups. This work will also try to explain the influence that Ethnomusicology has on two anthropological fields : folklore and linguistics. Music with its oral tradition is very important part of the folklore practice that is including aspects of culture that are surviving by oral tradition particularly these involving artistic creativity. As the music in its communication is close to the language in some aspects, Ethnomusicology (studying world music) could give the great contribution to the linguistics (studying world languages).*

Those two disciplines are very close in its study of the relations between words and music in songs regardless whether they refer to the folklore itself or not.

Key words: *Ethnomusicology, Music Culture, History, Folklore, Anthropology*

1. Uvod

Etnomuzikologija je mlađa grana muzikologije¹, zapravo dijete našeg vremena, iako njeni korijeni ili barem zametak sežu daleko u prošlost, od 1880-tih i 1890-tih godina, prvenstveno u Njemačkoj i Americi, gdje se dva aspekta ove znanosti pojavljuju gotovo istovremeno. Bavi se istraživanjem folklorne glazbe svih naroda i svih zemalja te utvrđuje njene zakonitosti u cilju stvaranja jedinstvene karte folklorne glazbe svijeta te se naziva još i glazbena folkloristika. Ona je nauka koja se bavi proučavanjem narodne glazbe u svim njenim aspektima, od izvorne i najstarije, do komponirane narodne i najnovije. U svojim istraživanjima susreće se s mnogim naukama, najviše etnologijom², antropologijom³, sociologijom⁴ te uključuje i neke podnauke muzikologije, kao što je organologija i etnokoreologija, opća povijest glazbe i dr., te se služi i raznim metodama opće nauke: komparacijom, analizom, deskripcijom, prikupljanjem, selekcijom, klasifikacijom, a naročito koristi metodu terenskog rada i metodu etnografske radionice, odnosno primijenjene etnomuzikologije. U svojoj ranoj povijesti, etnomuzikologija je imenovana komparativnom muzikologijom, čiji je zadatak usporedba glazbenih djela – posebno narodnih pjesama – raznih naroda svijeta u etnografske svrhe i klasifikacija istih s obzirom na različite forme. Tek će Walter Wiora⁵ u svojoj podjeli ustanoviti kako je taj naziv (komparativna muzikologija) neispravan zbog isticanja komparativne metode, odnosno komparativne usporedbe folklorne glazbe sa ozbiljnom, a

¹ Muzikologija je znanost koja proučava povijest glazbe, stilska obilježja glazbenih djela, problematiku izvođačke prakse.

² Etnologija je nauka koja proučava ljudsku kulturu, a iz nje se razvila posebna disciplina koja proučava narodno stvaralaštvo – folkloristika.

³ Antropologija je disciplina koja proučava ljudski život, kulturu te sličnosti i razlike među ljudima u svim vremenskim okolnostima: kako ljudi žive, što rade, što misle te kako se odnose prema okolini. Također, antropologija proučava kako se razvijala ljudska rasa, kako su nastajala i nestajala ljudska društva, ali je okrenuta i sadašnjosti i budućnosti ljudskog roda.

⁴ Socijologija je znanost u najširem smislu, o odnosima unutar društva te između pojedinca i društva; proučava stanja (činjenice) i kretanja (proces) u društvu; istražuje običaje, analizira strukture i institucije, te njihov učinak na pojedinca i mogućnosti pojedinca da na njih utječe.

⁵ Walter Wiora (1906-1997) njemački muzikolog, direktor njemačkog instituta u Kilu i Instituta za povijest glazbe Herder koji je osnovao 1956. i vodio do 1962. godine. Jedan je od najistaknutijih autoriteta za glazbeni folklor koji je proširio granice europske folkloristike, povezujući je s drugim pojavama u narodnom životu i s razvojem umjetničke glazbe. Ne ograničava se samo na etnomuzikologiju već proučava i mnoge druge probleme glazbene prošlosti.

onda i glazbe primitivnih naroda sa europskom folklornom glazbom. S druge strane ni termin glazbeni folklor odnosno folkloristika, koji se ponekad upotrebljava kao zamjena za etnomuzikologiju, nije adekvatan, jer se s tim terminom poistovjećuje predmet proučavanja i sama nauka koja se njime bavi. Suvremena etnomuzikologija koristi dostignuća lingvistike, kvantne fizike i, naročito, socijalne antropologije u kojoj folklorna glazba nije samo zatečeno stanje, već je društveno-glazbeni proces koji se ispituje u vidu teksta (izvedbe) te konteksta (društvenog okrilja izvedbe). Postavljena ovako, etnomuzikologija se bliži samoj muzikologiji iz koje je izrasla. Naime, prema antropološkoj etnomuzikologiji sva glazba može biti predmetom proučavanja etnomuzikologije, no najnovija tumačenja predmeta etnomuzikologije ipak odustaju od ovakvih shvaćanja i zaustavljaju se na etnoglazbi kao osnovnom predmetu etnomuzikologije.

2. O pojmu narodne glazbe

Po Cvjetku Rihtmanu⁶, termin narodna glazba je oznaka za tradicijsku glazbenu praksu najširih društvenih slojeva, koje nalazimo kod mnogih naroda.

Po definiciji koju je posebna komisija IFMC⁷ predložila na Konferenciji u Sao Paulu, u Brazilu 1954. godine, kaže se da je narodna glazba produkt tradicije koja je evoluirala kroz proces usmene predaje, a faktori koji tradiciju oblikuju da su kontinuitet, variranje i selekcija (Rihtman, 1969, 80). Uz definiciju je rečeno da se termin može primijeniti kako na glazbu koju je iz prvih početaka razvila zajednica bez utjecaja popularne ili umjetničke glazbe (art music), tako i na glazbu koja potječe od individualnog skladatelja, ako je potom bila usvojena u nepisanu tradiciju zajednice.

Smatra se da svaka pjesma, bez obzira odakle je potekla, može postati narodnom, ako je narod prisvoji i preoblikuje u smislu kolektivne poezije. Narodna pjesma nosi u sebi obilježja u sadržaju, jeziku, shvaćanjima, načinu mišljenja i osjećaja narodnih masa, a kada je narod preuzme i dalje prenosi, postaje pjesma zajednice.

Da bi neki napjev postao dio tradicijskog repertoara, mora biti usvojen i tijekom usvajanja mora podleći nekim promjenama. Prema ovoj koncepciji u

⁶ Cvjetko Rihtman (1902-1989), europski obrazovan glazbenik, etnomuzikolog, rođen u Rijeci, a od 1932. godine odlazi u Sarajevo gdje ostaje do smrti.

⁷ IFMC – International Folk Music Council.

narodni tradicijski repertoar ne bi ulazile improvizirane tvorevine, kao što su naricaljke, uspavanke, al' bi svakako ušla Šantićeva⁸ "Emina", koja se u Mostaru rado pjeva narodnim napjevom.

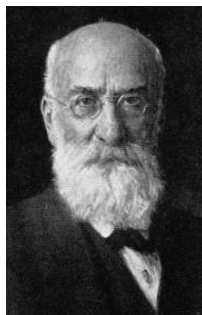
Razlika između narodne umjetnosti i umjetnosti visoke urbane civilizacije zapada je u tome što su oblici, jezik glazbenog mišljenja i način na koji narod manifestira svoje osjećaje i društvene doživljaje - tradicijski i usmeno prenošeni.

3. O pojmu etnomuzikologije kao nauke

Etnomuzikologija je, dakle, određena njenim složenim nazivom: etno (od grč. *ethnos* = narod), muziko (od grč. *mousike* = muzika/glazba), logija (od grč. *logos* = govor, misao, razum).



Jaap Kunst



Guido Adler

Termin *etnomuzikologija* je 1950. godine prvi uporabio znanstvenik Jaap Kunst⁹, kako bi zamijenio postojeći naziv *komparativna muzikologija*, na područje gdje uspoređivanje nije glavna razlikovna značajka ovakvog istraživanja.

Komparativna muzikologija, kao svoju dužnost (zadaću), poput povijesne muzikologije, ima povijest od preko 100 godina, koja datira od izdanja značajnog djela *Umfang, Methode und Ziel der Musikwissenschaft* (Opseg, metode i ciljevi znanosti o glazbi) (1885.), bečkog muzikologa Guida Adlera¹⁰.

⁸ Aleksa Šantić (1868-1924), bosanskohercegovački pjesnik. Ljubavna poezija A. Šantića razvila se pod jakim utjecajem bošnjačke ljubavne pjesme sevdalinke.

⁹ Jaap Kunst (1891-1960) je bio nizozemski etnomuzikolog. Intenzivno je proučavao glazbeni folklor Jave i Balijsa, te temeljito istražio glazbeni folklor čitavog indonezijskog arhipelaga. Od 1936. g. je bio konzervator etnološkog odjela Kolonijalnog instituta u Amsterdamu, gdje je od 1942. g. predavao etnologiju i muzikologiju na Univerzitetu.

¹⁰ Guido Adler (1855-1941) austrijski muzikolog. Na bečkom univerzitetu utemeljio je Muzičko-historijski institut, koji je ubrzo postao središtem austrijskog muzikološkog rada. U razvoju

Adler navodi komparativnu studiju glazbe ne-zapadnog svijeta kao sustavnu podjelu muzikologije zajedno s glazbenom teorijom, estetikom i psihologijom glazbe (Myers, 1993, 3-18). Kada je nastala komparativna etnomuzikologija u etnologiji je vladala *Bečka škola*, kulturno-povijesni pravac kome etnologija može zahvaliti za mnoge značajne poticaje i radove. Za *Bečku školu* etnologija je povijest razvitka čovječanstva. Pretpostavljala je postojanje jedne središnje pradomovine za sve ljudske običaje, a i za samo čovječanstvo, odakle se naseljavanje Zemlje i širenje kulture vršilo u talasima, te su tako nastajale nove, sve bogatije kulture, koje su potiskivale one starije, jednostavnije. Zadatak komparativne muzikologije bi bio usporedba glazbenih djela, posebice narodnih pjesama raznih naroda svijeta u etnografske svrhe, te klasificiranje istih s obzirom na njihove različite forme.

U kratkoj povijesti etnomuzikologije uočava se stalna zaokupljenost definicijama. Osnivači ove oblasti (Jaap Kunst, Helen Heffron Roberts¹¹, Curt Sachs¹² i Charles Seeger¹³) i njihovi studenti (Mantle Hood¹⁴, David McAllester¹⁵, Alan P. Merriam¹⁶, Bruno Nettl¹⁷ i Klaus Wachmann¹⁸) su, nakon Adlera, predložili različite alternativne (Myers, 1993, 3-18). I nakon stoljeća, još uvijek

muzikologije Adlerova djelatnost znači prekretnicu: on je prvi uočio i svestrano osvijetlio mnoge probleme muzikološkog istraživanja, postavljajući težište na sistematsko, metodološko proučavanje pojedinosti unutar općih razvojnih pojava i na utvrđivanje stilskih kriterija i pojmova. To je važno obilježje tzv. Bečke muzikološke škole koje je Adler utemeljitelj.

¹¹ Helen Heffron Roberts (1888-1985) etnomuzikologinja iz Čikaga.

¹² Curt Sachs (1881-1959) njemački muzikolog. U Berlinu studirao i doktorirao na povijesti umjetnosti. Godine 1933. Nacisti mu oduzimaju sve titule te od tada živi u Parizu, predaje na Sorbonnei te radi u Etnološkom institutu. Predavao je na New York University i na Columbia University. Glavna djela ovoga učenjaka pripadaju nauci o instrumentima i etnomuzikologiji. Sa E. Von Hornbostelom, Sachs je prvi razradio sistematiku instrumenata prema suvremenim znanstvenim principima.

¹³ Charles Seeger (1886-1989) je bio čuveni muzikolog, skladatelj i učitelj.

¹⁴ Mantle Hood (1918-2005) je bio američki etnomuzikolog i skladatelj. Od 1964. g. je bio nastavnik muzike na University of California, a od 1961. direktor Instituta za etnomuzikologiju.

¹⁵ David McAllester (1916-2006) je bio etnomuzikolog te je bio profesor Antropologije muzike na Wesleyan University.

¹⁶ Alan Parkhurst Merriam (1923-1980) je bio etnomuzikolog tijekom prve polovine 20. stoljeća.

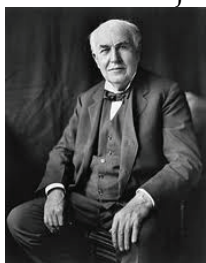
¹⁷ Bruno Nettl (1930-), rođen je u Češkoj, a već 1939.g. seli u USA gdje živi i studira. Od 1964. godine je aktivan etnomuzikolog i muzikolog na University of Illinois gdje radi kao prof. emeritus Muzike i Antropologije.

¹⁸ Klaus Wachmann (1907-1984) rođeni Nijemac koji je živio u Engleskoj te i tako bio engleski etnomuzikolog.

se pojavljuju nova izdanja pretrpana novim definicijama. Semantičke i teorijske razlike pridonijele su bujanju definicija koje se protežu od definicije etnomuzikologije kao sitničave rasprave, preko statusa istraživanja poput područja ili discipline, humanističke ili društvene znanosti, ka tumačenju svakodnevnih riječi kao što su ideja, prostor i glazba. Definiranje etnomuzikologije nije jednostavan zadatak, jer postoji razlika između toga što su etnomuzikolozi radili i rade te onoga što oni misle da bi trebali raditi. Oštar prekid s gledištima i definicijama etnomuzikologije iz njezina ranog perioda počinje izvještajem McAllestera (1956.) koji kaže da etnomuzikologija nikako nije limitirana na tzv. primitivnu glazbu (Buble, 2004, 43).

Usprkos relativno kasnom prepoznavanju važnosti etnomuzikoloških podataka od strane povjesničara glazbe, ulogu koju je etnomuzikologija imala u muzikologiji općenito je itekako značajna jer je doprinijela razumijevanju glazbe svih ljudi svijeta.

Tek krajem 19. stoljeća pojava dvaju inovacija omogućila je ozbiljno proučavanje glazbe vaneuropskih naroda. Alexander John Ellis¹⁹ smatra se osnivačem one grane glazbenog istraživanja koja međusobno povezuje glazbene manifestacije naroda i naziva se, otuda, *komparativnom muzikologijom*. Godine 1885., objavio je članak *On the Music Scales of Various Nations* (O glazbenim ljestvicama raznih naroda) u kojemu piše o tonometrijskim mjerenjima na različitim glazbenim instrumentima egzotičnih naroda, kao i o nekoliko indijskih i arapskih ljestvica. Ellis zaključuje da ne postoji samo jedna glazbena ljestvica „prirodna“, niti da je nužno utemeljena na zakonima gradnje glazbenog zvuka, nego vrlo različita, vrlo umjetna i nestalna (kapriciozna). Ovo otkriće je dovelo u pitanje superiornost zapadnog temperiranog ugađanja te je vodilo otvorenoj multikulturalnoj usporedbi tonalnih sustava (Bose, 1989, 28).



Thomas Edison



Alexander John Ellis

¹⁹ Alexander John Ellis (1814-1890) je bio engleski fizičar i fonetičar. Studij fonetike doveo ga je do studija akustike i probudio kod njega interes za teoriju glazbe. Kao istaknut akustičar, objavio je niz značajnih studija, osobito o povijesti određivanja visine tona.

Nekada su melografi zapisivali po sluhu, no potkraj 19. stoljeća, točnije 1877. godine, izumom fonografa (američkog znanstvenika Thomasa Edisona²⁰) omogućio se terenski rad, nudeći pionirima komparativne muzikologije mogućnost reprodukcije na osnovu koje su transkribirali i analizirali snimljeni materijal. Nešto što je bilo prolazno i neuhvatljivo uhvaćeno je i fiksirano u fizičkom obliku. Melografi bi najprije snimili melodije te ih kasnije transkribirali u notno pismo. Kasnije je od velike pomoći bio i magnetofon. Edisonov je izum između izvođenja i publike postavio tehnologiju koja bilježi zvuk i čini mogućom njegovu naknadnu reprodukciju. Fonograf je značio revolucionarnu inovaciju u etnomuzikologiji i značio je veliku pozitivnu prekretnicu u naučnom radu.



Erich Moritz von Hornbostel Curt Sachs

Od davnina je pravljena podjela instrumenata i razvrstavanje u određene skupine prema odgovarajućim kriterijima. Stara kineska klasifikacija razvrstava instrumente prema materijalu i predviđa ih u 8 skupina: metal, kamen, glina, koža, struna, tikva, bambus i drvo. Sličnu klasifikaciju napravio je francuski etnomuzikolog Schaeffner²¹ kada je sve instrumente podijelio na dvije skupine: instrumente s vibrirajućim tijelima i instrumente gdje je zrak osnovni vibrator. Osnivačem suvremen organologije smatra se Auguste Geavert²² koji klasifikaciju postavlja u odnosu na tri temeljna kriterija: fizičko-

²⁰ Thomas Edison (1847-1931) je bio američki znanstvenik, izumitelj i biznismen. Na putu oko svijeta razvio je mnoge naprave/uređaje, uključujući i aparat za reprodukciju zvuka fonograf. Zvuk se snimao tako da je oštra igla pričvršćena na membranu oscilirala i urezivala plići ili dublji žljebić na valjak od tankog kositra. Godine 1877., umjesto valjka Edison je upotrijebio cilindar obložen voskom.

²¹ Andre Schaeffner (1895-1980) je bio francuski etnomuzikolog i antropolog.

²² Auguste Geavert (1828-1908) je bio belgijski skladatelj. Njegovi mnogi prozni radovi uključuju i *Spis o instrumentaciji* (koji se još i danas ponekad koristi), te knjigu o harmoniji i *Vade Mecum* zbirke za orgulje.

akustički, tehničko-konstruktivni i glazbeno-reproduktivni. Curt Sachs²³ i Erich M. von Hornbostel²⁴ 1914. godine stvorili su prvu opće prihvaćenu sistematizaciju svjetskih glazbenih instrumenata, koju su izložili u svojoj studiji o instrumentima. Polaze od materije kao izvora zvuka (čvrsta i plinovita tijela), kao i od načina dobivanja zvuka (udaranjem, okidanjem, puhanjem, trljanjem). Sve glazbene instrumente svrstali su u 4 grupe: Kordofone, Aerofone, Idiofone i Membrafone. (Buble, 1998, 47).

Globalno, etnomuzikologija se dijeli na opću koja proučava folklornu glazbu svijeta, tzv. *world music* te posebnu koja proučava glazbu manjih narodnih cjelina i koja spada u tzv. folklornu glazbu nacionalnog tipa.

Zadatak etnomuzikologije jeste odrediti što treba zvati narodnim, a što ne. Narodnim, nesumnjivo, treba smatrati sve ono što nam se, sa stvaralačkog stanovišta, javlja kao izvorno, neiskvareno, blisko stvarnosti i osjećanjima, što svojom očiglednošću i neposrednošću budi naša čula i osjećanja. Istovremeno, ne možemo govoriti o narodnom a da pri tomu ne spomenemo vrijednosti svojstvene tradicije, koja predstavlja stalnu životnu snagu i trajno prisustvo prošlosti.

Etnomuzikologija ima posebne discipline koje se odnose na specifična istraživanja:

1. Organologija je disciplina koja se bavi istraživanjem i opisivanjem gradnje instrumenata i njihov povijesni razvitak.

2. Etnokoreologija je disciplina koja je posvećena istraživanju ljudskog pokreta uz glazbu narodnu, odnosno folklorni ples.

3. Kinetografija se bavi zapisivanjem pokreta, u narodnim igrama, u kojima se analizira težište i pomak tijela te smjer različitih dijelova tijela u prostoru. Rudolf Raban²⁵ u plesne pokrete uveo je mimiku i gimnastičke elemen-

²³ Curt Sachs (1881-1959) je bio njemački muzikolog. Doktorirao iz povijesti umjetnosti. Bio je direktor Državne zbirke starih instrumenata u Berlinu i nastavnik na Visokojškoli za muziku. Glavna djela ovogamnogostranog učenjaka pripadaju nauci o instrumentima i etnomuzikologiji.

²⁴ Erich Moritz von Hornbostel (1877-1935) je bio austrijski muzikolog. Studirao kemiju, fiziku i filozofiju u Beču. Kod C. Stumpfa je učio tonsku psihologiju. Proučavajući i uspoređujući glazbu aneuropskih naroda (japansku, tursku, indijsku, indonezijsku, indijansku itd.) postao je najznarniji predstavnik moderne sistematske etnomuzikologije. Njegovom zaslugom postao je berlinski Fonogramski arhiv golemom zbirkom snimaka egzotične glazbe (taj je arhiv 1945. G. Bio uništen, spašena je tek desetina materijala). Hornbostel je Stumpfove postavke o važnosti etnomuzikologije i tonske psihologije oživio brojnim novim činjenicama i dao problematici glazbene etnologije mnoge nove aspekte.

²⁵ Rudolf Raban (1879-1958) je bio njemački koreograf, plesač i plesni pedagog.

te. Sve svoje reformatorske ideje izlagao je u teorijskim spisima, te je osmislio optičko-grafičku plesnu notaciju (kinetografiju).

4. Melografija je disciplina koja se se odnosi na zapisivanje narodnih melodija i plesova. (Buble, 2009, 32)

Etnomuzikologija se služi različitim metodama opće nauke:

1. Komparacijom (uspoređivanjem) potražiti sličnosti odnosno razlike između dvije pojave.

2. Analizom – traženje veze, uzroka i posljedice i izvođenje zaključaka pomoću rastavljanja, raščlanjivanja cjelovitoga na sastavne elemente.

3. Deskripcijom – proces ili tehnika opisivanja (čije objašnjenje ne podrazumijeva objašnjavanje, promišljanje ili problematiziranje). Pojava ili skup pojava iz dokumentacijskog jezika što se koristi za indeksiranje dokumenata te za klasifikaciju, pohranu, pretraživanje dokumentacijskih fondova.

4. Prikupljanjem – skupiti, sabrati na jedno mjesto građu.

5. Selekcijom – vrši izbor, odabir. Odlučiti se između više mogućih pojava za jednu.

6. Klasifikacijom – sustavno podijeliti i sređivati građu prema određenim kriterijima.

7. Metoda terenskog rada – odlazak na teren, planiranje skladištenja podataka i na terenu i "kući" (magnetska traka, film, papir, kompjuterski disk)

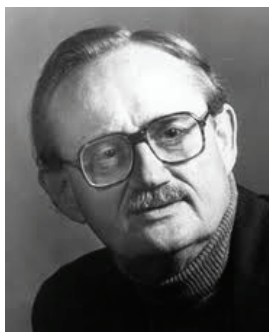
8. Metoda etnografske radionice odnosno primijenjene etnomuzikologije. (Zemtsovsky, 1999, 57-62).

4. Glazba kao kulturni element

Razmišljanje o glazbi kroz prizmu kulture, neposredno vodi ka antropologiji glazbe, koja može ponuditi dovoljno veliko područje, u koje bi se mogle smjestiti sve zvučne pojave, koje glazba može imati u najširem smislu riječi. *Etnomuzikologija* – koja je predmet naših interesa je dio muzikologije u kojoj je poseban naglasak na proučavanju (istraživanju) glazbe u njenom kulturnom kontekstu – antropologiji glazbe. Etnomuzikologija i antropologija su se počele razvijati kao discipline u vrijeme kada je čovjekovo znanje o čovjeku bilo ograničeno na Zapad, te ponekad, na kulture Dalekog istoka. Ove dvije znanosti razvile su se gotovo u isto vrijeme, utječući jedna na drugu, iako je utjecaj antropologije na etnomuzikologiju znatno veći. Kulturna antropologija koja se kao humanistička znanost bavi raznolikošću ljudskih kultura u vremenu i prostoru posebice danas u posvemašnjoj globalizirajućoj svjetskoj situaciji, kako na području znanosti tako ekonomije i politike dobiva sve veće znače-

nje, a njezin holistički pristup obuhvaća širok spektar teorijskih i metodskih paradigmi inovativnih oblikom i sadržajima u rasponu od tradicijskih do modernih tema.

Krajem 50-ih godina 20. stoljeća američki etnomuzikolozi su se podijeli u dvije struje: onu s antropološkim usmjerenjem koju je vodio Alan Merriam²⁶, te onu s muzikološkom pozadinom koju je vodio Mantle Hood²⁷. Hoodova skupina pokušala je postići vrstu razumijevanja koju zastupa Merriam uranjajući u stranu kulturu kao aktivni glazbenik. Osnovna je pretpostavka izjednačenje, u određenoj mjeri, glazbenog stila te kulture s jezikom, tako da drugim kontaktom s navedenom glazbenom kulturom etnomuzikolog postaje jednak autohtonom glazbeniku. Merriam je kritizirao laboratorijsko komparativno istraživanje *berlinske škole* te je smatrao da je osobni terenski rad nezaobilazan dio svakog etnomuzikološkog istraživanja (Merriam, 1964).



Alan Merriam



Mantle Hood

Od godine 1960-te do 1980-te etnomuzikologija se često borila održati sopstveni identitet pored etablirane i elitističke *povijesti muzikologije* i *sistematske etnomuzikologije*. Često marginalizirana u akademskim krugovima govoreći o egzotičnoj, ne-zapadnoj ili glazbi Trećeg svijeta, najzad je počela pretjecati i potiskivati svoje sestrinsko područje na dva načina: ideološki, boreći se s kul-

²⁶ Alan Merriam (1923-1980) je bio etnomuzikolog značajan u drugoj polovici 20. stoljeća. Napisao je knjigu *Antropologija glazbe* u kojoj je promovirao studiju o glazbi s antropološkog gledišta i sa antropološkim metodama. Merriam je s antropološkog gledišta definirao etnomuzikologiju kao „istraživanje glazbe u kulturi“, da bi nakon izvjesnog vremena preinačio svoju definiciju u „istraživanje glazbe kao kulture“.

²⁷ Mantle Hood (1918-2005) je bio američki etnomuzikolog i skladatelj. Studirao na Colorado University i na Southern California University (Los Angeles).

turnom i glazbenom realnošću više globalnim nego ograničenim fenomenom, te metodološki, kao i u domenu tehničkih sredstava dostupnih za njenu interdisciplinarnu ophodnju. Ideološka borba, ekonomske promjene, siromaštvo i imigracija rezultirale su nastankom plodnih mozaičkih idioma koji se sudaraju, preklapaju u današnjem vremenu ili oživljavaju starije forme i stilove. Od kada je Jaap Kunst postavio termin *etnomuzikologija*, termin je predmet pokušaja da se preciznije definira, mada nijedan potpuno uspješno, jer etnomuzikologija kao folkloristički zasnovana kroskulturalna i interdisciplinarna istraživačka disciplina zadire u poredak glazbe. Priroda etnomuzikologije je znatno drugačija od muzikologije zbog upliva multidisciplinarnosti na jednoj strani, a na drugoj je interkulturalni sintetički objekt istraživanja. Po ovome svemu etnomuzikologija bi mogla biti definirana kao kritičko istraživanje i objašnjavanje.

U godinama 70-im i 80-tim 20. stoljeća zapazilo se ujedinjenje u etnomuzikološkoj teoriji i metodi usprkos različitosti tema. Antropološki i muzikološki poslovi su se spojili, interes se s glazbenih djela premjestio na proces glazbenog stvaranja i izvedbe (kompoziciju i improvizaciju) dok se fokus prebacio s prikupljanja repertoara na ispitivanje ovih procesa. Ovih godina uveli su terenski rad i u zajednice u kojima nije bilo utjecaja zapadnjačkog života.²⁸

U antropološkom diskursu, odnos između glazbe i kulture sagledavan je na različite načine, u ovisnosti od dominantne teorijske paradigme kao i značenja pojma kultura koja su iz njih proizlazila. Glazba je percipirana kao sastavni dio kulture, dio kulturnog „paketa“ koji se prenosi s generacije na generaciju i koji tvori proučavanu kulturu, koji toj kulturi pruža autentični identitet, potom kao kulturna refleksija odnosno ekspresija kulturnih vrijednosti koje bi trebalo tumačiti, ali i kao element koji kroji poimanje pojmova kao što su mjesto, kultura, identitet (individualni, lokalni, etnički).

Glazba za antropologe predstavlja vid komunikacije koji se postiže njenim kreiranjem i upotrebljavanjem u svakodnevnom životu.

Valja spomenuti da utjecaji na etnomuzikologiju u različitim fazama razvoja, te njene metode i tehnike nisu dolazile samo iz muzikologije i antropologije, već iz folkloristike, lingvistike, filologije, sociologije, psihologije, povijesti i kulturnih studija generalno. Može se tvrditi da je utjecaj antropologije danas manje potentan nego prije, zahvaljujući obimu glazbene tehnologije i zahvaljujući činjenici da se najveći dio glazbene komunikacije već dugo ne

²⁸ Primjerice istraživanja Anthonya Seegera u zajednici Suya iz Amazone (1987.), istraživanje Marine Roseman o zajednici Temiar u kišnoj šumi Malezije (1984.) i dr.

odvija licem u lice, već odvojeno i transkulturalno. Najubjedljiviji argument za integriranu definiciju i model etnomuzikologije dala je Rosemary Joseph. Termin holistički model bazira na konvergenciji čestici intelektualne tradicije: glazbene semiotike koja proističe iz strukturne lingvistike, iz performansa i kontekstualnog pristupa, iz folklora s jedne strane i sociolingvistike s druge strane, iz komunikacijskog i značenjskog modela iz kognitivne antropologije. Dakle, antropologe ne zanima analiza određene pjesme, skladbe, niti, pak, estetsko vrjednovanje samo po sebi, već značenja koja te pjesma ili skladba proizvode u okviru određene kulture, na koji način su ta značenja uporabljena u svakodnevnoj komunikaciji. Antropološki interes u smislu analize pojedinačnih ili grupnih glazbenih afiniteta odnosi se na onaj dio kulturno oblikovane ličnosti koja se tiče kulturno oslovljenih i dijeljenih znanja. Samim tim ono što će određena osoba ili skupina ljudi smatrati glazbom jednim dijelom je kulturno zavisno jer se socijalizacijom uči što glazba predstavlja, odnosno na koji način prepoznati glazbu u moru zvukova. Ipak, to automatski ne znači da je svaka vrsta asocijacije između zvuka i koncepta glazbe u potpunosti predestinirana jer se koncepti upravo i razvijaju iz velikog broja različitih interpretacija. Važna pitanja koja iz proučavanja ovoga muzičkoga pravca proizlaze odnose se na pitanje postojanosti, homogenosti, autentičnosti identiteta ostvarenog kroz glazbu, a koji je najčešće bio označavan kao tradicionalni. Značaj usvajanja popularne glazbe kao predmeta proučavanja ogleda se u proširenju naučne perspektive u smislu da je postalo relevantno baviti se glazbom koja ne mora nužno biti označena kao tradicionalna ili kao glazba drugih, već da je bilo koji glazbeni oblik podjednako kulturološki, a samim tim i antropološki relevantan.

Glazbom se oduvijek komuniciralo na razne načine, počevši od prapovijesti kad jezik kao sredstvo komunikacije još nije bio razvijen i kada su ljudi komunicirali raznim zvukovima, često oponašajući zvukove prirode, a pritom su na neki način, spajajući zvukove u cjelinu, stvarali i vid glazbe. Glazba je, također, jedan od najvažnijih, najzastupljenijih i, na kraju krajeva, najpopularniji vid komunikacije u mnogim kulturama. Osobno smatram da je posebnost glazbe upravo u tome što su te autorove „poruke“ namijenjene publici, trajno zabilježene u skladbama, te nikada ne gube vrijednost, pa tako i nakon, primjerice, 100 godina, opet iznova možemo osjetiti sav raspon osjećaja i cijeli niz misli i asocijacija kroz glazbeno djelo koje je imao i autor u trenutku stvaranja.

Antropološke i lingvističke paradigme koje su potakle novo usmjerenje etnomuzikologije 60-tih i 70-tih godina prošlog stoljeća, nesumnjivo su utrle

put širokom spektru istraživačkih pravaca i tehnika. Neko je vrijeme izgledalo kako semiotika nudi obećavajuće rješenje za neplodnog strukturalizma. Semiologija inspirirana sirovim radom u lingvistici, razvila se u prilično sofisticirano oruđe za glazbenu analizu. Međutim, vjerovalo se da semiotika zadržavajući se na glazbenim znakovima i strukturama čini štetu, ostavljajući značaj društvenog konteksta u drugi plan.

5. Zaključak

U zaključku svakako možemo reći da je dodir s narodom, istovremeno afirmiranje današnjeg pojma sopstvene nacionalnosti, pomogao da se otkriju nove riznice života i umjetnosti. Upravo je etnomuzikologija, proučavanje različitih pojava, ispitivanje i preispitivanje vrijednosti, označila most između prošlosti i budućnosti. Međutim, ne može se poreći ni da je etnomuzikološko izučavanje uvijek vodilo prevazilaženju duhovnih i kulturnih granica svakoga pojedinačnoga naroda kako bi se konačno došlo do poznavanja jedne šire zajednice, zajednice što ujedinjuje same narode.

Etnomuzikologija je nastala s namjerom da sakuplja i izučava različite pojave narodnog života, onakvog kakav se javlja u povijesnim oblikovanim civilizacijama. Ova disciplina mnogim znanstvenicima izgleda kao neka neovisna znanost s vlastitim zakonima i metodama, dok drugi, dakako, u njoj vide pomoćnu znanost koja zakone i metode preuzima od etnografije, etnologije, psihologije, lingvistike ili, pak, sociologije. To često dovodi do prirodnih ukrštanja između etnomuzikologije i ovih znanosti.

Jednom riječju, etnomuzikologija bi tako predstavljala zbroj različitih elemenata, koje bi istraživale različite, već spomenute nauke. Međutim, sam predmet njene nauke jeste to što određuje njene granice.

Danas je etnomuzikologija dostupna mnogo većem broju ljudi nego što je to ranije bio slučaj kada je ova disciplina bila prvenstveno predmetom interesa samo užih krugova obrazovanih stručnjaka. Tehnološki razvoj kao i kontinuirano poboljšanje glazbenih standarda govore nam da imamo prigodu ne samo čuti nego i spremnije i iskrenije sudjelovati u produbljivanju interesa i saznanja o tim djelima. Nije slučajno da u pjesmama, pr. bosanskoj sevdalinci, sefardskoj pjesmi, kajkavskoj popijevci, dalmatinskoj klapskoj pjesmi ili isto tako bilo kojoj drugoj pjesmi iz bilo koje tradicije i kulture u svijetu, koja se sačuvala usmenom predajom i bila zapisana naporima etnomuzikoloških entuzijasta, puno saznamo o jeziku, kulturi, običajima i tradiciji samih nara-

da u kojima je stvarana. Za sve ovo zaslužna je etnomuzikologija koja je svojim istraživanjima sva ta saznanja učinila dostupnima.

Etno glazba je toliko popularizirana da danas govorimo o etno-jazzu, etno-folku, etno-fanku itd., te ne prestaje biti inspiracijom i dijelom kreativnog tkiva koje se svakodnevno stvara u modernom življenju.

Literatura

Ben – Amos. 1971. *Toward a Definition of Folklore in Context*. In *Journal of American Folklore* (84), 3-15.

Blacking, John. 1973 *How Musical is Man?*. Seattle and London : University of Washington Press.

Bose, Fritz. 1989 *Etnomuzikologija*. (II.). Beograd. Univerzitet umjetnosti u Beogradu.

Buble, Nikola. 1998. *Uvod u etnomuzikologiju*. Split. Umjetnička akademija Sveučilišta u Splitu.

Buble, Nikola. 2004. *Kulturološki pristup glazbi*. Split. Umjetnička akademija Sveučilišta u Splitu.

Buble, Nikola. 2009 *Etnomuzikologija - uvodna razmatranja*. Trogir.

Ling, Jan. 1988 *A History of European Folk Music*. UK. University of Rochester Press.

Manuel, Peter. 1988 *Popular Music of the Non-western World*. Oxford University Press

Merriam, Alan P. 1964 *Antropology of Music*. Northwestern University Press.

Myers, Helen. 1933. "Ethnomusicology". In *Ethnomusicology: An Introduction*, ed. by H. Myers, 3-18. New York London : W.W. Norton & Company.

Nettl, Bruno. 1962. "What is Ethnomusicology". In *Theory and Method in Ethnomusicology*. 1-26. The Free Press of Glencoe Collier-Macmillan Ltd., London.

Nettl, Bruno. 1983. *The Study of Ethnomusicology*. USA. University of Illinois.

Petrović, Ankica. 1997. "The Status of Traditional Music in Eastern Europe ". In *Folklore and Traditional Music in the Former Soviet Union and Eastern Europe*, ed. by J. Porter, 49-59. Department of Ethnomusicology UCLA.

Porter, James. 1993. "Europe". In *Ethnomusicology: Historical and Regional Studies*, ed. by H. Myers, 215-239. New York London : The Norton Grove Handbook in Music.

Rihtman, Cvjetko. 1969. „O pojmu narodne tradicionalne glazbe“. U *Izraz* (7). Sarajevo.

Stokes, Martin. 1997. "East, West and Arabesk". In *Western Music and Its Others: Difference, Representation and Appropriation in Music*, eds. G. Born and D. Hesmondhalgh, 213-233. Berkeley Los Angeles London : University of California Press.

Zemtsovsky, Izaly. 1999. Fieldwork and Workshop. A paradox of authenticity and Dialogue. U Marošević, G., Ceribašić, N. (ur.), *Glazba, Folklor i Kultura*. 57-62. Svečani zbornik za Jerka Bezića, Zagreb: Institut za etnologiju i folkloristiku – Hrvatsko muzikološko društvo.

UDK: 316.77:343.51

FALSIFIKOVANJE NOVČANICA I ULOGA MEDIJA U NJEGOVOM SPRIJEČAVANU

COUNTERFEITING OF BANKNOTES AND ROLE OF MEDIA IN ITS PREVENTION

MIJOMIR PEROVIĆ, dipl. pravnik, dipl. ing
Podgorica

Apstrakt: Cilj ovog rada je da predstavi načine i metode falsifikovanja novca, njegovo sprječavanje kao i uticaj medija na preventivno djelovanje i prikazivanje mogućih izvršenja krivičnih djela iz ove oblasti.

Ključne riječi: Novac, falsifikovanje, mediji

Abstract: The aim of this paper is to present ways and methods of money counterfeiting, its prevention and the impact of the media directed to take preventive action and show possible commission of crimes in this area and sells them to the public.

Keywords: Money, Counterfeiting, Media

1. Uvod

Danas kada se pomene riječ falsifikat, može se pomisliti na luksuzne predmete, umjetnička djela itd. Međutim, u ovom tekstu biće riječi o jednom od najstarijih krivičnih djela u oblasti falsifikovanja - falsifikovanju novca. Ova pojava stara je koliko i novac i za ovaj delikt uvijek su bile predviđene stroge sankcije. U novije doba falsifikati su često u vezi sa nekim drugim kriminalnim aktivnostima. Najčešće se radi o falsifikovanju dokumenata (pasoši, lične karte, saobraćajne i vozačke dozvole, propusnice i dr.). Često se dešava da se ukradena roba plaća falsifikatima, a u posljednje vrijeme falsifikovani novac je prisutan čak kod trgovine drogom. Falsifikovanje novca bilježi porast nakon uvođenja eura kao platežnog sredstva.

Falsifikovanje novčanica je veoma rasprostranjeno krivično djelo u savremenom svijetu, pa izvršioци ovih krivičnih djela spadaju u grupu spretnih,

dovrtljivih, lukavih i dobro obučenih delinkvenata. Koristeći svoje znanje i sposobnosti oni teže da budu neprimjetni i neuhvatljivi, kako bi iskoristili svoje mogućnosti za enormnim bogaćenjem. Pretvaranjem falsifikovanih novčanih jedinica u prave novčane vrijednosti, oni vrše ovaj delikt ne mareći za štetu i posledice koju nanose ovim krivičnim djelom.

Vještačenjem, odnosno stručnom djelatnošću vještaka, otkrivanjem i dokazivanjem činjenica, stručnjaci za ovu oblast daju mišljenje i nalaz. Obično se ova vještačenja rade u zavodima za izradu novca. Takođe, ako su novčanice urađene slobodnom rukom, kopiranjem i precrtavanjem, onda će se koristiti kriminalističko-tehničke metode pri otkrivanju ovog krivičnog djela i njihovih izvršilaca.

Medijskim izlaganjem može se znatno uticati na smanjenje broja izvršilaca ovog krivičnog djela. Pravovremeno i tačno izvještavanje medija o problemima falsifikovanja novca, pored toga što može djelovati preventivno, u velikoj mjeri utiče i na povećanu opreznost građana i institucija, a samim tim i na veću mogućnost otkrivanja ovog krivičnog djela.

2. Falsifikovanje novčanica

Ako pojavu falsifikovanja novca pratimo kroz istoriju, može se zaključiti da se nekada najviše falsifikovao zlatni i srebrni novac. Falsifikati su se razlikovali od originala po težini, finoći i načinu izrade. Oni su najčešće bili izrađeni od nekog metala, koji je sličan ovim plemenitim metalima. Inače, postoji više načina izrade kod falsifikovanja metalnog novca.

Prva mogućnost falsifikovanja metalnih novčanica je livenjem u specijalnim kalupima. Međutim, ovaj način je lako prepoznatljiv, pa se stoga manje i koristi. Kod ovako dobijenog metalnog novca, uočljive su ivice na reljefima, pa ga je lako razlikovati od pravog novca.

Drugi način izrade metalnog novca je štancovanjem, odnosno utiskivanjem pomoću specijalnih matrica. Ovaj način izrade je mnogo bolji od prethodnog i teže se prepoznaje, pa se samim tim i češće srijeće u praksi.

Falsifikati novčanica se dijele na one koji su izrađeni ručno i one koji su izrađeni fotokopiranjem pravih novčanica. U nastavku će se predstaviti najkarakterističniji načini falsifikovanja novčanica.

Ručno izrađeni falsifikati su obično falsifikati koji su nesporno urađeni, lako su prepoznatljivi i nijesu izrađeni na kvalitetnom papiru. Vidljivost ovih nedostataka je veoma izražena pa spadaju u grupu loše urađenih falsifikata koji se mogu lako otkriti kao i izvršioci ovog krivičnog djela.

Štampanje rukom izrađenih falsifikata kopiranjem originala je česta pojava kod falsifikovanja novca. Ovako izrađene novčanice često znaju da zavaraju žrtvu prevare i „prođu“ kao originali. Novčanice se izrađuju uz pomoć posebne tehnike fotokopiranja i naizgled su slične pravim novčanicama, ali izgledaju pohabano i staro.

Prepravljanje originalnih novčanica se obično vrši na pravim novčanicama i najčešće sa manjeg apoen na veći. Izrada ovih falsifikovanih novčanica može se vršiti na dva načina: mehaničkim i hemijskim putem. Mehaničkim putem obično se vrši sječenjem djelova novčanice. Izvršiocu ovog krivičnog djela su po pravilu spretna lica, koja ovaj posao dugo uvježbavaju i iznalaze načine kako bi pri prepravci novčanice bili neprimjetni i precizni.

Skraćivanje originalnih novčanica je veoma grub pa je i lako uočljiv način falsifikovanja. Zbog toga ga falsifikatori veoma rijetko koriste. Novčanice izrađene na ovaj način su uobičajeno kraće 5-6 mm. Cilj je da se od 5 pravih novčanica dobije 6. Izrađena novčanica sastoji se iz više djelova koji su vješto spojeni.

Prepravljanje nevažećih novčanica je postupak u kojem falsifikatori obično koriste nevažeće novčanice slične onima u opticaju, i na njima vrše razne izmjene (prvenstveno izmjene datuma izdavanja novčanice) a zatim ih stavljaju u promet.

Fotokopije originalnih novčanica je najčešći način falsifikovanja. Ove novčanice se rade na preciznim mašinama i veoma su slične pravim novčanicama. Crteži na njima su veoma precizni, bez reljefa i oštine, pa ih je mnogo teže otkriti od ručno izrađenih falsifikata. Jedino što je osjetljivo i prepoznatljivo kod ovih novčanica jeste hartija. Hartija kod pravih novčanica je originalna i posjeduje određene sigurnosne znakove.

3. Zaštite od falsifikovanja

S obzirom da je pojava falsifikovanja prisutna od kada i novac, logično je da se uvijek razmišljalo o načinima zaštite od falsifikovanja. U nastavku će biti predstavljeni osnovni načini i vrste zaštite.

Vodotisk se nalazi na gotovo svim originalnim novčanicama, nemoguće ga je falsifikovati i svaki pokušaj falsifikovanja je vidljiv.

Svileni končić se nalazi na površini originalnog papira, dok se na falsifikatima nalaze crte u odgovarajućim bojama, pa mogu biti lako uočljive i otkrivene.

Kružići se srijeću kod kanadskih dolara, planski su izrađeni u samom papiru, teško ih je falsifikovati pa su pokušaji falsifikovanja lako uočljivi.

Sigurnosna metalna nit uočava se okretanjem novčanice prema izvoru svjetlosti. Neprimjetna je kod dobro izrađenih falsifikovanih novčanica.

Boja papira se koristi za bojenje papira na falsifikovanim novčanicama.

Fluorescentne materije su prisutne kod novca malog broja zemalja. Falsifikati izloženi ultravioletnim zracima daju svijetloplavi sjaj, dok originalne novčanice uglavnom mijenjaju boju.

Luminiscentni znakovi su znakovi ugrađeni u novčanice nevidljivim hemijskim mastilom. Ovi znaci su samo vidljivi osvjetljavanjem ultravioletnim zracima. Falsifikatori ih ne mogu imitirati.

Materije u boji koje reaguju na elektronske aparate -U mnogim zemljama postoje elektronski aparati za kontrolu novčanica. Ovi aparati reaguju na hemijski sastav koji je ugrađen u serijskom broju novčanice, ako traženih materija nema, aparati prepoznaju falsifikat.

Giljose predstavljaju tanke niti koje su ispreplijetane u raznim bojama koje ukrašavaju razne djelove novčanica. Kod falsifikata te niti su isprekidane i lako su uočljive pod lupom.

4. Falsifikatori novca, podjele falsifikata, falsifikati danas

Bez obzira na koji način je falsifikovan novac, organizovane grupe koje rade na tome u većini slučajeva odvajaju proces izrade od procesa rasturanja falsifikovanog novca. U većini slučajeva falsifikati izrađeni u jednoj zemlji rasturaju se raznim kanalima u više zemalja, pa se pri otkrivanju ovog krivičnog djela otkriva samo dio kriminalnog lanca koji učestvuje u ovom poslu. Falsifikatore novca možemo podijeliti u dvije grupe:

- kriminalci koji imaju podršku organizovanog kriminala, imaju znanje i koriste profesionalnu opremu.
- kriminalci koji nemaju podršku organizovanog kriminala, s manjom vještinom izrade i slabijim kvalitetom falsifikata nego u prvoj grupi.
- Falsifikati papirnog novca danas mogu se podijeliti u dvije grupe:
- Falsifikati izrađeni «set štampom», za koje je potrebna profesionalna oprema, znanje i vještina.
- Falsifikati izrađeni štampačima u boji, koji spadaju u grupu manje kvalitetnih falsifikata, za čiju izradu nije potrebna profesionalna oprema.

Falsifikovanje kovanog novca - eura, uglavnom se vrši metodom štamovanja i spada u grupu falsifikata dobre izrade. Obično, falsifikati koji su izrađivani poslednjih godina vezani su za apoeene od 2€, 200€ a potom 100€. U zemljama EU najčešće se pojavljuju falsifikati 20€ i 50€. Najčešće zemlje koje se povezuju sa falsifikovanim novcem su Italija, Bugarska, Litvanija i Kolumbija. Svaki novac za koji postoji sumnja da je falsifikat mora odmah biti povučen iz opticaja i dostavljen na tehničku analizu.

5. Rasturanje falsifikovanog novca

Rasturanje falsifikovanog novca najčešće se vrši u trgovinama sa velikim prometom, kafanama, pijacama itd. Rasturači novca često skreću pažnju razgovorom sa licem kojem daju novac. Oni obično kupuju stvari manje vrijednosti, dajući novčanicu u većem apoenju. Pri tome, dobijaju «kusr» koji predstavlja pravi novac dobijen od falsifikovane novčanice.

Rasturanje se obično vrši u večernjim časovima, pri lošim meteorološkim uslovima. Obično se posjećuju prodavnice u kojima rade starije osobe kako bi lakše proturili falsifikovani novac. Rasturači nemaju kod sebe puno lažnog novca, obično po jednu falsifikovanu novčanicu, a ostatak kriju negdje u blizini. Oni često dolaze u manja mjesta gdje ih niko ne poznaje i pritom koriste što brže rasturanje novčanica i nestaju. U slučaju da budu primijećeni ili uhvaćeni, oni brzo i vješto od sebe odbacuju falsifikovane novčanice ili pokušavaju da ih sakriju.

Falsifikatori gotovo nikada ne vrše ove delikte na mjestima gdje bi bili lako otkriveni (kao što su npr. banke, mjenjačnice i sl.). Često rade u grupama od po 2 ili 3 člana koji pomažu jedni drugima.

Obično, kada se otkriju lažne novčanice obavještavaju se banke, pošte, mjenjačnice, blagajne na autobuskim stanicama, bioskopima itd., da u slučaju pojave falsifikovanog novca obavijeste upravu policije.

6. Uloga medija u sprečavanju falsifikovanja novca

Mediji imaju veliki značaj u sprečavanju falsifikovanja i posebno rasturanja falsifikovanog novca. Taj uticaj možemo podijeliti u tri grupe i to:

– *Peventivni uticaj medija u sprečavanju falsifikovanja novca.* Preventivnim radom odnosno medijskim izvještavanjem može se postići cilj pravilnog upoznavanja građana sa problemom falsifikovanja novčanica. Takođe, forsirani medijski pritisak često pomaže da se „zaplaše“ delikventi skloni ovim radnja-

ma. I konačno, putem sredstava informisanja građani se mogu upoznati sa zakonskim normama koje sankcionišu ovo krivično djelo.

– *Značaj medija u otkrivanju krivičnih djela falsifikovanja.* Samim iznošenjem informacija o pojavi falsifikovanog novca na tržištu, stimulišu se građani da prijavljuju slučajeve izvršenja ovog krivičnog djela. Dalje, doprinosi se dopunjavanju činjenica poznatih nadležnim organima kroz iznošenje izjava očevidaca, njihovih zapažanje, opisivanja lica koja su pokušala da proture ili su proturila falsifikovani novac i sl.

– *Uticaj medija na državne organe* u cilju potpunog suzbijanja ovog krivičnog djela. Čestim izjavama i različitim tekstovima u medijima doprinosi se efikasnijem radu državnih organa.

7. Zaključak

S obzirom na rasprostranjenost falsifikata novca, neophodno je aktivno raditi na unapređenju mjera predostrožnosti. To podrazumijeva nastavak edukacije i kampanje usmjerene ka svim učesnicima u platnom prometu. Konstantnim upoznavanjem sa karakteristikama zaštite na novčanicama (kovanim i papirnim), primjene procedura u skladu sa zakonskom regulativom, podrške zaposlenima na blagajničkim poslovima (informisati o valutama u opticaju, obezbjeđivanjem kataloga opticaem novca), nabavku kvalitetne opreme (u skladu sa predviđenim standardima) za rad sa novcem i saradnje sa relevantnim institucijama kao što su Centralna banka i Uprava policije.

Brzina i efikasnost treba da budu na visokom nivou jer samo usklađenost među njima treba da budu pokazatelj otkrivanja ovih krivičnih djela i njihovih počinitelja. Akteri sprečavanja i otkrivanja ovih delikata predstavljaju snage modernog društva. Na taj način daju doprinos, šireći svijest o opasnosti ovakvih radnji i kažnjavajući ove lukave i dovrtljive delikvente. Znanjem, iskustvom, profesionalizmom sprečavamo ovakve delikte, jer sprega i dobra koordinacija u jednoj društvenoj cjelini mogu biti oslonac u sprečavanju nečega što je staro koliko i samo društvo a to je «falsifikovanje novca».

Svojim savjesnim radom i profesionalnim izvještavanjem mediji u značajnoj mjeri mogu doprinijeti širenju svijesti o nečinjenju krivičnih djela falsifikovanja, pomoći u otkrivanju počinitelja kao i upoznati javnost o opasnosti i poslasticama, koji prouzrokuju ovi spretni i dovrtljivi kriminalci.

Literatura

1. Aleksić Ž., Škulić M. (2002) Kriminalistika, Beograd.

Prikaz knjige (Book Review)



BOŽO BULATOVIĆ
HRONIKE

Podgorica: Crnogorski kulturni centar, 2012, s. 340.
ISBN 978-9940-501-13-6

FENOMENOLOŠKI VODIČ SMISLA POSTOJANJA

Govoreći o književnom djelu Boža Bulatovića, ugledni makedonski publicista i javni djelatnik Janko Nikolovski između ostalog kaže ... *ostao je enigma i treba i dalje proučavati njegov titanski opus otvaranjem debate i dijaloga o ovome čovjeku koji je bio i ostao zapamćen kao veliki crnogorski pisac...* Za proučavanje rečenog opusa zapisi Hroničara rukom novinarskom i putopisnom, jesu vrijedna i dragocjena baština zaslužna dužne vremenske i analitičke pažnje savremene percepcije teksta.

„Hronike“ su zajednički imenitelj onoga što se u drugim (pod)žanrovskim određenjima označava kao crtica, dnevnička bilježnica, putopis, razgled-

nica... U ovoj konceptijskoj ravni tekst legitimise svoju publicističko-umjetničku vrijednost i otvorenost prema kritici širokog dijapazona. Stepent dokumentarnosti teksta naglašen je datiranjem, godinom nastanka, što uz autorsku impresiju dobija odjek minulog iskustva, nataloženog dijaloga i ironijske distance, koja tekst nakon više decenija od nastanka čini pitkijim u njegovoj percepciji.

Sklon provokativnim pozivima na razmišljanje, djelanje i povratak duhovnosti, Božo Bulatović je ovim djelom u otvorenom dijalogu i sa prošlošću i sa budućnošću. Takvim dijalogom on je stvorio osobenu poetiku teksta reprezentativne višeslojnosti, koja je govorljiva o najširoj mreži svijeta, o njegovoj pojavnosti, karikaturalnosti i licemjernom bezdušju. Insistiranjem na određenim motivima kao znacima sve-vremene memorije i simbola (anti) – života, Bulatović povezuje različitosti u sklad dijalektičkog jedinstva koji poništava svijet nezgrapne materijalnosti. Na ovaj način to vrijeme suptilnog ironičnog kazivanja prevodi se u fenomenologiju sadašnjosti – prikazivanja kao kritičke otvorenosti trajanja sjevremenog (anti)kazivanja. Hronike ovog toposa su, između ostalog, današnja sveprisutna mjesta dramatičnog patosa trivijalnih interesovanja, koja su samo bijedni podstanar u carstvu reklamno-neonskog spektakla.

Dok je za Boža Bulatovića riječ darivanje i uživanje, on je znalački u želji za duhovnom reinkarnacijom prepoznaje i komentariše u transformaciji koja od ljepote ide ka moći. U toj moći Bulatovićevoj riječi je neudobno i tijesno. Njegova riječ „Hronika“ je riječ duha vječnosti, riječ nade i predskazanja ontološke nužnosti (konačnog) susreta riječi i čovjeka. „Hronike“ su istovremeno i diskretna anticipacija (n)ovog vremena u kome se komercijalno iscrpljuju i iskorištavaju tradicionalni oblici življenja i stvaranja. U tom diskursu, jezgrovitost Bulatovićevih opaski dostiže aforističnost dostojne istočnjačke mudrosti *„trebalo bi da zakon jasnije razgraniči prava i odgovornost pojedinaca i ustanova kako bi istorija bila isključivo društvena, a nikako i nikada privatna svojina“* („Borba“, Beograd, 1966). Na vrlo malom prostoru, filigranski, ovaj autor za tren napravi efektnan retorički obrt, nudeći čitaocu promijenjenu optiku doživljene stvarnosti.

Bulatović svojim tekstovima ne želi da suvoparno konstatuje mjesto događajnosti, već poput kakvog vrhunskog Heraklitovog nastavljača na neprijateljskoj teritoriji, u srce teksta ubacuje dinamičke kontrakategorije i principe višesmjernih konsekvencija. Komunikativno-kulturološki susret sa ovom knjigom proishodi iz traganja – svojevrsne detekcije „tragova“, u kojima se feno-

meni u iskustvu razlika promišljaju i dovode u koherentan slijed. „Hronike“ su primjer sa koliko originalnosti, snage kritičkog mišljenja i analitičnosti, Bulatović percipira i razgrađuje svu antinomičnost društvenih fenomena i njima pratećih eksternalija. Veliki broj razmatranih fenomena, posebno mnoštvo detaljnih primjera, čine ovu knjigu naročito značajnom za društva čiji su vrijednosni principi, etičke dileme, javna odgovornost – promjenljive kategorije uslovljene nizom istorijskih, mentalitetskih, socijalnih i utilitarnih razloga. Nije pretenciozno reći da ova knjiga zato može biti i svojevrstan kulturološko-fenomenološki vodič, u traganju za smislom ljudskog postojanja i kratkog mu trajanja. Ne slučajno, Bulatović u tom duhu konstatuje da *„daleki preci dozivaju i opominju potomke da se ne zanose mislima o besmrtnosti“*.

U duhu borhesovski doživljene Knjige kao sinonima postojanja, ili pisanja koje Umberto Eko doživljava činom otpora konačnosti, situirana je i socio-kulturološka vertikalna ukupnog Bulatovićevog stvaralačkog opusa. „Hronike“ u smisaono-sadržajnom konceptu tog opusa samo potvrđuju senzibilitet vječitog traganja, od strane neumornog tragača za smislom postojanja i smislom vrijednosti kao ontološko-biološkom vertikalom čovjekovog bivstva. Zato, uprkos izazovima opšte digitalizacije oruđa za čitanje, e-knjige, disketâ, usb priključaka gdje je – kako Bulatović prije skoro pet decenija primjećuje, *„rekлама novo božanstvo savremenog čovjeka“* (1966) – prema Božovim „Hronikama“, tom nostalgично-uputnom štivu, treba se ophoditi i koristiti ih na način sličan onome kako su se krajem 18 vijeka aristokrate odnosili prema knjizi, kada su prilikom dužih putovanja u malim koferima nosili svoje pokretne biblioteke. Uostalom, ova knjiga eseja i zapisa je izrasla iz osebnog Božovog putešestvovanja koji je na ovaj način, zapisujući njegove biljege, znake, simbole, godine, (p)ostala hronika, ne mjesta, čina ili imena, koliko „Hronike“ sveopšte društvene događajnosti, hronike ljudskih naravi, posrnuća, izazova, ograničenosti i dilema... Visprena zapažanja, anegdote, dosjetke i viđenja nijesu pisane (i viđene) od strane Boža Bulatovića, s namjerom pružanja gotovih i definitivnih odgovora. U konačnosti ljudskog duha, prepoznaje se, uostalom, i potreba za obilježavanjem nekih svojih staza, kojima se (ne)voljno ide u susret.

Erudicija Božove misli, jezgrovitost poruke čitljive i vidljive sa prostora i mjesta distance – razobličava karakterologiju nedoraslosti sveukupne palanačke svijesti, spremne da energijom negativca mistifikuje nemistično, subjektivno zamjenjujući smisao i slijed zakonomjerne objektivnosti. Tekstovi poput, npr. *„Takozvano tržište, Privatna svojina, Potraga za obilježjem, Visoki kriterijumi ili snobizam, Zbrdozdolisana teorija, Simpozijanje, Sporazumijevanje prstima“* ... ogled-

ni su primjeri živuće fenomenologije socijalne žilavosti, koja se opire promjenama strukture socijalnog organizma, koja van konteksta traži svoj „održivi kontekst“ uporan da zamjenom teza, pojmova i principa ustoličuje antipode smisla i sadržaja samog smisla. Beskompromisan u razotkrivanju ovog teksta, Božo ne ljeperječi i ne dodvorava se aktuelnoj poželjnosti, on je hirurškim zahvatom locira, nudeći operaciju otklona od ustajalosti misli površnog i neodgovornog koje čovjek sa sobom nosi, nesvjestan da tim prokletstvom priziva novo, dublje i u korišćenu neodgovorno snažnije.

Božove „Hronike“ su hronike jednog vremena, hronike ljudskih traganja za smislom (ne)dokučivog mjesta, u kome se uzvišeno i trivijalno, kosmopolitsko i palanačko, tradicionalno i moderno, globalno i lokalno, sudaraju, baveći se svako na svoj način za onaj ontički topos, u kome vide svoje spase-nje, razrješenje, mir i utjehu ljudskih visosti i ljudskih slabosti. Otuda, koliko god to bila reprezentativna slika jednog miljea, to je istovremeno i vertikala ukupnih ljudskih i civilizacijskih hronika. Svijet neona i digitalne kompresije može na tren ovaj svijet učiniti vizuelno ljepšim, bržim i konzumentu privlačnijim, ali neke stvari ostaju gotovo iste, nepromijenjene, u tragičnoj orbiti ljudske slabosti. Na suprotnom polu tragičnog – svako komično štrči i prkosi, želeći da vitalnošću duha produži (ne)moguće, približi daleko, i pomiri (ne)pomirljivo.

Bulatović filigranskim potezima, gdje kako kaže „*mali povodi mogu otkriti velike stvari*“, skicira socio-kulturološko-mentalitetsku mapu ljudske nesavršenosti, koja ostaje u predanje zainteresovanim pregaocima tumača života kroz tumačenje pisanog teksta. Iako pisana različitim povodima, motivima i situacijama trenutka, ova knjiga, bez dileme, predstavlja osobeno dijaloško jedinstvo, koje u dualitetu pojedinac-kolektiv percipira, problematizuje i naslućuje relacioni diskurs zasebnih svjetova-pitanja, krajnosti u kome se pojedinac identitetski prepoznaje ili gubi, u uvijek kritičnoj zoni kolektivnog MI. U tom MI gustina problema ekvivalent je vjetru u jedra populista, čija se pozicija JA uvijek favorizuje u odnosu na MI – to jest u odnosu na nasušnu potrebu javnog interesa.

mr Željko Rutović

Prikaz knjige (Book Review)

ZORAN LAKIĆ
TOKOVI ISTORIJE U CRNOJ GORI

Podgorica: Srpski nacionalni savjet Crne Gore, 2011, s. 304.

ISBN: 978-9940-27-021-6

Tokovi istorije u Crnoj Gori je knjiga sačinjena od napisanih tekstova u poslednjih par godina. Neki od njih su objavljeni u zbornicima radova sa naučnih skupova, periodici i dnevnoj štampi. Svaki od radova posebno je pripreman, a ova knjiga ih ujedinjuje i govori nam o istorijskim tokovima i procesima na prostoru Crne Gore, kao i Raške oblasti i Kosova i Metohije.

Knjiga je struktuirana po principima savremene metodologije i podijeljena je na više dijelova. Poglavlja su naslovljena i koncipirana tako da svako za sebe predstavlja jednu zaokruženu cjelinu. Najobimniji je prvi dio-preko 100 strana. Riječ je o tekstovima pripremanim za naučna saopštenja. Neka od njih su novi tekstovi o starim istoriografskim temama, od kojih su neke bile i „tabu teme“. Ocjene u ovim tekstovima nemaju krutost i one su povoljnije nego u vrijeme kada su pisani prvi tekstovi o ovim složenim istoriografskim temama. Zapravo akademik Lakić je ove teme, koje su i ranije bile predmet kako njegovog tako i naučnog interesovanja mnogih istoričara, obradio na nov način, krajnje naučan i originalan. Vješto naslovljene teme sažimaju suštinu daljeg teksta i privlače pažnju čitalaca. Da pomenem samo neke: Srpsko pitanje u Crnoj Gori danas, Kult Rusije u Crnoj Gori, Emancipacija žene (majke) u Crnoj Gori, Uloga nauke u utvrđivanju stanja i položaja Kosova i Metohije, Zavičaj i istorijska tradicija na pragu 21. vijeka, Značaj poznavanja demografskih tokova u razvoju regiona. Autor u ovom dijelu obrađuje ne samo one probleme koji i danas mogu biti predmet diskusije među istoričarima, već brani i ranije iznijete stavove i traži rješenja onih problema koji su bili zapostavljeni u historiografiji. On ukazuje na naučnu potrebu da se pokrenu pitanja o krajnje oprečnim gledanjima o pojedinim događajima, prezentujući nam i onu građu i materijal koju su drugi namjerno zaobilazili i nerado kazivali. U tom pogledu ovi radovi se orijentišu i na veoma važno pitanje – kako se u Crnoj Gori, socijalno, ekonomski i ideološki tako različitoj, oblikuje politička volja. Zbog svega

navedenog autor je ove teme grupisao u Prvi dio knjige, u poglavlje koje je naslovio Ogledi.

U drugom dijelu objavljeni su još slobodnije pisani tekstovi publikovani u periodici ili novinama. Ovdje su i tekstovi-tzv. kolumne, koje načinju samo jedan segment šire teme. Ovi tekstovi imaju polemički oblik i karakter. Ukupno ih ima preko trideset. Podijeljeni su u tri grupe pod naslovima: Osvrti, Čari i zamke zavičajne historiografije i Najviše nas je među zvijezdama.

Akademik Zoran Lakić je jedan od rijetkih naučnika koji se nije zadovoljavao samo istraživačkim radom, odnosno otkrivanjem i sakupljanjem brojnih činjenica za svoja naučna djela, već je uvijek bio i ostao prisutan na javnoj društvenoj sceni, gdje je svojim naučnim rezultatima doprinosio objašnjenju historijskih procesa našeg vremena, insistirajući uvijek na strogom odvajanju nauke od politike. Iako su tematski raznorodni, ovi radovi imaju zajedničku nit koja se ogleda u polemičkom. On i ovim radovima pokazuje da je pisac posebnog digniteta, stvaralačke upornosti koji piše bez srdžbe i pristrasnosti. Svjestan da se politika miješala u domen nauke Lakić smatra da je nauka često gubila duel sa politikom, pa se to dešava i u savremenom dobu, naročito u Crnoj Gori.

Zoran Lakić pripada jugoslovenskoj školi savremene istorije koja se razvila u drugoj polovini prošlog vijeka i još traje. Kao intelektualac zalaže se za filozofiju mira, jer ga historijska istina uči da je rat poguban za čovječanstvo. Zato nam i u ovim svojim radovima nudi uvjerljiva objašnjenja koja su brana intelektualnom profiterstvu čija je namjera da sakrije korijene i zamagli vidike. Uostalom, istorija je egzaktna nauka, nauka o nečemu što se zaista dogodilo i ne mogu postojati dvije istine o jednom istom događaju. Zato i u ovoj knjizi ostaje dosledan svojim uvjerenjima, naučnoj istini, toleranciji, neopterećen dnevno-političkim interesima.

Treći dio knjige nosi naslov pisma. To nisu privatna pisma, već pisma pisana uglednim ljudima u Njujorku, Moskvi, Berlinu, Parizu i drugim mjestima, a koja se odnose na Jugo-krizu 90-tih godina gdje autor sagledava načine kako oni mogu da nam pomognu.

Četvrti dio knjige su putopisne bilješke iz Sofije i Moskve – gdje je boravio kao gost tamošnjih akademija nauka i umjetnosti.

U posebnom tematskom bloku data je dokumentacija, fotografije i faksimili koji upotpunjavaju ovu historijsku priču, sadržaj knjige čine zanimljivijim i privlačnijim za čitaoca.

S obzirom na oskudnost literature, kada su u pitanju brojni problemi o kojima se u ovoj knjizi raspravlja, sigurno je da će knjiga akademika Zorana Lakića dijelom popuniti ozbiljnu prazninu u izučavanju ovih pitanja u Crnoj Gori. Problemi o kojima se raspravlja u ovoj knjizi su brojni i raznovrsni, tako da će i sam čitalac biti podstaknut na razmišljanje i dalje traženje odgovora na pitanja na koja smatra da nije dobio odgovor i iz svega izloženog moći će da pravi zaključke po svom nahođenju.

Knjiga dolazi iz pera historičara sa iskustvom, svjedoči o uspješnosti njegovog bavljenja historijskom naukom, i njom se potvrđuje ono što je akademik Lakić već dokazao svojim prethodnim radom. I u ovom djelu se ogleda naša prošlost, sadašnjost i budućnost, naši karakteri i naučni moral. I ovo djelo sadrži historijsku, filozofsku, etnografsku i književnu dimenziju. Vrijednost knjige predstavlja pregledno i zanimljivo izlaganje, bogat jezik i dobar stil, kao i studioznost, analitičnost i širina u pojmovnom objašnjavanju procesa i pojava. Autor je radove prezentovao pregledno, zanimljivo i sistematizovano, prikazujući historijske okolnosti koje su uticale na razvoj političke, socijalne i kulturne svijesti u Crnoj Gori. Čitanjem ove knjige lakše razumijemo aktuelne društvene procese koji se odvijaju u Crnoj Gori.

Ovako koncipirana knjiga čini koncepcijski i metodološki sasvim originalnu historiografsku cjelinu koja predstavlja doprinos razvoju historiografije u Crnoj Gori. Poglavlja su funkcionalno povezana i knjiga predstavlja i u formalnom i sadržajnom smislu jednu cjelinu. Radovi skupljeni na jednom mjestu, u ovoj knjizi, iako raznovrsni i po formi i po sadržaju, djeluju kao koherentna cjelina u funkciji naučne istine. Upravo ova raznovrsnost, bogatstvo podataka i način izlaganja daju knjizi kvalitetne posebnosti i njenu prepoznatljivost. Zbog obilja zanimljivih i važnih činjenica knjiga nas navodi na razmišljanje i bolje sagledavanje onoga što se zbilo oko nas.

Dobar znalac konkretnih historijskih prilika kako u Crnoj Gori tako i na širim prostorima, autor je uspješno tragao za odgovorima na mnoštvo ključnih pitanja. Nigdje se nije služio prostim tumačenjima, nego je tumačenja isključivo gradio na osnovu kritičkog proučavanja stvarnosti, koju je dosledno u skladu sa svojim saznanjima, shvatao i procjenjivao. Svoje osnovne rezultate je razvio poštujući i pokazujući stvarnost u svoj njenoj raznovrsnosti. Historijske procese nije sagledavao jednostrano. Upravo je time i sebi omogućio da tačno sagleda stvarnost i dođe do realnih sudova, ne želeći da postane zarobljenik mistifikatorskih shvatanja istorije svoje nacije i države. Događaje prikazuje nepristrasno i do kraja objektivno, koristeći podatke prvog reda i fakte od ne-

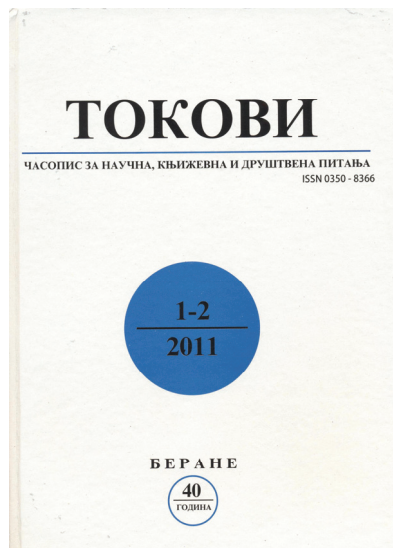
sumnjive vrijednosti, ostavljajući nam knjigu naučno utemeljenu, kompletnu i autentičnu. Uspio je da otrgne od zaborava mnoge detalje, da ih uz bogatstvo podataka bliže osvijetli i potkrijepi novim činjenicama.

Na kraju knjige se nalaze rezimei u kojima je ukratko rezimirao svoj istraživački napor. Knjiga posjeduje i kratku biografiju samog autora. Recenzenti su dr Vukić Ilinčić i dr Budimir Aleksić.

Ukupan utisak o stručnoj i naučnoj vrijednosti ove knjige, čiji sami naslov realno izražava njen sadržaj, više je nego povoljan, a čitaocu je ostavljeno da iz svega izloženog pravi zaključke po svom nahođenju. I ovom knjigom akademik Lakić je dokazao da je istoričar koji je dorastao svome zadatku i koji je spreman svome pozivu kada je u pitanju objektivnije i smjelije tumačenje dokumenata. Zbog razmatranja aktuelnih naučnih problema knjiga je po mnogo čemu izazovna i za naučnu raspravu. Ovako sistematizovani tekstovi biće od pomoći i budućim istoričarima o Crnoj Gori. Knjiga je podsticajna i za dalja nepristrasna istorijska istraživanja, a biće od koristi i onima koji rade u nastavi istorije.

dr Žarko Leković

Prikaz časopisa (*Journal Review*)



TOKOVI

Časopis za naučna, književna i društvena pitanja, 1-2 2011.
JU Centar za kulturu – Berane, s. 548

SLOVLJE I TRAGOVlje

Tokovi, kao jedan od starijih i tragotvornijih časopisa u Crnoj Gori, izlazeći i danas – nastavljaju svoju četrdesetogodišnju misiju i prenose naučno-književne zapise – svjetiljke polimskog kraja, države Crne Gore i regiona.

Poslije perioda neizlaženja, u uvodnom slovu prvog broja „novih“ Tokova (jun, 2007. god.), tadašnji urednik Ivan Raičević, zapisuje: „Sudbina Tokova neodoljivo podsjeća na tok rijeke ponornice koja se već treći put ponovo pojavljuje iz utrobe zemlje i, nadamo se, trajno nastavlja svoj tihi hod kroz vrijeme, rijeke čije je ušće daleki okean svjetske kulturne, naučne i obrazovne baštine. Beranski Tokovi, čini nam se, trebaju i mogu biti makar kap u tom okeanu.“

Izlazeći dva puta godišnje i, sa probranom redakcijom, istrajavajući u naučno-stručnim i književnim objavama sopstva, Tokovi, oslobođeni i kroz svoj naziv – opstaju i zrače otvorenošću za sve istinske stvaraoce, one već afirmisane i one koji tek dolaze.

A u dvobroju o kojem je riječ, akademik Vukota Babović, povodom 40 godina Tokova, zapisuje: „Nizvodno, vidim mutne kolovrate kojima dna nijesmo sagledali niti razumjeli lokalne rotacije; vidim hridove koje maskiraju prolječne povodnje i ogoljuju ljetnje žege godišnjih doba naše istorije (vidim i bijele kosture nasukanih predaka). Trebaju nam i nove snage sa optikom budućnosti da uvedu značenjski red u smutnje istorijskih virova; oni će znati, moraju da znaju, da će samo istina (naučna, etička, nemetafizička, ljudska dakle) staviti tačku na lažno bipolamu prošlost zajedničkog nam zavičaja, i njega u Crnoj Gori. I ta istina koju još nijesmo do kraja iskristalisali iz retorte prohujalih dana, kakva ona mora biti?

Poštovana od svih.

Ona mora bili groblje svih dosadašnjih surogata istorije. Jer nije vrijedno, nije podsticajno - hoću da kažem lišeno je dostojanstva - ono što se ne smije reći širom otvorenih očiju, kroz zdrave zube, bez grča na čelu. Ne postoji usamljena istina, naime. Ona izvire iz sistema vrijednosti, i to samo onda kad je možemo saopštiti. Kome? Saopštiti bez zazora unučadima i đacima, u Tokovima, u udžbenicima.

To hoću da kažem. I već je vrijeme da to autentičnije reknu dolazeći pisci, publicisti, intelektualci koji će Časopis prihvatiti kao trajnu tribinu ovog podneblja, koja bilježi i objašnjava, upućuje. Oni će znati da potkrešu naša zapuštena porodična stabla, demitologizuju plemenske fascikle. I pročiste arhaični govor. Zavičaj ne smije biti palanačko utočište intelektualnim i političkim lenjivcima, koji su sopstvene glasne žice zamijenili škripućim gramofonskim pločama, jedne prevaziđene tehnologije, snimljenim ko zna kad, i ko zna đe.

To će se desiti.

Tokovi će žuboriti.“

U porukama i tragovlju jubilarnih Tokova, izdvaja se i odjeljak „Studije i članci“. Između ostalih, u ovoj rubrici su objavljeni tekstovi: *Muslimani Crne Gore* – prof. dr Božidar Šekularac; *Balšići (porijeklo i dinastička vlast)* – mr Vasilj Jovović; *Stav Rusije prema formiranju Balkanskog saveza* – prof. dr Nada Tomović; *Problematika poplava u Crnoj Gori* – doc. dr Miroslav Doderović; *Pokušaj dekodiranja jednog baroknog teksta (život blažene Ozane Vicka Bolice Kokoljića)* – doc. dr Vesna Vukićević – Janković; *Lingvističke odlike crnogorske pripovjedačke proze od Njegoša do 1918 godine* – mr Sanja Crnogorac; *Instrumenti i proces odlučivanja u okviru tri stuba EU* – mr Milena Joksimović.

Posebnu pažnju zaslužio je tekst mr Seada Ibrića – *Berane prije sto godina (Berane 1910.godine u opisu turskog novinara Ahmeda Šerifa)*.

Kutak za prozu i poeziju značenjski je govorio zapisima Radovana Zogovića, Jevrema Brkovića, Ratka Vujoševića, Dušana Kostića, Zaima Azemovića, Mirsada Bećirbašića, Maje Perfiljeve, Ibrahima Bejrašija, Dine Murić i drugih, a svojim likovnim umijećem broj su obogatili: Miodrag Šćepanović, Halko Halilović i Luka Radojević.

Prikaze na objavljene knjige dali su: dr Zvezdan Folić, Borislav Cimeša, akademik Vojislav Vulcanović, dr Draško Došljak i mr Sait Šabotić, a zasigurno, posebnu značajnost ovom broju udahnula je i objava cjelokupne bibliografije časopisa Tokovi, autora Đorđija Trifunovića.

Tokovi su beranski trag u vremenu – dio povremenog glaskanja i onih čuvenih literata sa Lima, zbog kojih je Polimlje svojevrsna književna autonomija u svemiru.

Ovaj skromni zapis o jubilarnom broju, ponajbolje je završiti slovljem akademika Čeda Vukovića: „Neka oglasito zbore tokovi, podtokovi i nadtokovi crnogorski! I neka iz njih vječno izvija riječ riječi!

Brzak – vir – brzak –vir“...

Velimir Ralević

Prikaz časopisa (*Journal Review*)



AGORA

časopis za kulturu i društvena pitanja,
Podgorica : Pobjeda

SIMBOL CRNOGORSKE MEDIJSKE STVARNOSTI

Časopis za kulturu i društvena pitanja „Agora“, koji se publikuje u okviru dnevnog lista Pobjeda, nastao je prije gotovo deceniju, i to sa ambicijom da postane relevantno mjesto za razmjenu različitih stavova na akademskom nivou, daleko od politike i politikantstva, sa ciljem unapređenja životnog prostora i afirmacije uvriježenog i uvaženog sistema vrijednosti i humanosti.

Teme su, kako svjedoči više od stotinu brojeva „Agore“, birane ciljano u svrhu promocije Crne Gore i njenih istorijskih tekovina na širem prostoru, ali i radi promocije potrebe da se što prije uđe u proces evropskih integracija, samim tim i da se izbjegnu prepreke na koje su nailazile druge države koje su već sada dio porodice evropskih država i naroda. Teme evropskih integracija i izazovi koji taj put prate, tako su se, među ostalima, našle kao nezaobilazne u „Agori“, ali na specifičan i pristupačan način.

Napori malobrojne redakcije i urednice gospođe **Vere Gavrilović** prepoznati su već 2004. godine, kada je „Agora“, uprkos tome što je riječ o časopisu, proglašena za najznačajniji događaj i postignuće te godine, što je u malom kolektivu, po svemu sudeći, shvaćeno i prihvaćeno kao podstrek za sve ono što je slijedilo.

Globalni trendovi - ekonomska kriza, smanjeno interesovanje za pisane medije, pad kvaliteta medijskog izvještavanja, sudeći po tekstovima i temama, zaobišli su „Agoru“ koja je uspjela da neokrnjenim sjajem nastavi da reflektuje i definiše vrijednosne standarde koji su daleko iznad dnevnog utilitarnog

promišljanja. Zato se može reći da je prof. dr **Ratko Božović** s razlogom primijetio da na prostoru ex-Jugoslavije ne postoji izvan i iznad „Agora“ uspješnije tretiranje svih relevantnih fenomena savremene kulture, njenih intelektualnih, stvaralačkih i moralnih vrijednosti, kao i da je riječ o časopisu koji predstavlja višedimenzionalnu pojavu koja omogućava i obezbjeđuje saznanje, uvjerenje, poglede, načela, vrijednosti i vjerovanja.

„Agoru“ su prvi prihvatili i potvrdili provjereni autoriteti (prof.dr **Đuro Šušnjić**, prof. dr **Sonja Tomović- Šundić**, **Predrag Matvejević**, **Mirko Kovač**, **Marko Špadijer**, **Antun Sbutega**, **Dimitrije Popović**, Prof. dr **Sandra Bašić-Hrvatin**, mr **Željko Rutović**, **Đorđe Borožan**, **Nik Gašaj**, **Miraš Martinić**, **Savo Marković** i mnogi drugi), da bi im se pridružili i mlađi kreativni stvaraoci sa svojim istraživačkim potencijalima (**Dijana Vučinić**, **Nikoleta Tomović**, **Violeta Cvejić**, **Olivera Injac**), što ukazuje na pouzdanu orijentaciju ovog časopisa.

Svi oni, zajedničkim akcijama, objedinjeni misaonom vizijom gospođe Gavrilović, uspjeli su znalački da ukažu na crnogorsko (ali i šire) kulturno-umjetničko nasljeđe, stvaralaštvo i kreativnost, posebno se osvrćući na ono što je prioritet svakodnevice i put Crne Gore.

Zbog svega rečenog stoji ocjena da se „Agora“ temama i načinom opservacije svih važnih dešavanja pozicionirala kao nezaobilazan i prepoznatljiv simbol crnogorske kulturne i medijske stvarnosti, kao i da je ovaj časopis sada već pozicioniran kao ozbiljan svjedok vremena i faktor kreiranja javnog mnijenja u Crnoj Gori.

dr Mimo Drašković

Datumi (Dates)

OD „CRNOGORCA“ DO ELEKTRONSKOG NOVINARSTVA

Prof. NIKOLA VUJANOVIĆ,
predsjednik Društva crnogorskih novinara

*U istoriji crnogrske žurnalistike
„Crnogorac“ predstavlja izuzetnu pojavu,
a 23. januar 1871. godine,
kada se ovaj list pojavio,
spada u najznačajnije datume
istorije Crne Gore*

Ako se izuzmu almanasi i kalendari koji su štampani još u Njegoševo vrijeme i koji na izvjestan način jesu neke publikacije informativnog tipa, novinarstvo u Crnoj Gori, u obliku kakvo i danas poznajemo, započinje 23. januara 1871. godine, štampanjem prvog broja „Crnogorca“. Njegovim pojavljivanjem počinje istorija crnogorskog novinarstva čije su temelje postavili vlasnik „Crnogorca“ Jovan Sundačić i urednik Simo Popović. Saradnici su bili Vasa Pelagić, Laza Kostić, vojvoda Mašo Vrbica i Marko Dragović. Koliko je list bio napredan možda najbolje govori činjenica da je, između ostalog, donosio informacije o prvoj proleterskoj revoluciji u svijetu – Pariskoj komuni, i da je porobljene narode u dvije velike monarhije u susjedstvu Crne Gore podstrekivao na borbu protiv ropstva i tiranije. Izlazio je jednom nedjeljno na četiri strane i u svom prvom broju objavio i program lista: „Da bi dakle stvorili priliku, da bolje pozna Crnu Goru strani svijet, koji često grube neistine donosi o njoj, a i našem svijetu, koji živo osjeća potrebu tu, izlaziće od novog ljeta na Cetinju nob i prvi list za politiku i njoževnost pod imenom „Crnogorac“. Zarada duha slobode i nezavisnosti narodne, koji lebdi pred nama, a kojijem će i „Crnogorac“ služiti, zarad našega ujedinjenja narodnoga, od prijeke nam je potrebe danas međusobno poznavanje stanja i snage naše i bratska uzajamnost.

A da bi „Crnogorac“ doista bio vjeran tumač osjećanja i stanja našega naroda, donosiće mimo članaka o važnijim događajima svjetskijem i pitanjima koja se tiču našega naroda još i uvijek pouzdane dopise iz sviju krajeva u kojima on živi, i to baš iz onijeh krajeva naše podjarmljene braće, iz kojijeh su naši

listovi bili najmanje izbjestavani. Držimo da ćemo rodoljubno osjećanje našega naroda osobito time zadovoljiti, jer je za zajednički rad, za gajenje jedne misli narodne prijeko potrebno poznavanje stanja narodnjeg...”

Od rubrika imao je: Dopise, Vijesti iz našijeh i tuđijeh zemalja, Književnost, Bilješke, Novosti, Različnosti, Podlistak i Oglase. Zbog kritičkog stava prema Austro-ugarskoj i Turskoj, prestao je sa izlaženjem 1873. godine da bi se, poslije nešto više od dva mjeseca pojavio pod novim imenom, „Glas Crnogorca“.

Zanimljivo je da je datum izlaženja prvog lista u Crnoj Gori dugo bio zanemarivan i da mu se nije poklanjala zaslužena pažnja. Tek je 1984. godine, na inicijativu Društva novinara Cetinja, taj datum obilježen na način koji zasluđuje i koji mu pripada. Toga dana na Cetinju je ustanovljen Dan novinara Crne Gore i donešena odluka da se redovno obilježava kao praznik svih poslenika „sedme sile“. Program koji je izveden u zgradi SO Cetinja nosio je naslov „To niste pročitali“ a učešće su uzeli neki od tada najistaknutijih predstavnika književnosti i novinarstva SFRJ : Dušan Kostić, Svetozar Đonović, Petar Đuranović, Radivoje Rabrenović, Pavle Đonović, Slobodan Vuković, Radovan Jablan itd. Organizator okupljanja, Đoko Mirković, govorio je o potrebi i neophodnosti očuvanja tradicije novinarstva dok je Novak Jovanović imao referat u vezi sa počecima novinarstva u Crnoj Gori. Tom prilikom pokrenuta je inicijativa da se ustanovi novinarska nagrada „Crnogorac“, pored nagrada za novinare koje su već dodjeljivane na republičkom i državnom nivou. Samo organizovanje ovog susreta novinara naišlo je na jako dobar prijem i podršku a prisustvovali su mu tadašnji najviši predstavnici Crne Gore: Marko Orlandić, Velisav Vuksanović i Svetozar Vuksanović – Tempo.

Cetinjsko udruženje novinara uspjelo je, i pored stalnih teškoća i hronične besparice, da očuva kontinuitet obilježavanja Dana novinara Crne Gore i čitavih 25 godina bez ičije pomoći organizovalo ovu manifestaciju. Satisfakciju za toliki entuzijizam čitavo to vrijeme pružala im je činjenica da sa iskrenom željom, vjerom i predanošću čuvaju sjećanje na jedan veliki datum i jedan veliki kulturni iskorak Crne Gore sa kraja 19. vijeka.

Tek od 2008. godine, formiranjem Društva crnogorskih novinara, javlja se partner u organizovanju Dana novinara Crne Gore i, konačno, realizuje ideja o dodjeljivanju novinarske nagrade „Crnogorac“ koja se od tada svake godine uručuje 23. januara, na Cetinju.

IN MEMORIAM

DENIS ZAIMOVIĆ
(1979 - 2012)

Rijetki su ljudi koji vas svojom pojavom, neposrednošću i pristupačnošću osvoje već prilikom prvog susreta i učine da se osjećate kao da ih poznajete oduvijek. Upravo tako sam se osjećao kada sam, prilikom jedne od mnogih naučnih ekspedicija „Medijskih dijaloga“, upoznao Denisa. Sudbina nam je od tada često ukrštala puteve, pa smo imali priliku da prijateljski popričamo i češće nego što smo se nadali. I svaki od tih razgovora završavao se istim riječima: „Da se ne pozdravljamo... Vidimo se uskoro...“

I na žalost, baš ništa - ni kišno sarajevsko jutro, ni baščaršijska gužva, ni lijepe teme o kojima smo razgovarali, baš ništa nije odavalo da se vidimo posljednji put...

Dr Denis Zaimović rođen je 1979. godine u Sarajevu. Diplomirao je 2001. godine na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Sarajevu. Bio je prvi student Odsjeka za žurnalistiku koji je u nezavisnoj produkciji Internews - a teorijski i praktično odbranio diplomski rad "TV intervju kao kritičko-analitički oblik novinarskog izražavanja".

Uspješno odbranivši magistarsku tezu „Efekti i mogućnosti primjene koncepta Euroregije u Bosni i Hercegovini“, stekao je zvanje magistra političkih nauka. Zvanje doktora žurnalističkih odnosno komunikoloških nauka stekao je odbranivši doktorsku disertaciju pod nazivom "Uloga odnosa s javnošću u institucijama lokalne samouprave".

Od 2000. do 2005. godine radio je na TV Hayat Sarajevo kao novinar i urednik. Takođe, bio je i autor brojnih televizijskih priloga, intervjua i reportaža. Usavršavao se 2003. godine na International broadcasting bureau Voice of America (Iowa, Washington, DC, USA).

Od 2005. godine radio je u Gradskoj upravi Grada Sarajeva kao šef Službe za odnose s javnošću, analitiku i marketing.

Denis je sa svojim naučnim radovima, konstruktivnim prijedlozima i uvijek originalnim idejama aktivno učestvovao u kreiranju časopisa „Medijski dijalozi“. Njegovim preranim odlaskom, časopis je ostao bez odgovornog i kvalitetnog autora, a mi, koji smo ga poznavali, bez dragog i pouzdanog prijatelja.

Kažu da ljudi traju onoliko koliko traju njihova djela i sjećanje na njih. Svojim dobrim djelima, profesionalnošću i pozitivnošću kojima je plijenio, Denis je zasigurno zavrijedio dugo trajanje. Naša sjećanja na njegov dragi lik čuće ga od zaborava.

dr Mimo Drašković

Uputstva autorima

"Medijski dijalozi" je periodični časopis za istraživanje medija i društva.

Članci dostavljeni redakciji moraju odgovarati profilu časopisa, s naznakom imena i prezimena autora i koautora, naučnog zvanja, mjesta rada i dužnosti koju obavlja, telefona i e-mail adrese.

Pozivamo zainteresovane autore koji žele objavljivati svoje radove u ovom časopisu da ih pošalju na adresu redakcije prema uputstvima koja slijede. Članak obima ne više od 12 stranica, veličina slova 11 pt, uključujući prorede s tabelama, graficima, šemama i drugim ilustracijama, dostavlja se redakciji preko E-maila označenih u impressumu, napisan u programu Microsoft Word, bez preloma.

Za objavljivanje rukopisa većeg obima potrebna je saglasnost glavnog urednika. Slike, grafike i ostale priloge treba obilježiti i dostaviti kao posebne datoteke, ili u tekstu, ali ne smiju prelaziti format časopisa sa marginama.

Autor članka snosi odgovornost za tačnost navedenih podataka, činjenica, citata i drugih informacija. Redakcija može objaviti članke zbog diskusije, iako se ne slaže s gledištem autora.

Poželjno je da rad sa priložima bude napisan na engleskom jeziku. Fusnote treba koristiti u najmanjoj mogućoj mjeri, samo za neophodna objašnjenja, uz kontinuirano numerisanje arapskim brojevima.

Strukturu rada treba da čine: naslov rada, apstrakt, ključne riječi, uvod, podnaslovi, zaključak i literatura (spisak abecednim redom po prezimenu autora, a podaci o djelu moraju sadržati i izdavača, mjesto i godinu izdanja). Rad se može strukturirati i na sljedeći način: uvod, polazišta (hipoteze), rješenja, diskusija, zaključak i literatura.

Radovi poznatih autora po pozivu se ne recenziraju.

Dostavljanje rada našoj redakciji podrazumijeva odgovornost autora da isti nije već objavljen, niti je u postupku razmatranja za objavljivanje.

Redakcija zadržava pravo da ne razmatra radove koji ne ispunjavaju uslove iz ovog uputstva.

Autor dobija besplatan primjerak časopisa u kojem je njegov rad objavljen.

Notes to contributors

"Media dialogues" is a periodical journal for researching media and society.

Articles submitted to the Editorial Board should cover the journal's subject area, be signed by the author (coauthors) with forename and surname, scientific grade, affiliation and position held, telephone and e-mail address. We kindly invite interested authors who wish to publish their work in this periodical, to forward their material to the Editorial Staff according to the following instructions.

The article of no more than 12 pages, font size 11 pt, including line spacing, accompanied by tables, diagrams, charts and other illustrations, may be sent to the Editorial Board by e-mail marked in impressum, written in Microsoft Word, without making up in pages. For long article, agreement of editor in chief is needed. Pictures, graphics and other attachments should be marked and sent as separate file, or in text, and must not exceed the journal format with margins.

The author is responsible for ensuring the authenticity of data, facts, quotations and other information. The Editorial Boards may publish articles for discussion, without necessarily sharing the author's views.

It is desirable that article with attachments be written on English. Footnotes should be used as sparingly as possible, and only for the necessary explanations, with the continuous use of Arabic numbers.

The structure of article should be: title of article, abstract, key words, introduction, subtitles, conclusion and bibliography (listed in alphabetical order of surnames of authors and containing information on the publisher, place and year of publication). Articles can also be structured in the following way: introduction, assumptions (hypotheses), solutions, discussion, conclusion and bibliography.

Articles of invited renowned authors will not be reviewed.

It is the authors' responsibility to ensure that the submitted article has not been published earlier and that it is not under consideration for publication elsewhere. Editorial staff retains the right not to inspect articles which do not fulfill the conditions from this guide.

The author receives a complementary copy of the periodical in which his article is published.

O B A V J E Š T E N J E

Međunarodni naučni skup VI CRNOGORSKI MEDIJSKI DIJALOZI

održaće se od 24-26. maja 2013. godine u Baru

Tema: KRIZA ŠTAMPE – kulturološke konsekvence

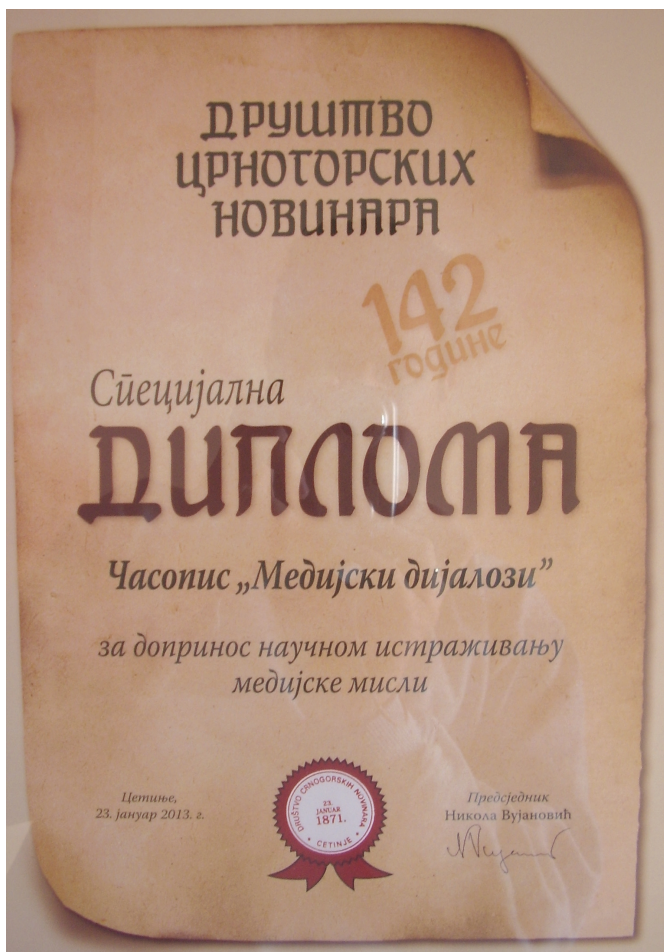
Zainteresovani autori svoje radove mogu slati
najkasnije do 20. 04. 2013. godine
na e – mail adrese:

rookie@t-com.me
medijskidijalozi@gmail.com

Potrebne informacije i prijavni formular za naučni skup
se mogu naći na novom sajtu „Medijskih dijaloga“

<http://medijskidijalozi.wordpress.com/>

Radovi koji budu prihvaćeni za izlaganje
na naučnom skupu „VI crnogorski medijski dijalozi“,
i koji stignu do predviđenog roka
biće objavljeni u 16. broju časopisa „Medijski dijalozi“.



Na ceremoniji povodom obilježavanja 142 godine crnogorskog novinarstva, časopisu „Medijski dijalozi“ je uručena specijalna diploma za doprinos naučnom istraživanju medijske misli.

Zadovoljstvo nam je da ovo značajno priznanje podjelimo prvenstveno sa našim autorima i čitaocima, ali i svim prijateljima časopisa „Medijski dijalozi“.

-Redakcija -

*Izdavanje ovog broja časopisa „Medijski dijalozi“
pomogao je Radio Bijelo Polje u okviru projekta
posvećenog afirmaciji medijske pismenosti*