

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

Godina X
Broj 29
Podgorica
Novembar 2017.
ISSN 1800-7074
COBISS.CG-ID 12734480



Istraživački medijski centar - Podgorica

Osnivač i izdavač / Publisher

IVPE- Cetinje

Partner: Istraživački medijski centar – Podgorica

Redakcija / Editorial Board

Robert W. McChesney (USA), Boguslaw Dobek-Ostrowska (Poljska), Nayia Roussou (Kipar), Andrew Balas (USA), Chunyang Zhu (NR Kina), Slavko Splichal (Slovenija), Tapas Ray (India), Frances E. Olsen (USA), Ratko Božović (Srbija), Nada Zgrabljic Rotar (Hrvatska), Gabriel J. Botma (Južna Afrika), Yuriy Bilan (Poljska), Čedomir Čupić (Srbija), Valentina Mansurova (Rusija), Stjepan Malović (Hrvatska), Oleksandr Dorokhov (Ukrajina), Divna Vuksanović (Srbija), Veselin Drašković (Crna Gora), Sead Alić (Hrvatska), Sandra Bašić Hrvatin (Slovenija), Yesim Kaptan (Turska), Slavo Kukić (Bosna i Hercegovina), Gordana Vilović (Hrvatska), Christos Frangonikolopoulos (Grčka), Željko Simić (Srbija), Aneta Spaić (Crna Gora), Wincharles Coker (Gana), Wu Feng (NR Kina), Željko Simić (Srbija), Nataša Ružić (Crna Gora), Rrapo Zguri (Albanija), Alexander Kashumov (Bugarska), Janko Nikolovski (Makedonija), Lejla Turčilo (Bosna i Hercegovina), Marija Čutura (Bosna i Hercegovina), Dražen Cerović (Crna Gora), Đorđe Obradović (Hrvatska), Vedada Baraković (Bosna i Hercegovina), Dubravka Valić Nedeljković (Srbija), Radenko Šćekić (Crna Gora), Marko M. Đorđević (Srbija), Dejan Donev (Makedonija)

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

Zamjenik urednika / Co – Editor : dr hab. Yuriy Bilan

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

Tehnički urednik / Technical Editor: Miloško 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: 1000 primjeraka / 1000 copies

Korisnički servis / Journal customer service:

mob. tel. + 382 68 583 622

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

**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, Цетинје 659.3/4

ISSN 1800-7074 = Medijski dijalozi (Podgorica)

COBISS.CG-ID 12734480

SADRŽAJ / CONTENTS

dr FAHIRA FEJZIĆ ČENGIĆ (BiH) :	
Kako spriječiti lažne vijesti u medijskom prostoru?	
<i>How to Prevent False News in the Media Space?</i>	7
dr ANA MARTINOLI (Srbija) :	
Strategija razvoja medija u Srbiji – između interesa politike, vlasnika i publike	
<i>Media Development Strategy in Serbia - Between the Interests of Politics, Owners and Public</i>	19
dr MARIJA JANKOVIĆ (Crna Gora), dr RADMILA JANIČIĆ (Srbija), mr SLOBODAN ĐAKONOVIĆ (Crna Gora) :	
Inkluzija postmodernizma u nove medije	
<i>Inclusion of Postmodernism in New Media</i>	35
JOVAN BUKOVALA (Srbija), NINOSLAV SPASIĆ (Srbija) :	
Uverljivost radija v.s. uverljivost televizije	
<i>The Convincibility of Radio V.S. the Convincibility of TV</i>	45
dr LJILJANA JOVANOVIĆ (Crna Gora) :	
Savremeni mediji: Izazov i obaveza	
<i>Modern Media: A Challenge and an Obligation</i>	55
dr NEVENA ĐAKOVIĆ (Srbija), NEDA RADULOVIĆ (Srbija) :	
Odgovor-nost post-sećanja: Film kao svedočenje	
<i>The Response-Ability of Post-Memory: Film as Testimony</i>	67
dr ZORAN KOPRIVICA (Crna Gora) :	
Razvojni analogoni i antecedencije u poetici Živka Nikolića	
<i>Developmental Analogons and Antecedencies in the Poetic of Živko Nikolic</i>	85
SEAD ŠABOTIĆ (Crna Gora) :	
Istina u dokumentarnom filmu (o dokumentarnom filmu i filmovima Vladimira Perovića: „Eoha“ i „Život je“)	
<i>The Truth about Documentary Film (About Documentary Film and Vladimir Perovic's Films: „Eoha“ and „Život je“)</i>	101
BRANKICA BOJOVIC, PhD (Crna Gora) :	
Linguistic and Cultural Analysis of Advertising: how Ideologies and Language Shape Consumer Perception	
<i>Lingvo-kulturološka analiza reklama: Kako ideologija i jezik oblikuju percepciju potrošača</i>	111

ADMIRA KALABIC (BiH) :	
Kurzfilme Im Daf-Unterricht	
<i>Use of Short Films in Teaching German-as-a-Foreign-Language (GFL)</i>	133
dr DRAŽEN CERović (Crna Gora) :	
Bezbednosni sistem i medijski uticaji	
<i>System of Security and Media Influences</i>	153
dr SRDJAN VUKADINOVIĆ (Crna Gora) :	
Identitet Evrope i migrantska kriza	
<i>Europe Identity and Migrant Crisis</i>	163
dr RADOVAN PEJANOVIĆ (Srbija) :	
Zapad – Rusija (fobije, stereotipi, predrasude)	
<i>The West – Russia (Phobias, Stereotypes, Prejudices)</i>	175
dr AMILA GRBO (BiH) :	
Uloga Vijeća Evrope u kreiranju medijskih standarda	
<i>Role of the Council of Europe in the Creation of Media Standards</i>	199
dr VESELIN LUBURIĆ (Crna Gora), mr ANDREJA MIHAILOVIĆ (Crna Gora), dipl. ecc NELI RAŠOVIĆ (Crna Gora) :	
Društvena odgovornost kompanija i njena medijska promocija	
<i>Corporate Social Responsibility and its Media Promotion</i>	221
dr ŽIVANKA MILADINOVIĆ BOGAVAC (Srbija) :	
Pojam, vrste i načini delovanja malicioznih programa kojima se sprovode internet prevare	
<i>Concept, Types and Methods of Operation of Malware for Producing Internet Frauds</i>	237
mr MILICA RAIČEVIĆ (Crna Gora), dr JELENA ŽUGIĆ (Crna Gora) :	
Značaj i uloga integrisanih komunikacija u savremenom bankarskom marketingu	
<i>The Importance and Role of Integrated Communication in Contemporary Banking Marketing</i>	255
dr SLOBODAN VULETIĆ (Srbija) :	
Razvoj i održavanje odnosa s javnošću Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije putem interneta	
<i>Development and Maintenance of Public Relations of the Ministry of Education, Science and Technological Development of the Republic of Serbia on the Internet.....</i>	267
ISIDORA DAMJANOVIĆ (Crna Gora) :	
Pismo nomada	
<i>Letter of Nomad</i>	281

S A D R Ź A J

mr RADOMIR ĐURĐIĆ (Crna Gora) :	
Kapitalizam, rodna (ne)ravnopravnost i rodno senzitivni jezik <i>Capitalism, Gender (Non)Equality and Gender-Sensitive Language</i>	301
ROSAPIA LAURO GROTTO (Italija), MILOŠ BOROŽAN (Italija) :	
The Emotional Roots of Mental Life: A Conceptual Exploration on the Role of Emotion in Mental Space <i>Emocionalni korijeni mentalnog života: Konceptualno istraživanje uloge emocije u mentalnom prostoru</i>	321
mr TIJANA MADŽGALJ (Crna Gora) :	
Informisanost građana o učešću Crne Gore u regionalnim okvirima iz oblasti unutrašnjih poslova <i>Citizens Information on Participation of Montenegro in a Regional Framework in the Field of Internal Affairs</i>	335
Prikazi	
JANKO NIKOLOVSKI (Makedonija) :	
<i>Časopis „Socio – ekonomski eseji“</i>	351
dr MIRKO JAKOVLJEVIĆ (Srbija) :	
Ratko Božović - <i>Molitva osame</i>	355
dr RADENKO ŠČEKIĆ (Crna Gora) :	
Saša Radunović - <i>In memoiram memoriamu</i>	363
MARIJAN MAŠO MILJIĆ (Crna Gora) :	
Svetislav Marinović – <i>Sudija</i>	365
Dialogos	
Obrazloženje žirija povodom dodjele nagrade Dialogos 2016, prof. dr Seadu Aliću, za knjigu „Medij jezika – filozofija razumijevanja“	365
Uputstvo autorima (<i>Notes for the contributors</i>)	375

KAKO SPRIJEČITI LAŽNE VIJESTI U MEDIJSKOM PROSTORU?

HOW TO PREVENT FALSE NEWS IN THE MEDIA SPACE?

dr FAHIRA FEJZIĆ ČENGIĆ, redovna profesorica
Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu

Apstrakt: *Ovaj tekst će se baviti dojema pojavama na mrežama savremenog svijeta, na internetu naime, i pokušat će dati odgovore ili još skromnije a realnije, smjernice kako se i jednom i drugome profesionalno i kreativno suprotstaviti. Riječ je o kolanju laži (cenzuri) i kolanju niskostandardnih formi komunikacije (psovki) mrežom, internetom. Oba fenomena su jako prisutna, ali o njima se rijetko, ili gotovo zanemarljivo malo govori, piše i raspravlja. Kao da ne postoje. Da li je moguće nihilistički ustvrditi da svijet tehnički napreduje, ali da homo sapiens u svojoj negativnoj srži ostaje 'nazadan...' ili ćemo i dalje budno i hrabro ustrajavati na poziciji da je i modernog čovjeka kao i svakog drugog ranijeg moguće oplemeniti, preodgojiti i moralno-zakonodavno uzdići na nivo koji mu kao razumnom biću jedino odgovara. Tekst svakako pristaje, ili, želi sugerirati ovu drugu opciju.*

Ključne riječi: *Laž informacije, psovke, objektivnost, medijski prostor mreže*

Abstract: *This article will deal with two appearances on the networks of the modern world, namely the Internet, and will try to provide answers and even more modest and more realistic, and guidelines to be one and the other professionally and creatively confront. It is the circulation of lies (censorship) and the circulation of profanity network Internet. Both other phenomena are very present, but these are rarely, or nigh negligible speaks, writes and discussed. As it does not exist. Is it possible to say that nihilistic world of technical progress, but that homo sapiens in his negative core remains 'monkey ...' or we will remain vigilant and boldly insist on a position that is the modern man like any other as possible refines, straighten and moral and legislative*

elevate the level of which he is a reasonable being the only answer. The text certainly fits the latter option.

Key words: *False Information, Profanity, Objectivity, Media Space Network*

1. Uvod

U teoriji informacija, baveći se traganjem za istinom i laži informacije, brojni teoretičari su nastojali definirati i utemeljiti istinonosnu validnost informacije – kako bi se baš manipulacija i laganje smanjili u javnosti, te je konstatirano kako je samo novinarstvo uvijek čin traganja za istinom, i kako je to uistinu težak posao, s obzirom na vrlo izražene protivurječnosti svijeta, protivurječnosti sudova o tom svijetu, te zgusnutom naboju mnoštva događaja koje svakodnevno budu medijski praćeni. 'Jedan od mogućih puteva za doseganje istine je traganje za istinom na osnovu različitih izvora, suprotstavljenih izvora informacije. U vezi s tim, uputno je pitanje šta novinar zapravo traži. Da li konsultiranjem dvaju ili više različitih izvora novinar traži potvrde ranijih, ili svojih ili redakcijskih istina, onoga što želi čuti ili novinar traga za zbilja drugačijim, suprotstavljenim, suprotnim stavovima...Njegova prava uloga je da pomoću dva ili više različitih izvora dođe do relativne istine, do objektivne istine svoje informacije.'¹ No, izvan ovih teorijskih važnih postulata i etičkih uporišta za traganjem za istinama svijeta (i svijesti), tek je sa tehnološkim napretkom multiplicirana ranije prilično škrtu opasnost o potencijalnim lažima i manipulacijama u istom tom javnom prostoru. I ništa nije uvećalo radost tragalaštva i kreativnog propitivanja upravo istina i laži svijeta kao što se to dogodilo sa pojavom virtualnog svijeta, interneta kao besplatnog sveprisutnog, oruđa koje je olakšalo i skoro pa revolucioniziralo tragalaštvo. Za jednim ili drugim. Tako da se i količina nekad posve nedostupnih tema, ideja, osoba, stavki, postavki nikad nije brže i snažnije postavila pred gotovo svačije oči, uši, prste, misli, analitike, tragalaštva. S druge strane, pred izazovom su najrazličitije filmske, produkcijske, umjetničke, marketinške, novinarske i slične istine i laži, pored ostalog stoga što su i u toj svojevrsnoj uronjenosti u dva svijeta – realni i virtualni, stalno obojica – i komunikator (novinar) i recipijent (publicus). Obojica su dakle prisutna u te dvije realnosti mimo svoje volje. Ako

¹ Pogledati širu elaboraciju fenomena istine i laži informacije u knjizi 'Uvod u teoriju informacija', Izdavač Promocult Sarajevo, 2007. godina, 95-109. strane

komunikator (novinar) nastoji fabricirati događaje i fakte (kao element manipulacijskog posla novinarstva), onda on nastoji *etablirati medijske istine*....Medijske istine tada mogu biti ili polovične ili lažne istine, ili čiste laži, ali je njihova uloga upravo etabliranje traženih, zamišljenih, insinuativnih ili samo tako potrebnih istina o datom vremenu i prostoru. Svrha ovako medijski etabliranih istina postaje manipuliranje, vladanje recipijentima i njihovo pretvaranje u puke konzumente mas-medijskih sadržaja bez stava i vlastitog rezona ili mišljenja.²

2. Utjecaj na recipijente imaju i istina i laž

Gotovo je bilo nezamislivo dugi niz godina svjesno i jednostavno javno lagati, pri tom se čak uvježbati u tom komunikacijskom činu, ili činovima. Današnjica prepuna razvijenih medijskih konfiguracija, već potvrđuje ranija strahovanja koja su se više mogla sretati u teorijama i znanstvenim istraživanjima no u uobičajenim medijskim i informacijskim praksama. Težina i kompleksnost *lažne komunikacije* upravo nas sustiže. Unutar nje, odnos istine i laži postao je dovoljno kompliciran i nejednoznačan da je uputno analizirati ga, ukazivati na njega i ponuditi makar kakve etičke i medijske lijekove. Jer, 'čak se ni sprečavanje kolanja očitih laži ne može smatrati pobjedom istine. Jer, nažalost, sa usponom mas-medijskih informacija i snagom koje one danas posjeduju, postalo je nevažno šta je šta je od sveg mnoštva što kola medijima laž, a šta istina, za puko procjenjivanje njihovog utjecaja. Utjecajne su i istina i laž.'³ Neki primjeri s početka 2017-te pomoći će nam da shvatimo koliko je tema o kojoj raspravljamo aktualna.

Ne tako davno, skoro je objavljeno, a nastalo prije dvije godine kada je njemački novinar javno priznao kako ga je CIA i BND obučavali kako da piše laži i kako da manipulira javnost s ciljem da se izazovu svjetski ratovi. Zanimljivo je da je ova izjava emitirana u video priznanju 14. oktobra 2014. godine. Vijest je prenijeta internetskom mrežom i bila je općedostupna. Ovdje nije samo riječ o slučajnoj laži u medijskom prostoru već prije, njena *tendenciozna priprema*. No, ni nakon objave ove vijesti nije se ništa promijenilo, niti su je razne publike dočekale kako su trebale. S prezirom i indignacijom. "Bio sam novinar 25 godina kada su me obučavali kako lagati u tekstovima i kako od istine napraviti laž na način da javnost nikada ne sazna što se zaista dogodilo,

² Ibidem, 97. str.

³ Ibidem, 97. str.

rekao je u svom javnom obraćanju svijetu **dr. Uldo Ulfkotte**, njemački novinar koji je odlučio napisati knjigu u kojoj će detaljno opisati kako funkcioniraju mediji u Europi, a zbog koje bi, kako kaže, mogao nestati s ovog planeta.⁴ Situacija u kojima je morao lagati, priznaje isti novinar bilo je bezbroj no prisjetio se još jedne iz prošlosti.⁵

Nedavno smo svjedočili cenzuri američkih medija kada su usred govora argentinske predsjednice na sastanku UN-a oktobru 2016. godine u New Yorku ugasili izravan prijenos samo zato što je argentinska predsjednica upozorila javnost na pohode SAD-a na Bliskom istoku. Američke medije slijedili su svi drugi mediji i tako je cijeli svijet ostao uskraćen za govor argentinske predsjednice. Zašto ljudi ne smiju čuti istinu, glasilo bi jedno prosječno razumno pitanje? Zašto je to uopće važno? Zašto rat da bude značajan publici i javnosti ako živimo u formalnom miru, dalje bi se mogli zapitati? Možda i zato, moglo bi se konstatirati, da bi se tiha većina ljudi u potpunosti osiromašili i kako bi se nakon rata Novi svjetski poredak ljudima predstavio kao spasilac čovječanstva. Činjenica je da ljudi svijetom hodaju ispranih mozgova te da

⁴ "Posljednjih nekoliko mjeseci odlučio sam raskrinkati laž i javnosti reći kako su američki i njemački/evropski mainstream mediji brutalno lagali kako bi izazvali rat s Rusijom. To je poenta svega, i povratka nema. Sada svima želim reći kako nije uredu niti ono što sam ja radio u povijesti kao ni rad mojih kolega naspram cjelokupnog čovječanstva. Ja ne želim ponovni rat i to je razlog zbog kojeg sam izašao iz te lažljive propagande. Morate znati da rat nikada ne izbija sam od sebe. Ljude se tajno huška na rat i tu su političari manje bitni. U tome najviše sudjeluju mediji i novinari koji su obučeni za to. Ja sada pišem knjigu u kojoj ću se očitovati, ali i ispričati javnosti o velikoj prijevari koja je uključivala laganje i manipuliranje javnosti u svrhu poticanja rata. To je strašno, više nisam želio lagati ljude i dosta mi je te lažljive propagande koja nikako nije oličenje demokracije koju vam plasiraju kao ni slobode medija a koja, morate znati, uopće ne postoji. Primjerice ja sam, kao i moji kolege imao zadatak, striktno određen da nahuškam Europu da uđu u rat s Rusijom. Imao sam striktno određeno pisati protiv Rusije i proamerički. Morao sam podržavati CIA-u i NSA-a, ali i Transatlanski ugovor Evrope i SAD-a te to prikazati kao nešto dobro iako svi znaju da to nije dobro kao što nije dobro da ulazimo u rat zajedno s SAD-om. To više neću činiti i zbog toga ću izdati knjigu, ne zbog novca, nego da bi cijeli svijet saznao što se događa iza zatvorenih vrata. To je moja odgovornost da se iskupim za sve što sam lažno pisao, makar znam da će me zbog te knjige sigurno pokušati "maknuti". Situacija u kojoj sam morao lagati bilo je bezbroj no prisjetimo se samo jedne iz prošlosti.⁴

⁵ Godine 1988. Kurdi su bili napadnuti antraksom i bojnim otrovima. Ja sam poslan na granicu Iraka i Irana da napravim fotografije Iranaca koji su napadnuti bojnim plinovima. Nakon toga u javnost je izašla samo jedna mala fotografija u jednom malom listu u Frankfurtu i tamo negdje u tekstu nije bilo informacije kako je Njemačka desetljećima poslije II svjetskog rata koristila bojne plinove i otrove i njima ubijala ljude. To je strogo zabranjeno koristiti a ja nikada o tome nisam smio izvijestiti" rekao je dr. Uldo Ulfkotte.

je sve što čujemo i vidimo zapravo samo iluzija mrtvih pojedinaca, našeg već i sada, demoniziranog društva koje ima za cilj ni manje ni više nego čovjeka dovesti do apsolutnog bezumlja i ništavila.⁶

Kolika je stvarna opasnost od laži koje kolaju općedostupnim svijetom neta, nije samo jedna strana ove medalje o kolanju laži putem globalnog svjetskog sela,⁷ jer će vrlo brzo u tzv. *drugostepenoj fazi kruženja poruke* ili informacije i u *interpretativnim krugovima* svakodnevnice ali i u svakodnevnom življenju, živjeti brojne manipulacije, laži, poluistine, neistine. Nedavno je sama Wikipedija, često optuživana da prenosi laži, poluinformacije, nepotpune informacije ili neutemeljene podatke dobila neugodan dokazni mejl od britanskih dnevnih novina 'Daily Maila'. Urednici Wikipedije su naime zabranili korištenje njihovih izvora i proglasili su ovu medijsku grupu 'uglavnom nepouzdanu'. Objavu su postavili 09. februara 2017. godine, a zapravo, radi se o prvom slučaju otkad je osnovana ova besplatna *online enciklopedija* da se zabranjuje korištenje sadržaja neke medijske kuće. Čak i 'Fox News' i 'Russia Today', utjecajni mediji čiji je sadržaj često upitan, ne smiju koristiti ovu online enciklopediju kao izvore u svojim člancima. Urednici su se odlučili na ovaj potez zbog reputacije koju 'Daily Mail' ima kao medij koji 'slabo provjerava činjenice, fokusira se na senzacionalizam, pa čak i na izmišljanje'. Kako li bi tek trebali postupati mnogo ozbiljniji mediji u svijetu od 'Daily Maila', ili mladi istraživači i analitičari, da ne dodamo nipošto i znanstvenici. Jer bi njima po svim standardima struke i načela kompetentnosti ovaj izvor trebao biti uvijek ili trajno zabranjen. Kaže

⁶ Ovu objavi s medijima je podijelio njemački novinar 25. oktobra 2014. godine. Njemački novinar koji je 25 godina radio u prestižnim njemačkim medijima odlučio je ljudima pružiti šokantnu istinu o manipulaciji cjelokupnog publicusa kojeg se na silu i propagandom želi uvući u III svjetski rat. Godine 1988. Kurdi su bili napadnuti antraksom i bojnim otrovima. Ja sam poslan na granicu Iraka i Irana da napravim fotografije Iranaca koji su napadnuti bojnim plinovima. Nakon toga u javnost je izašla samo jedna mala fotografija u jednom malom listu u Frankfurtu i tamo negdje u tekstu nije bilo informacije kako je Njemačka desetljećima poslije II svjetskog rata koristila bojne plinove i otrove i njima ubijala ljude. To je strogo zabranjeno koristiti a ja nikada o tome nisam smio izvijestiti" rekao je dr. Uldo Ulfkotte.

⁷ Izumitelj World Wide Weba Tim Berners-Lee, izjavio je da je utjecaj lažnih vijesti na internetu zabrinjavajući te je predstavio planove za borbu protiv neetičnog političkog marketinga, prenosi 'Independent'. Britanski naučnik je tačno 28 godina nakon njegovog izuma, rekao da su nove tehnologije postale alarmantne. U otvorenom pismu, 61-godišnjak je rekao da je zloupotrebe podataka stvorila zastrašujući učinak na slobodu govora i upozorio na slijepe tačke na internetu, koje, prema njegovim riječima, "kvare" demokracije. (<https://www.klix.ba/scitech/tehnologija/izumitelj-world-wide-weba-utjecaj-laznih-vijesti-na-internetu-je-zabrinjavajuci/170312043>)

se da iako će i dalje biti moguće stavljati poveznice na online izdanje 'Daily Maila', kada je članak o toj publikaciji ili nekom od njenih novinara, no ukoliko korisnik pokuša navesti 'Daily Mail' kao izvor informacije, iskočit će mu obavijest kako ga ne bi trebao koristiti, već bi trebao naći alternativni izvor. Zašto se ubuduće treba još više plašiti laži sa medija?

Riječ je o prvenstvenom ukazivanju mlađim novinarima, komunikolozima, mediolozima ili analitičarima medijskih sadržaja koji imaju mogućnost masovnog pristupa informacijama i izvorima s jedne strane, i publikovanje svega što neko naumi objaviti s druge strane, u obraćanju nekoj impersonalnoj zamišljenoj publici što je još više dovelo do ovog nezahvalnog trenda. Posebice u ovom drugom dijelu korištenja mreže. Kultura neposrednog i kultiviranog komuniciranja izostaje, jednostrane uvrede su prečeste, psovke, potcjenjivanja, razne prijetnje te ekstremni i neukusni primitivizam – zajedno prerastaju u *simbolički proširenu agresiju* na neku vrstu civilizacijski opetovanog *javnog i javnodiskursnog morala*. Nekad se i ovdje i drugdje smatralo da 'nije svačije kroz selo pjevati', za sve se pa i za pjevanje tražila kompetencija (talent), veliki broj osoba bez odgoja, bez kulture, bez morala hvataju se tipki u tzv. *elektronskom selu*. I pjevaju 'bez sluha'. Nekada se i na ovim lokalnim prostorima javna komunikacija učila i vježbala kao kulturna, izbalansirana i profinjena.⁸

Mnogo blaže forme su psovke koje često gospodare fizičkim i virtualnim javnim prostorom, posebice na stadionima, među navijačima jedne i druge strane. Kako god ih promatrali, kao domaće ili gostujuće. Uvrede drugoga u javnom prostoru moglo bi se reći da su izraz onih ličnosti koje su negdje u svom razvoju zastale, koje su psihički nedovršene i otuda su često psihički kastrirane i umno nasilne. Još ne možemo razumjeti potrebu drevne kastracije (polne ili samog jezika) kod robova evnuha radi poslušnosti, ali ni zašto naša savremenost, naše vrijeme globalnog sela, elektronskog sela, ekraničkog sela, nanovo restaurira ljudsku degradaciju ovim upotrebama '*bolesnog vokabulara*'. Na djelu je psihička degradacija koja konotira moralno ponižavanje druge osobe, ili osoba, žigosanje jednih od drugih u javnom prostoru, jednostavno, dokidanje slobode slobodnim umnim i etičkim osobama. Kao da će iz ove psihičke degradacije jednog zlokobnoga časa pokuljati i ona strašnija – *fizička degradacija*. Ima dosta promišljanja koja korijene ovih pošasti dijelom iznalaze i

⁸ Čak se ni termin jaja nije koristio, pribjegavalo se izrazu 'dajte mi deset ljuski', kako bi se spriječila asocijativna veza između sinonimije drugoga reda. Sigmund Freud čini se da je bio u pravu govoreći o libidu kao pokretačkoj sili i uzroku brojnih trauma.

među iracionalnim okultnim centrima, ali u svjesnom zatupljivanju 'seksualnim strahom', kako ga je tumačio Wilhelm Reich u već kultnoj knjizi 'Masovna psihologija fašizma'. Pa se čini kao da smo podobro odškrinuli vrata fašizmu koji nas sve više steže i obavlja.

Nepregledno je more psovki na društvenim mrežama, u 21. stoljeću, koje smo s nadom i etikom dočekivali. Moderni 'internetski robovlasnici' zadovoljno promatraju milionsko anonimno roblje koje se batrga u blatu lajkova i antilajkova, shareova i antishareova, kao da su sloterdijski kazano oživjeli stari gladijatori pa iz skrivenih zaklona otvaraju vatru i gađaju najprizemnijim uvredama, psovka, lažima. Internetski robovlasnici mogu pljeskati, zadovoljni što su dvije podvale podmetnuli nesavjesnom roblju u 21. stoljeću – *laž* svuda oko nas i najprizemniji *psovački vokabular* ponovo svuda po nama. Što više laži i što više mržnje, građana iz 'preddrevne agore' koji se bave sami sobom, koji se samoiscrppljuju pljujući ili lažući svog protivnika u virtualnom prostoru – svi sa jedinstvenim položajem glave i tijela – zadubljeni u ekran, zagledani u svoje 'pametne mobilne telefone' i nikuda ne mrdaju, planeta se može grohotom nasmijati – u *veliku mrežu prevare* uhvaćena je gotovo sva pismena populacija Zemljana. Dogle, dok traje *virtualni rat* na ekraničkim aparatima, bilo koje formatizacije, dogle nema dovoljno pravih živih i zdravih Zemljana da traže svoja prava, dijele svoje dobre i etične ideje i šire harmoniju trajanja, savjest šire i utvrđuju, principe dobra dijele, da promatraju ljepote realnoga 'svijeta života' koji nam sve više nedostaje a tako ga je strastveno i pomno proučavao i definirao francuski mislilac Fukoo...

Jednako kao i mreža nepravdi i ova je dokaz nemoći, makar djeluje svemoćno. Treba imati trajni uzor i budnost, duhovnu vertikalnu koja pripomaže shvatiti da đavolje stanište nikad nije mirno, ono se uzburkava češće no što mislimo, njemu se treba čistotom ideja i navika suprotstavljati ne samo svakodnevno – već i svakosekundno kako otkucava sitni djelić vremena oko nas. Jer je *naše vrijeme naša najbolja vrijednost* i залог sigurnosti koji uopće možemo posjedovati. A *konkretan život* jedini snažan odgovor na sve sve laži i psovke iz prostora mreže.

3. Jesu li ove slike dokaz da čak i CNN laže i da više slika ne govori kao nekad - hiljadu riječi?

Nedavno, tačnije, 28. decembra 2016. godine objavljena je ova već poznata fotografija koja je kružila internetom duže vrijeme. Na nju su se olahko pozivali, što je i očekivano, teoretičari zavjera dijeleći *tweet* na kojem istu sirij-

sku djevojčicu, spašenu iz ruševina, nose trojica različitih muškaraca tvrdeći da jedna te ista curica, malena Sirijka pod imenom Aya, bila u tri različite reportaže od avgusta te tvrde da je to dokaz da CNN i drugi zapadni mediji preuveličavaju nivo stradanja u Siriji i čine ih gorima nego što jesu. Među onima koji su iznijeli takve tvrdnje je bila i Kanađanka **Eva Bartlett** koja se predstavljala kao "nezavisna novinarka i aktivistica za ljudska prava". Ipak, dovoljno je poslužiti se *Googloom* da bi se otkrilo o čemu je zaista bilo riječ. Naime, sve su fotografije nastale isti dan, nakon što je djevojčica spašena i smještena u kombi.

Srednju fotografiju najlakše je pronaći, a prema podacima NBS NEWS-a nastala je u Halepu u avgustu 2016. godine. Ako nastavite s istim postupkom vidjet ćete i da je desna fotografija nastala 27. avgusta, nakon istog bombardiranja Halepa. Iako ju je najteže pronaći, čak se i za lijevu fotografiju može vidjeti da je nastala u avgustu. Ono što 'teoretičari zavjera' ne prikazuju su druge fotografije iste djevojčice, nastale istog dana nakon što su je spasitelji smjestili u kombi.⁹

Iza naizgled ugodne *medijatizirane* fasade savremenog svijeta, krije se sasvim drugačija slika. Naličje tog i takvog svijeta su *totalitarni režimi* i *autoritarni pojedinci* koji duboke korijene vuku od Habila i Kabila, od svjetskih klaonica u raznim periodima historije, od oktobarske revolucije i rađanja fašizma u Italiji. Možda još mračniju viziju budućeg svijeta kao grozne *torđave* dao je **George Orwell** u romanu '1984'. Dok se tehnika brzo i nečujno razvijala, a komunikacija posredovana njenom lahkoćom korisno umnažala, 'rijetki su u tom "čitanju iz dlana" bili optimisti, ali su mnogi iskreno mislili da će barem *novi mediji* i *načini komuniciranja* doprinijeti boljoj komunikaciji i razumijevanju među ljudima...Ponekad se čak čini da je taj *digitalni*, suženi svijet, sasvim skrenuo. Sve što se čini i čime se bavi - mora istoga časa biti izloženo na *fejsu*, *twitteru*, *instagramu*... I, kao nekad davno, u našim mahalama i sokacima, najradije se igramo tuđim "prljavim vešom". Ponosimo time što smo drugoga izvrgli ruglu, podsmijehu, pa, ponekad, i nasilju.

Tehnika napreduje, a čovjek ostaje ono što je znao biti - u nizine pali *homo animalis*.¹⁰ O možda, najstrašnijem slučaju *digi-zločinjenja* je pisao **Miljen-**

⁹ Popratne fotografije uz ovaj tekst dolaze na kraju teksta. Bez njih je ova analiza gotovo bespredmeta.

¹⁰ Ovih dana sve brui od nekoliko primjera zloupotrebe (*a*)*socijalnih* medija. Pa da ih navedemo. Počnimo od onog sa, uslovno rečeno, najblažim posljedicama. On se odnosi na pjevačicu Patrici-

ko Jergović: 'U Sloveniji, blizu Krškog, dogodilo se ubojstvo. Dvojica su nas-mrt pretukla jednog. Na selu, ispred zapuštene, ruševne kuće, u kasnu zimu, prije nekoliko dana. Zločin za vijesti na lokalnim radio stanicama u nekoliko okolnih općina, za otprilike isto toliko zavičajnih internetskih portala i, mož-da, za mjesne novine, ako takve još uvijek postoje. [...] Žrtva je mještatinin, ubo-jice su mu dojučerašnji prijatelji, motiv ubojstva – djevojka. [...] Razlog oduše-vljenog interesa [...] leži u okolnosti da su ubojice svoj zločin snimale kame-rom mobilnog telefona, a snimku prenosile i dijelile na Facebooku. U nekoliko sati, precizno objavljuju jedne od ovdašnjih novina (a priču su, da se i to ra-zumijemo, objavile sve novine u Hrvatskoj), snimku je vidjelo 236.000 ljudi. [...] Da je zagnjuriti glavu u septičke jame komentara ispod novinskih teksto-va [...] ili da je prošpartati po otvorenim fejsbucima [...] sigurno bi se našlo onih, naročito u nas, u Hrvatskoj, koji smatraju da je i ovakav oblik cenzure kršenje njihovih ljudskih prava da informiraju i da budu informirani.'¹¹

Dok se ježi od svake pa i laži u umjetničkom tekstu, književnik Vladan Desnica piše: 'nasilno analitičko prodiranje u tajne meandre psihe neminovno znači podnošenje izvjesne boli i nadvladavanje nečega što se u nama opire i koprca i crveni. Shvatljivo je da pri takvom poslu pisac mora da odbije od sebe svaku mogućnost raznježenja, da zakoči emociju, da se stavi u neko stanje kataleptičkog neregiranja. (A sve je to, ako se ne varam, dokaz i znak ne piš-čeve neosjetljivosti, već naprotiv njegove preosjetljivosti.) Svako raznježavanje u takvom bi slučaju predstavljalo upravo idealnu, lojem namazanu kosinu preko koje će se najlakše skliznuti u licemjerje, u kompromis, u samodopadno uljepšavanje, u poluistinu – najzad, u neiskrenost i u laž.'¹² Jer za njega i sama laž djeluje. I to neminovno snažno djeluje, makar izgledalo naivno kao kad

ju Paay i uveliko podsjeća na onovremeni skandal s objavljivanjem porničara „kraljice u Hrvata“, Severine Vučković. Jer, i ovoj „ocvaloj primuli“ lakih nota, šezdeset i sedmogodišnjoj „holand-skoj Pamelii Anderson“ *nepoznat neko* je na jednom opskurnom sajtu objavio scene seksanja s bivšim partnerom... A sad nešto (još) mnogo ozbiljnije. Krajem februara, naime, u holandskom gradu Enshedeu jedan je petnaestogodišnjak izvršio samoubistvo pošto je na *instagramu* otkrio svoju „nagu“ fotografiju. „Odoh ja, čao. Isključujem internet, pa vi i dalje svima šaljite šta god hoćete,“ otkucio je pred smrtapp prijateljici: „Volio sam te, baby, samo da znaš.“ Ona ga je pokušala odvratiti od te namjere, takođe appom, ali bez uspjeha. Dječak je s balkona svog stana skočio na beton.

Fotku je objavila jedna drugarica iz njegovog razreda. Onako, *čisto iz zezancije*. Kažu da je to, u izvjesnim krugovima, čest slučaj zafrkancije, ali i ucjenjivanja. *Digi-generacija 2.1.*

¹¹ www.tacno.net/novosti/globalno-selo-povijest-digi-zlocina/

¹² www.6yka.com/novost/1055/za-citanje-i-promisljanje-vladan-desnica-laz-i-umjetnost

kažemo 'od muhe je napravljen medvjed'. A obično i tada po zakonima ljudske psihe lažne tvrdnje reduciramo ali nikad ne sto posto. Ono što ostaje također mučno kao kad virtualni sadržaj preoblikovana laž – kleveta, i ona dijelom ostvari svoj namišljeni cilj. Ukalja ciljanu žrtvu bez sumnje. Nikada oklevetana osoba ne bude čista u cjelosti - kako to budu neoklevetane osobe. Pisac Desnica secirajući laž, našu temu, kao nepoćudnu i opaku donosi i dječije svjedočanje laži kao opasnu. A šta tek reći za 'odrasle dobro osmišljene laži današnjice'?¹³ Jedan savremeniji autor, Sarajlija **Goran Simić** jednostavno kaže o ovoj temi: Iako zbog napretka tehnologije ljudi imaju sve manje vremena za čitanje, u tome nije opasnost i ističe kako, naprimjer, njegovoj poeziji neće naškoditi ako je neko čita s ekrana.

„Ljudi ne čitaju jer smo sve manje obrazovani, a tehnologiju koristimo kao izgovor. Čitanje zahtijeva napor, a danas se promovise siromaštvo duha, afirmiše se kao dobro to što su ljudi nepismeni i žive kao goveda koja gledaju u TV ekrane bez ijedne misli u glavi. U tome je problem našeg društva. Takve ljude je najlakše i politički izmanipulisati jer se nalaze u zoni komfora gdje ne postoji niti nijansa pobune, niti intelektualnog angažmana“.¹⁴



¹³ Dijete od 4-5 godina priča mi svoj doživljaj iz teatra (gledalo je Crvenkapicu):- ...pošla je u šumu, pa je sreća vuka,...pa je došao lovac, uhvatio vuka, doveo ga u kazalište i ubio. Znači, u tome momentu mali gledalac postao je svjestan fikcije: neka krupna neuvjerljivost ili tehnička omaška presjekla je iluziju stvarnosti i raskinula se magija teatra. Režiseri, pisci drama, glumci, pazite se da „ne dovedete vuka u kazalište“!

Slušalac (piscu koji mu čita svoju stvar): - Ta je scena zacijelo prenesena sasvim vjerno iz života? Pisac (obradovan): - Jest. Po čemu ste pogodili? Slušalac: - Po tome što je ona najslabija u čitavoj stvari. www.6yka.com/novost/1055/za-citanje-i-promisljanje-vladan-desnica-laz-i-umjetnost

¹⁴www.klix.ba/magazin/kultura/goran-simic-ljudi-ne-citaju-jer-smo-sve-manje-obrazovani-a-tehnologiju-koristimo-kao-izgovor/170223094



Udo Ulfkotte, FOTO: CNN

4. Zaključak

Nema sumnje da bi recipijente, tu važnu publiku medijskih poruka trebalo stalno upozoravati na opreznost kod konzumiranja mas medijskih sadržaja, na *dvostruku hermeneutiku trajnog čitanja s nepovjerenjem*, ili *gledanja sa širom otvorenim očima*, te *trajno opismenjavanje* (kako tradicionalno i klasično tako i medijsko opismenjavanje) u i oko mas medija i njihovih poruka - kako bi se povratila snaga kritičkog propitivanja i razumijevaja stvarnosti. Jer savremeni diskurs uvjeravanja da je nešto kao istinito, ne računa previše na 'kognitivno u ljudskome biću, već prije svega računa na afektivno u njegovoj svijesti i podsvijesti; a afektivno se lakše, brže, jednostavnije 'budi' i 'upotrebljava'.¹⁵ Nema nikakve sumnje da je kolanje mnoštva laži najrazličitijim mas medijima u savremenom svijetu direktno proporcionalno općem trendu rasta lažne strane mogućih ljudskih interpretacija svijeta. Nema nikakve sumnje da je geneza veoma složena, a sama *povijest laži veoma duga*. Od spoljne definicije laži kako je vide etnolozi, da je vrsta odbrane evoluirala do posebne interesne kategorije u procesima komuniciranja. I da je stoga Hannah Arendt u svojim dobrim analizama totalitarizama i laži dala možda ponajbolju definiciju savremenih medijskih laži kazavši kako je upravo demokracija kao društveno-politički oblik ljudske povijesnosti upravo najpovoljnija forma za društveno laganje. Za nju je obmanjivanje idealna forma za samoobmanjivanje, a moderni 'lažov čovjek od akcije' koji mijenja stvari i 'anticipira budućnost'.¹⁶

Borba protiv ovih pošasti je i pitanje profesionalnih pretražitelja, novinarskih udruženja, profesionalaca diljem svijeta, akademske zajednice i teore-

¹⁵ Pogledati šire u knjizi 'Uvod u teoriju informacija' Fahire Fejzić, Promocult Sarajevo, 2007. strana 97.

¹⁶ Ibidem, str. 105.

tičara medija, kao i pravnih i drugih regulatornih instanci diljem svijeta. Za kraj naglašavamo i 'pravo etičko pitanje modernosti stoga je kako sačuvati trezvenost, validnu, objektivnu hermeneutičku interpretaciju i kriterije koji pomažu a ne odmažu dobrom življenju. Novinarstvo u tom velikom preokretu igra ogromnu ulogu. Naravno, pri tome da ne laže svijet, već da svijet saopćava'.¹⁷ Učiti i samo učiti, čitati dobre pisce i analizirati svijet oko sebe, ne birati samo 'svoje medije' već tražiti i alternativne izvore informacija. Sa godinama života, koristiti vlastito iskustveno polje kao ponajbolju analitičku mrežu shvatanja svijeta u kojem se živi. I nastojati najbolje preporuke i spoznaje prenijeti onima oko sebe, mlađima prije svih.

Literatura

- Arendt, Hannah (1995), *Istina i laž u politici*, Filip Višnjić, Beograd.
 Chomsky, Noam (2000), *Nužne iluzije*, Beograd/Novi Sad.
 Derrida, Jacques (1996), *Povijest laži*, Dialogos, centar za mir, Sarajevo.
 Critcher, Chas (2003), *Moral Panics and the Media*, Buckingham, Philadelphia.
 Fejzić, Fahira (2007), *Uvod u teoriju informacija*, Promocult, Sarajevo.

www.6yka.com/novost/1055/za-citanje-i-promisljanje-vladan-desnica-laz-i-umjetnost
www.klix.ba/magazin/kultura/goran-simic-ljudi-ne-citaju-jer-smo-sve-manje-obrazovani-a-tehnologiju-koristimo-kao-izgovor/170223094
www.klix.ba/scitech/tehnologija/izumitelj-world-wide-weba-utjecaj-laznih-vijesti-na-internetu-je-zabrinjavajuci/170312043
www.tacno.net/novosti/globalno-selo-povijest-digi-zlocina/
www.6yka.com/novost/1055/za-citanje-i-promisljanje-vladan-desnica-laz-i-umjetnost

¹⁷ Ibidem, mstr. 105.

**STRATEGIJA RAZVOJA MEDIJA U SRBIJI –
IZMEĐU INTERESA POLITIKE, VLASNIKA I PUBLIKE**

***MEDIA DEVELOPMENT STRATEGY IN SERBIA –
BETWEEN THE INTERESTS OF POLITICS, OWNERS AND PUBLIC***

dr ANA MARTINOLI, docent

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu

Apstrakt: *Medijsko tržište u Srbiji, uprkos savremenom i relativno kvalitetnom medijskom zakonodavstvu proteklih godina beleži trendove koji nisu ohrabrujući. Pitanja medijske koncentracije, medijskog pluralizma i programskog diverziteta, statusa i položaja novinara, kontroverznih veza medija i politike i nedovoljno transparentni načini finansiranja medijskih sadržaja iz budžetskih izvora i kroz javne konkurse samo su neki od problema sa kojima se suočavaju medijski radnici, a čije posledice oseća i publika. Razvijanje medijskog tržišta i strateško planiranje i definisanje ciljeva medijske politike zadaci su medijske strategije. Tekst nastaje u trenutku izrade radne verzije Strategije razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2023. godine. Fokus teksta je na sagledavanju trenutnih karakteristika medijskog tržišta u Srbiji na nivou medijskog vlasništva, medijske koncentracije, medijskog pluralizma i finansiranja.*

Ključne reči: *Medijski razvoj, medijska politika, održivost medija, Srbija*

Abstract: *The media market in Serbia, despite its modern and relatively solid legislation, has seen discouraging trends in recent years. Media concentration, diversity and pluralism, journalist position, controversial relationships between the media and politics, lack of transparency in state and public funding are just a few of the issues media workers are faced with, the consequences of which are also felt by their audience. The core objectives of a media strategy are develop-*

ment of the media market, and strategic planning, and defining of media policy goals. Paper focuses on some of the current trends and conditions of the media market in Serbia that need to be addressed in the next Strategy for the Development of the Public Information System in the Republic of Serbia until 2023.

Key words: *Media Policy, Media Development, Media Sustainability, Serbia*

1. Uvod

Upravljanje medijskim tržištem je važno strateško, ekonomsko i političko pitanje u jednom društvu. Komercijalni medijski proizvod je specifičan jer dok, s jedne strane, ima "zadatak" da za svog vlasnika obezbedi profit, istovremeno ima složenije, kulturološke, društvene, ideološke, pa i političke ciljeve, kao i posebne odgovornosti prema onima koji taj proizvod kupuju - publici. Kompleksnost medijskog proizvoda stoga mora biti adresirana u medijskoj politici koja će oblikovati svaki budući razvoj medijskog tržišta.

O medijskoj politici možemo najšire razmišljati kao o "različitim načinima na koje zainteresovani učesnici pokušavaju da razviju formalne i neformalne mehanizme kojima će oblikovati ponašanje medijskog sistema" (Freedman, 2008:13). Freedman nastavlja da je medijska politika šire polje u kome cirkulišu raznovrsne ideje i pretpostavke o poželjnoj strukturi i ponašanju, a koje potom regulativa kroz posebne institucionalne mehanizme pokušava da ostvari i realizuje.

Izvesno je da medijska strategija nema svrhu, niti može biti funkcionalna bez čvrstog zakonskog okvira koji će je pretvoriti u obaveze, prava i pravila ponašanja medijskih aktera. Istovremeno, ni zakonski okvir nije dovoljan da proizvede suštinsku kvalitativnu promenu medijske scene ukoliko nisu implementirani mehanizmi kontrole i sankcionisanja, ali i principijelno i dosledno poštovanje regulatornih propisa.

Freedman zaključuje da se regulacija, stoga, sastoji od razvijanja posebnih i obavezujućih propisa upotrebljenih za intervenisanje na medijskom tržištu, bilo da je reč o kvotama, vlasničkim restrikcijama, pravilima konkurencije i sl.

Medijska politika za cilj ima i da pomiri konfliktne struje, suprotstavljene interese, potrebe i ciljeve koji mogu postojati na jednom tržištu.

Tako se kao najčešće suprotstavljeni interesi prilikom definisanja komunikacione politike mogu uočiti¹:

- javni nasuprot privatnih interesa
- ekonomski nasuprot društvenih ili kulturnih interesa
- međunarodni naspram nacionalnih ili lokalnih interesa

Osim nacionalnih specifičnosti svakog medijskog tržišta, koje proizilaze iz društvenih, kulturnih, političkih i ideoloških vrednosti i ekonomskih kapaciteta, važan izazov u definisanju svake buduće medijske politike i medijske strategije je transformacija koja se odvija pod uticajem digitalnih tehnologija. Jačanje Interneta kao novog medijskog kanala i platforme za razmenu, distribuciju medijskih sadržaja, sve veći rast upotrebe mobilnih telefona, konvergencija koja se odvija na nivou sadržaja, tehnologije, trošenja medija - samo su neki od trendova koji obeležavaju medijski pejzaž danas, kako globalno, tako i u Srbiji. Ovakva realnost čini neminovnim preispitivanja dosadašnjih načina regulisanja slobode govora, programskog diverziteta, dostupnosti i pristupa sadržaju, kao i dosadašnje politike u oblasti telekomunikacija i informacionih komunikacionih tehnologija.

Srbija se u trenutku pisanja teksta nalazi u periodu u kome se sumiraju rezultati i ostvareni ciljevi medijske strategije za period 2011-2016. i pisanja Strategije za razvoj sistema javnog informisanja u Srbiji do 2023. koja bi, prema navodima Ministarstva za kulturu i medije, trebalo da bude predstavljena tokom jeseni²

Uvid u kretanja na tržištu ukazuje na probleme koji se odnose na prisustvo odnosno nestanak određenih vrsta sadržaja, uticaj politike i ugrožavanje uređivačke nezavisnosti medija, balansiranje odnosa sadržaja različitih funkcija, jačanje trenda tabloidizacije i senzacionalizacije medijskog sadržaja, pitanja cenzure i autocenzure, finansijski opstanak medija.

U samom uvodu prethodne medijske strategije se navodi "Strategijom razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine utvrđuju se smernice razvoja... sa osnovnim ciljem daljeg jačanja uspostavljenih demokratskih odnosa u toj oblasti. Strategija je zasnovana na Ustavu Republi-

¹ Media Policy and policy making, URL: http://www.le.ac.uk/oerresources/media/ms7501/mod2unit11/page_10.htm, pristupljeno 10. septembra 2017.

² <http://www.kultura.gov.rs/lat/aktuelnosti/formirana-radna-grupa-za-izradu-nove-medijske-strategije->, pristupljeno 12. septembra 2017.

ke Srbije, na standardima, iskustvu i regulatornom okviru demokratskog sveta i najvažnijim opredeljenjima Ujedinjenih nacija, Saveta Evrope i Evropske unije sadržanim u dokumentima kojima su pravo na slobodu izražavanja i pristup informacijama i njihov slobodan protok i razmenu utvrđeni kao jedno od osnovnih ljudskih prava". Na bazi evaluacije prethodne, kao i na osnovu analiza trenutnog stanja medijskog tržišta u Srbiji, nova medijska strategija bi trebalo da bude odraz zvanične medijske politike, definisane tako da zaštiti osnovne principe slobode medija i medijskog pluralizma kao najosnovnijih pokazatelja kvaliteta i ukupnog stanja jednog medijskog tržišta. Mediji su ključni deo demokratskih društava i imaju ogromnu moć koja se ogleda u oblikovanju javnog mnjenja i samim time uticajem na političke i društvene procese. Zloupotreba moći medija je čest simptom nefunkcionalnog medijskog tržišta, narušenog integriteta, izgubljene nezavisnosti i slobode medija i zato bi obezbeđivanje mehanizama da do te zloupotrebe ne dođe moralo biti predmet svakog zvaničnog akta koji tržište uređuje. Medijska strategija bi morala da bude i mera i strateški plan razvoja medijskog tržišta, zasnovana na evaluaciji različitih aspekata tržišta.

Kada govorimo o procenjivanju medijskog razvoja i trenutnog medijskog stanja jednog tržišta, ovakvu evaluaciju je moguće sprovesti na osnovu različitih indikatora. Samo jedan od usvojenih i široko prihvaćenih okvira je razvio UNESCO 2008. godine - Media Development Indicator (MDI) - koji može poslužiti kao osnova za evaluaciju medijskog tržišta i na bazi tih rezultata kreiranje buduće medijske strategije.

Kao ključne pojmove na kojima je razvijen ovaj alat navode se nezavisnost, pristup, pluralizam i diverzitet, profesionalni kapaciteti medijskih radnika, infrastrukturni kapaciteti. MDI³ tržište procenjuje kroz pet osnovnih kategorija:

- zakonska regulativa i medijska politika koje promovišu i podstiču slobodu izražavanja i informisanja
- pluralitet i diverzitet medija, ekonomski aspekti i transparentnost vlasništva
- mediji kao platforma za odražavanje i reprezentaciju različitih stavova i interesovanja u društvu, stepen medijske pismenosti
- postojanje profesionalnih obuka, treninga i obrazovanja za medijske rad-

³ Media Development Indicators: A framework for assessing media development, URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>, pristupljeno 4. septembra 2017.

nike, monitoring i podrška medijima kroz rad profesionalnih asocijacija i organizacija civilnog društva

- infrastrukturni kapaciteti za podršku nezavisnim i pluralističkim medijima

Višegodišnju procenu održivosti medijskog tržišta sprovodi i IREX kroz Media Sustainability Index⁴ (MSI). Kao ključne parametre evaluacije medijskog tržišta navodi postojanje mehanizama koji će zaštititi slobodu govora, očuvati i unaprediti profesionalno novinarstvo, podsticati razvoj i postojanje višestrukih izvora vesti, unaprediti biznis aspekte i menadžment medija, negovati i učiniti funkcionalnim institucije podrške medijima.

Za koju god evaluaciju tržišta da se opredeli, zadatak nove strategije razvoja biće da poboljša ukupnu medijsku sliku Srbije, koja prema nalazima više nezavisnih međunarodnih organizacija, postaje sve sumornija. Tako prema izveštaju Reportera bez granica u 2017. Srbija se našla na 66. od 180 mesta World Press Freedom Indexa⁵, a u zaključku se naglašavaju veze politike i medija, pritisci na nezavisne medijske projekte i konstatuje da su usvojena tri medijska zakona bila mnogo više način da se ispune obavezni uslovi na putu ka Evropskoj Uniji, nego što su zaista u praksi njihove odredbe implementirane. U istoj godini Srbija se sa ukupnim MSI rezultatom od 1.78 našla u grupi neodrživih mešovitih medijskih sistema, uz Azerbejdžan, Rusiju, Belorusiju, BiH, Bugarsku, Kazahstan, Makedoniju i Tadžikistan.

Izvesno je da su mediji na jednom nacionalnom tržištu odraz ukupne ekonomske i političke situacije, a da se kroz njih prelamaju dominantne, poželjne vrednosti na kojima počivaju osnove celokupnog društva, kao i interese političkih i ekonomskih centara moći. Prema zaključcima IREX-ove studije Media Sustainability Index za Srbiju, tržište je u 2017. godini bilo izloženo slabij primeni postojećih zakonskih propisa, mnogi privatizovani ili, čak, zatvoreni mediji nastavili su da postoje pod kontrolom vladajućih struktura (Tanjug), rad nezavisnog regulatornog tela REM se ocenjuje kao veoma loš, bez adekvatnog monitoringa i bez napora da se obezbedi kompetitivno i fer medijsko tržište. Isti izveštaj navodi rezultate više istraživačkih studija koje zaključuju da preko 70% novinara smatra da je njihov ekonomski status dramati-

⁴ IREX – Media Sustainability Index, URL: <http://www.irex.org/resource/media-sustainability-index-msi>, pristupljeno 10. septembra 2017.

⁵ World Press Freedom Index, URL: <http://rsf.org/en/serbia>, pristupljeno 17. septembra 2017.

čno opao, a na svaka dva novinara jedan strahuje od nekog oblika cenzure.

Iako bi neki od ovih problema morali biti adresirani u budućoj medijskoj strategiji, očekivanja od novog plana razvoja medija su skromna, a nepoverenje i skepsa medijskih profesionalaca i medijskih radnika upadljivi.

Kao krupne promene na tržištu, proizašle iz prethodne medijske strategije, navode se set novih medijskih zakona, sprovedena privatizacija (sa dubioznim uspehom i rezultatima), kao i početak adresiranja promena koje na medijskom tržištu izaziva digitalizacija. Buduća strategija razvoja medija donosi se u značajno izmenjenom medijskom okruženju nego što je to bio slučaj sa prethodnom – iako su zakoni savremeniji, njihova primena je, u najboljem slučaju, selektivna, veze medija i politike su jake i direktno utiču na finansijski opstanak medija, položaj novinara sve kompleksniji i teži, a međusobna konkurencija tradicionalnih i novih medijskih inicijativa na online medijskim kanalima i platformama sve veća.

Nastavak teksta za cilj ima da rezimira samo jedan aspekt medijskog tržišta u Srbiji koji svakako može biti jedan deo okvira za definisanje buduće strategije razvoja medija.

2. Struktura medijskog tržišta u Srbiji

Svako strateško planiranje razvoja tržišta trebalo bi da se zasniva na evaluaciji njegovih finansijskih, ekonomskih potencijala, poznavanju auditorijuma i konkurencije.

Veličina tržišta – može podrazumevati zonu pokrivanja medija, broj medija koji deluju na određenoj teritoriji, kao i finansijsku vrednost tržišta koja pokazuje koliko novca medij može prihodovati. U odnosu na ove podatke, stiče se jasniji uvid u mogućnosti medija za opstanak i procenjuje potencijalni auditorijum, ali i potrebe za određenim programskim formatom. Takođe, poznajući veličinu i strukturu tržišta, može se doneti zaključak o mogućnostima opstanka određenih programskih formata.

Struktura tržišta – pokazuje vrstu medija prisutnih na tržištu, podrazumeva detaljnu analizu aktuelne programske ponude na tržištu, zastupljenost programskih formata. Ova analiza se radi na osnovu informacija dobijenih kroz redovna istraživanja publike i tržišta, ali i kroz detaljnu analizu sadržaja medija.

Auditorijum – mediji svoju funkciju obavljaju u odnosu na publiku, a istraživanje auditorijuma bi moralo da bude osnovni deo medijske strategije. Dimenzije sagledavanja publike bi, najjednostavnije, bile:

- veličina potencijalnog auditorijuma, ukupan broj čitalaca, gledalaca, slušalaca dostupnih na tržištu
- demografska struktura auditorijuma,
- životni stil publike, njene kulturne potrebe, medijske navike i obrasce potrošnje medijskih sadržaja.

Analiza strukture medijskog tržišta pokazuje da je u Srbiji aktivno 170 print medija, 364 radio stanice, preko 250 televizijskih stanica i preko 20 *news* portala (prema podacima Ipsosa, navedeno u IREX MSI Serbia 2017). Ukupan prihod od oglašavanja na medijskom tržištu iznosi 160 miliona evra (prema procenama Nielsena), što je već prva indikacija da je tržište premalog finansijskog potencijala za broj aktivnih i registrovanih medija. Uprkos izmeni ključnih medijskih zakona, tržište u Srbiji još uvek nije usklađeno sa realnim potrebama i kapacitetima na nivou veličine i strukture auditorijuma, kao ni finansijske snage. U takvoj situaciji opstanak i postizanje finansijske isplativosti je izazovan, često nemoguć zadatak za komercijalne medije.

Kada je u pitanju pregled medijskog tržišta u trenutku pisanja nove strategije razvoja i mapiranje aktuelnih problema, od velike pomoći su rezultati projekta Media Ownership Monitor⁶ (MOM) Serbia koji je realizovao BIRN tokom 2017. godine.

Prema metodologiji definisanoj i primenjenoj i na drugim tržištima širom sveta, evaluacija se sprovodi kroz deset različitih parametara, a koji za cilj imaju razumevanje međusobnih odnosa medijskog vlasništva, finansiranja medija i medijske regulative i kontrole. Neki od rezultata ove studije biće predstavljeni u nastavku.

3. Finansiranje medija u Srbiji

Pored komercijalnih prihoda na tržištu Srbije mediji se mogu oslanjati i na izvore finansiranja vezane za javne i državne organe ili javna preduzeća, kao i na sufinansiranje medijskih projekata kroz javne konkurse.

Podaci i iskustva medija pokazuju da su ovi oblici finansiranja u velikoj meri predmet nepoverenja i prostor za selektivno finansiranje onih medijskih sadržaja, pa i celih medijskih kuća, koje su na liniji državne politike, u kojima izostaje kritički osvrt na politička, ekonomska i društvena dešavanja,

⁶ Media Ownership Monitor Serbia, URL: <https://serbia.mom-rsf.org/en/>, pristupljeno 1. septembra 2017.

izostaje ozbiljnija vrsta analize i istraživačkog novinarstva u javnom interesu.

Kako BIRN navodi, oslanjajući se na podelu Open Society Institute Justice Initiative tri osnovna oblika prikrivene kontrole su: *zloupotreba javnih fondova i monopola; zloupotreba regulatorne i inspeksijske moći i para-legalni pritisci* (licenciranje, poreske olakšice i sl.). “U slučaju kada se javni fondovi raspodeľjuju arbitrarno i netransparentno, stvara se specifičan tip klijentilističkih odnosa u kom mediji postaju zavisni od državnih izvora finansiranja”, zaključuje se u BIRN-ovom izveštaju⁷.

U rezultatima MOM Serbia istraživanja, politička kontrola finansiranja medija je indikator koji analizira uticaj države na funkcionisanje medijskog tržišta, uz poseban fokus na rizik od diskriminacije u distribuiranju javnog/državnog novca za oglašavanje. Ovaj indikator zapravo otkriva da li postoji favorizovanje medija naklonjenih dominantnim partijama ili finansijsko uskraćivanje sredstava medijima koji su kritički nastrojeni prema vladajućim strukturama⁸.

Prema zaključcima MOM Serbia istraživanja, nepostojanje zvanične, centralizovane i javno dostupne baze podataka koja bi se odnosila na državne/javne budžete za oglašavanje ovaj aspekt čini najmanje transparentnim na srpskom medijskom tržištu. Ovi zaključci su na liniji sa nalazima Saveta za borbu protiv korupcije koji je na osnovu podataka prikupljenim između 2011. i 2014. god. skrenuo pažnju na nedostatak transparentnosti, fer nadmetanja ili efikasnosti u alociranju i raspodeli novca iz državnih budžeta za oglašavanje.

U tadašnjem izveštaju⁹, Savet napominje da su podaci za neka javna preduzeća ostali nedostupni čak i nakon intervencije i kažnjavanja od strane Poverenika, dok je podatke o informacijama vezanim za rashode ka medijima uskratilo i Ministarstvo spoljnih poslova. Savet navodi da je u svom istraživanju vrsta i model ugovaranja usluga oglašavanja i marketinga identifikovao koruptivne fenomene, favorizovanje marketinških agencija povezanih sa političkim strankama, kao i odsustvo načela konkurentnosti kod ugovaranja

⁷ Meka cenzura: promene u medijskom sektoru – sa goreg na lošije, URL: http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2016/02/izvestaj_meka_cenzura_final.pdf, pristupljeno 2. septembra 2017.

⁸ MOM Serbia kao javna/državna sredstava za oglašavanje označava sve plaćene reklame od strane vlasti na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou, kao i novac za oglašavanje koji ka medijima stiže iz institucija i kompanija koje su u vlasništvu države.

⁹ Izveštaj o mogućem uticaju institucija javnog sektora na medije kroz plaćanje usluga oglašavanja i marketinga, URL: <http://www.antikorupcijasavet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/Izvestaj%20o%20medijima%20konacna%20verzija.pdf>

medijskih usluga za potrebe institucija javnog sektora. Takođe, Savet konstatuje da kontinuirano mesečno finansiranje medija javnim novcem utiče na sužavanje novinarskih sloboda, cenzuru informacija, potiskivanje slobodnog i kritičkog mišljenja. Savet zaključuje da se putem oglašavanja i marketinga institucija javnog sektora stvara veoma jak odnos između medija i predstavnika svih nivoa vlasti u kome mediji postaju “fleksibilniji”, odnosno gube manevarski prostor da služe kao kritički oslonac i nezavisni kontrolor vlasti.

Nadovezujući se na nalaze Saveta za borbu protiv korupcije, MOM Serbia navodi da precizni podaci o tome da li se državna i javna sredstva za oglašavanje distribuiraju proporcionalno *audience shareu*¹⁰ medija - ne postoje, kao što je i nepoznato koliki je udeo državnog novca za oglašavanje u ukupnom budžetu za medijsko oglašavanje.

Drugi oblik dodatnog finansiranja medija predviđen je aktuelnim setom zakona koji su prizišli iz prethodne medijske strategije - princip projektnog finansiranja. On je zasnovan na potrebi da se građanima obezbede oni medijski sadržaji koji izostaju iz ponude komercijalnih emitera, pa i javnog servisa, a koji mogu zadovoljavati kompleksnije potrebe publike, sadržaji kojima dominiraju edukativna, kulturna ili informativna funkcija ili sadržaji koji se obraćaju manjinskim zajednicama i grupama publike.

“Javni konkursi, kojima se podstiče proizvodnja sadržaja, smatraju se najpoželjnijim modelom finansiranja javnih glasila. Fer i transparentni uslovi učesća na konkursu, jasno određena suma novca koja se stavlja na raspolaganje uz napomene o njenoj distribuciji (npr. minimalnoj i maksimalnoj količini novca po projektu za koju se može konkurisati), podsticanje zdrave konkurencije na osnovu jasno definisanih kriterijuma za ocenjivanje projekata, podsticanje proizvodnje originalnog, što kvalitetnijeg sadržaja - samo se neke od prednosti ovakvog modela finansiranja”, navodi se u izveštaju koji je BIRN realizovao tokom 2013. godine, dakle pre donošenja novog seta medijskih zakona¹¹.

Zakon o javnom informisanju i medijima¹² je, kao posebno važne novine, predvideo obavezu raspisivanja javnih konkursa na svim nivoima vlasti

¹⁰ Audience share predstavlja udeo medija u ukupnoj slušanosti ili gledanosti na tržištu.

¹¹ Konkursno finansiranje medija, URL: <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/04/KONKURSNO-FINANSIRANJE-MEDIJA1.pdf>, pristupljeno 3. septembra 2017.

¹² Zakon o javnom informisanju I medijima, URL: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju_i_medijima.html, pristupljeno 23. avgusta 2017.

kojim se budžetski novac troši za ispunjenje propisanog javnog interesa u informisanju. Posebna važna novina je da je isti zakon definisao javni interes u svom članu 15, navodeći da je javni interes: "istinito, nepristrasno, pravovremeno i potpuno informisanje svih građana Republike Srbije", "očuvanje kulturnog identiteta srpskog naroda i nacionalnih manjina koje žive na teritoriji Republike Srbije, informisanje inostrane javnosti na stranim jezicima kada je to od interesa za Republiku Srbiju; informisanje osoba sa invaliditetom i drugih manjinskih grupa; podrška proizvodnji medijskih sadržaja u cilju zaštite i razvoja ljudskih prava i demokratije, unapređivanja pravne i socijalne države, slobodnog razvoja ličnosti i zaštite dece i mladih, razvoja kulturnog i umetničkog stvaralaštva, razvoja obrazovanja, uključujući i medijsku pismenost kao deo obrazovnog sistema, razvoja nauke, razvoja sporta i fizičke kulture i zaštite životne sredine i zdravlja ljudi; unapređivanje medijskog i novinarskog profesionalizma"

Član 17. istog zakona navodi da se "obezbeđuje iz budžeta deo sredstava za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja i raspoređuje ih na osnovu sprovedenih javnih konkursa... i pojedinačnim davanjima, na osnovu principa o dodeli državne pomoći i zaštiti konkurencije, bez diskriminacije".

Na tabloidiziranom srpskom medijskom tržištu kojim dominiraju komercijalni sadržaji i gde je zabavna funkcija potpuno potisnula informativnu, obrazovnu i kulturnu, očuvanje i zaštita onih sadržaja koji tretiraju teme od javnog interesa, koje čuvaju kompleksne novinarske forme, moraju biti predmet posebnog regulisanja i finansiranja, što je i bila namera zakonodavca kada je predvideo mogućnost sufinansiranja medijskih sadržaja kroz javne konkurse. Nažalost, praksa je pokazala da dobre namere i osnovni cilj javnih konkursa nisu u najvećem broju slučajeva realizovani na transparentan način koji bi bio u javnom interesu.

Praksa konkursa na kojima je dodeljen novac za realizaciju medijskih sadržaja od javnog interesa pokazala je netransparentnost, selektivnost, neutemeljenost u propisanim kriterijumima ili nedovoljno jasno i precizno definisane kriterijume, čime je sam process sufinansiranja u cilju jačanja kvaliteta i diverziteta tržišta obesmišljen i devalviran¹³.

¹³ O iskustvima projektnog finansiranja detaljno piše i istraživački sajt Cenzolovka, objedinjujući brojne razgovore, pojedinačne slučajeve i stavove o ovoj temi – URL: <https://www.cenzolovka.rs/?s=projektno+finansiranje>, pristupljeno 12. septembra 2017.

Kako BIRN u svom izveštaju “Meka cenzura – promene u medijskom sektoru: sa goreg na lošije” navodi “netransparentni uslovi učešća, nejasni kriterijumi, konkursne komisije koje su na konkurse gledale kao na vid pomoći medijima, a ne stvarnu podršku inovativnim sadržajima, nedostatak bilo kakve evaluacije dosadašnje prakse – samo su neki od uočenih problema”.

Proces projektnog sufinansiranja do sada je pokazao prostor za unapređenje praktično svake etape procesa, od izbora članova komisije do evaluacije i kontrole kako trošenja sredstava, tako i realnog učinka realizovanih medijskih sadržaja. Uvođenje jasno definisanog, objektivnog i na profesionalnim kriterijumima zasnovanog sistema merenja efekata projektno finansiranih medijskih sadržaja, kao i strateško, dugoročno planiranje onih funkcija koje se prepoznaju kao ključne za postizanje raznolikosti i povećane kvaliteta medijskog tržišta moraju postati deo ovih procesa.

Kao potencijalne preporuke autorima buduće medijske strategije u domenu projektnog finansiranja medijskih projekata mogu iskoristiti i neki od zaključaka konferencije “U susret savremenoj Medijskoj politici u Srbiji”¹⁴ u kojim se navodi da je neophodno:

- obezbediti najviši stepen transparentnosti celokupnog procesa, od pripremnih radnji i definisanja javnog interesa na lokalnom nivou, preko raspisivanja konkursa, izbora komisije, rada komisije, rezultata rada komisije, pa sve do rezultata realizovanih projekata i njihove evaluacije
- razraditi metod evaluacije procesa projektnog sufinansiranja kao i evaluacije realizovanih sufinansiranih projekata
- omogućiti učešće civilnog društva u evaluaciji,
- razraditi postupak utvrđivanje liste konkretnih javnih interesa koji će se sufinansirati, uz aktivno učešće građana, njihovih organizacija i drugih zainteresovanih strana u tom postupku,
- razraditi mehanizam koji će obezbediti da lokalne samouprave izdvajaju adekvatna sredstva za javni interes u sferi javnog informisanja,
- definisati pojam “sukob interesa” i način njegovog razrešavanja,
- propisati dodatne kriterijume za novinarska i medijska udruženja koja su ovlašćeni predlagati kandidata za članove komisija, kako bi se izbegla situacija da neovlašćeni predlagati predlažu članove u stručnim komisijama (neregistrovana, nepostojeća ili na drugi način neovlašćena udruženja);

¹⁴ Preporuke konferencije “U susret savremenoj Medijskoj politici u Srbiji”, održane 17. i 18. novembra 2016. godine u Beogradu, u organizaciji Misije OEBS-a u Srbiji

- preciznije regulisati pravila o načinu rada komisije, ocenjivanja projekata i formiranja predloga za raspodelu sredstava;”

Konačno, učesnici ove konferencije prepoznali su neophodnost afirmisanja novih oblika finansiranja i podrške razvoju finansijskih modela poslovanja neprofitnih medija u cilju omogućavanja njihove dugoročne finansijske održivosti, za šta je, kako se u zaključcima navodi, potrebno predvideti raznovrsnije izvore prihoda kao što su individualne donacije (povremeni ili kontinuirani prilozi) i oslobađanje od poreza ili dela poreza na donacije na nediskriminatornoj osnovi, udeo u vlasništvu, *crowdfunding* kampanje, korporativne donacije vezane za društveno odgovorno poslovanje.

4. Medijski pluralizam i diverzitet programskih sadržaja u Srbiji

Uprkos velikom broju medija u Srbiji, analiza sadržaja medija i procenatualne zastupljenosti programa različite funkcije pokazuje da kvantitet ne prati kvalitet, a posebno ne raznovrsnost programskih sadržaja i ciljeva.

Obezbeđivanje medijskog pluralizma jeste jedan od najvažnijih aspekata medijske politike. Pojam pluralizma je širok i može biti interpretiran iz različitih uglova (recimo - pluralizam medijskog vlasništva i kontrole, pluralizam medijskih vrsta i žanrova, politički pluralizam u medijima, kulturni pluralizam u medijima, geografski pluralizam u medijima, prema klasifikaciji Media Pluralism Monitor¹⁵), pa samim tim može biti meren kroz kvantitativne i kvalitativne kriterijume. Mediamonitor¹⁶ naglašava da u analiziranju koncepta pluralizma dve perspektive moraju biti pomenute - interni i eksterni pluralizam. Prema ovoj klasifikaciji, interni pluralizam označava na koji način se društveni i politički diverzitet, dakle različite kulturne grupe kao i divergentni politički i ideološki stavovi, reflektuju u medijskim sadržajima. Mediamonitor navodi da su ključni instrumenti za obezbeđivanje internog pluralizma grantovi, medijski fondovi, smanjivanje stopa poreza i drugi oblici finansijske pomoći, što ponovo upućuje na neophodnost poboljšanja koncepta projektnog finansiranja medija.

Eksterni pluralizam se evaluira na osnovu broja vlasnika medija, medijskih kompanija, nezavisnih uređivačkih odbora, kanala, naslova ili progra-

¹⁵ MPM 2014: The Simplification Strategy, URL: <http://monitor.cmpf.eui.eu/simplification/>, pristupljeno 9. septembra 2017.

¹⁶ The concept of pluralism: media diversity, URL: <http://www.mediamonitor.nl/english/the-concept-of-pluralism-media-diversity/>, pristupljeno 6. Septembra 2017.

ma. Eksterni pluralizam je mera slobodnog izbora medijskog sadržaja odnosno dostupnosti najšireg spektra stavova i ideja, navodi MediaMonitor koji eksterni pluralizam označava i kao medijski diverzitet.

Kada je reč o pluralizmu medijskih sadržaja, period između dve medijske strategije u Srbiji ostaje zabeležen po nestajanju velikog broja govornih, debatnih, *news* programa koji su bili zasnovani na dijalogu i ukrštanju stavova sa suprotstavljenih političkih polova. Istraživačko novinarstvo se u najvećoj meri preselilo u *online* prostor, dok informativnim programima ponovo sve češće dominira ono što je Stjepan Gredelj još u prvoj polovini 2000-tih nazvao „impresionističko novinarstvo, „novinarstvo s težom“, a ne informativno, analitičko novinarstvo¹⁷.

Pitanje razvoja medijskog tržišta u budućoj medijskoj strategiji bi moralo da bude usko povezano sa podsticanjem medijskog pluralizma, razvijanjem medijskih sadržaja koji su različiti po svojim funkcijama, ciljevima, koji zadovoljavaju potrebe svih kategorija publike, sa posebnim fokusom na manjinske grupe. U trenutku pisanja teksta, srpskim radio tržištem dominiraju strogo muzički formati, informativnu, obrazovnu i kulturnu funkciju su skoro u potpunosti potisnuli zabavni sadržaji u programima televizija, dok je tržište print medija radikalno tabloidizirano. Istovremeno, izostaju precizna istraživanja koja bi se odnosila na strukturu programa i sadržaja medija, odnosno procentualnu zastupljenost programa određenih funkcija i usmerenja, a neretko i sami mediji kreativno tumače pojedine programske kategorije, kako bi prikazali zastupljenost svih vrsta programa.

Jedna od preporuka za buduću Strategiju razvoja mogla da bude obaveza detaljne analize potreba za određenim medijskim sadržajima na određenom prostoru, propisivanje mnogo preciznije definisanih obaveznih kvota pojedinih programskih žanrova i sadržaja određenih programskih funkcija, obavezan monitoring ispunjavanja obaveza svakog emitera koje je preuzeo prilikom dobijanja dozvole za emitovanje programa i na osnovu predatog elaborata, evaluacija i primena odgovarajućih sankcija u slučaju odstupanja od elaborata na osnovu kog je licenca dodeljena.

¹⁷ <http://www.anem.rs/sr/medijskaScena/regionisvet/story/6234/HRANJENJE+INCIDENTIMA.html>, pristupljeno 12. Septembra 2017.

5. Medijska koncentracija u Srbiji

Pitanje medijske koncentracije je postojećim zakonima regulisano tako da je, praktično, nemoguće ostvariti nedozvoljeni stepen vlasništva. Čak i u slučaju najvećih velikih medijskih grupacija, ne prelazi se dozvoljen nivo *audience share-a*, iako su, u praksi, narušeni medijski pluralizam i programski diverzitet koje bi medijski zakoni trebalo da obezbede. Aktuelni Zakon o javnom informisanju u članu 45. navodi da "Radi sprečavanja nastanka ili jačanja pretežnog uticaja u oblasti javnog informisanja, koji značajno ograničava medijski pluralizam, nije dozvoljeno objedinjavanje:

- osnivačkih, odnosno upravljačkih prava u dva ili više izdavača dnevnih novina koje objavljuju informacije iz svih oblasti društvenog života, čiji ukupan godišnji tiraž prelazi 50% prodatog ili na drugi način realizovanog tiraža dnevnih novina na teritoriji Republike Srbije...
- osnivačkih odnosno upravljačkih prava u dva ili više izdavača koji pružaju audio, odnosno audio-vizuelne medijske usluge, čiji zbirni udeo u slušanosti, odnosno gledanosti prelazi 35% od ukupne slušanosti, odnosno gledanosti u zoni pokrivanja"

Prema podacima već pomenutog istraživanja MOM Serbia tržište pokazuje visok stepen rizika u kategorijama koncentracije medijske publike i koncentracije cross-medijskog vlasništva .

Indikator koji se odnosi na koncentraciju medijske publike pokazuje da postoji visok rizik po medijski pluralizam jer televizijskim tržištem, prema *audience share* podacima, dominiraju četiri glavna vlasnika sa udelom od preko 62%. Radio tržištem dominiraju takođe četiri vlasnika sa preko 51% *audience sharea*, dok na print tržištu ponovo četiri vlasnika okupiraju pažnju preko 63% auditorijuma.

Kada je u pitanju cross-medijsko vlasništvo, primenjena metodologija pokazuje da top 8 vlasnika u svim medijskim sektorima ima udeo publike od preko 70%, što je pokazatelj visoke koncentracije. MOM Serbia istraživanje, takođe, beleži da iako postoje primeri značajnog cross-medijskog vlasništva, kao oblika horizontalne i vertikalne integracije platformi, kanala i sadržaja, ne identifikuje se nijedna medijska kompanija aktivna u sva četiri sektora, već se može povući jasna linija između audio-vizuelnog i print sektora.

6. Umesto zaključka

Strateško, dugoročno promišljanje razvoja jednog medijskog tržišta može biti iskazano kroz različite medijske strategije fokusirane na sadržaj me-

dija, tehničko-tehnološke aspekte, unapređenje i prilagođavanje zakonskih okvira tako da se podstakne ostvarivanje ciljeva koji su u interesu očuvanja nezavisne uloge medija. Medijska strategija u idealnim okolnostima objedinjuje potrebe i mogućnosti medijske industrije, medijskih profesionalaca, oglašivača, cele zajednice, društva, publike. Kao izraz medijske politike ona ima zadatak obezbeđivanja uslova za razvoj medija tako da oni budu održivi, da odražavaju raznovrsnost identiteta jednog društva, da im bude omogućeno nezavisno funkcionisanje koje nije podložno političkim i drugim pritiscima. Ovaj tekst je pokušao da mapira samo jedan deo problema i izazova sa kojima se suočavaju mediji u Srbiji, između dve strategije razvoja. Posledice privatizacije, nejasan status medijskih preduzeća koja su iz privatizacije izašla neuspešno, a i dalje postoje, ekonomski i profesionalni položaj novinara, obezbeđivanje većeg stepena slobode izražavanja i informisanja, obezbeđivanje medijske usluge u digitalnom okruženju, pitanje medijske pismenosti publike – samo su neke od tema koje ovaj tekst nije otvorio. Ostaje zaključak da je Srbija nakon prethodne Strategije razvoja sistema javnog informisanja postala formalno, na nivou zakona, uređenije medijsko tržište, ali da je ostao veliki i neiskorišćen prostor za primenu propisa, kontrolu uticaja države na medije, kao i sveukupno poboljšanje uslova za rad u medijskom okruženju, sa krajnjim ciljem obezbeđivanja publici kvalitetnog medijskog proizvoda.

Literatura

Formirana Radna grupa za izradu nove medijske strategije, URL: <http://www.kultura.gov.rs/lat/aktuelnosti/formirana-radna-grupa-za-izradu-nove-medijske-strategije->

Freedman, D, 2008, *The Politics of Media Policy*, Cambridge: Polity

Hranjenje incidentima, URL: <http://www.anem.rs/sr/medijskaScena/regionisvet/story/6234/HRANJENJE+INCIDENTIMA.html>

Izveštaj o mogućem uticaju institucija javnog sektora na medije kroz plaćanje usluga oglašavanja i marketinga, URL: <http://www.antikorupcija-savet.gov.rs/Storage/Global/Documents/izvestaji/Izvestaj%20o%20medijima%20konacna%20verzija.pdf>

Konkursno finansiranje medija, URL: <http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2015/04/KONKURSNO-FINANSIRANJE-MEDIJA1.pdf>, pristupljeno 3. septembra 2017.

Media Development Indicators: A framework for assessing media development, URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163102e.pdf>

Media Ownership Monitor – Serbia, URL: <https://www.mom-rsf.org>

Media Pluralism Monitor 2014: The Simplification Strategy, <http://monitor.cmpf.eui.eu/simplification/>

Media Policy and policy making, URL: http://www.le.ac.uk/oerresources/media/ms7501/mod2unit11/page_10.htm

Media Sustainability Index – IREX, URL: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2017-serbia.pdf>

Mediji pod opsadom, Peščanik 06.01.2017, URL: <http://pescanik.net/mediji-pod-opsadom/>

Meka cenzura: promene u medijskom sektoru – sa goreg na lošije, URL: http://birnsrbija.rs/wp-content/uploads/2016/02/izvestaj_meka_cenzura_final.pdf

Preporuke konferencije “U susret savremenoj Medijskoj politici u Srbiji”, održana 17. i 18. novembra 2016. godine u Beogradu, u organizaciji Misije OEBS-a u Srbiji

Pun kufer marketinga, Peščanik 27.12.2015, URL: <http://pescanik.net/pun-kufer-marketinga/>

The concept of pluralism: media diversity, <http://www.mediamonitor.nl/english/the-concept-of-pluralism-media-diversity/>

World Press Freedom Index, URL: <http://rsf.org/en/serbia>

UDK: 141.78:316.774

INKLUZIJA POSTMODERNIZMA U NOVE MEDIJE

INCLUSION OF POSTMODERNISM IN NEW MEDIA

dr MARIJA JANKOVIĆ, docent

Univerzitet Mediteran, Fakultet za poslovne studije

dr RADMILA JANIČIĆ, redovni profesor

Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka

mr SLOBODAN ĐAKONOVIĆ, saradnik u nastavi

Fakultet za poslovnu ekonomiju Bar

Apstrakt: Rad predstavlja teorijski i praktični okvir mogućnosti inkluzije postmodernizma u nove medije. Kroz istorijski pristup analiziran je odnos postmodernizma i novih trendova razvoja medija. Osnovno polazište rada je da postmodernizam može biti čvrsta platforma razvoja novih medija, kao i da ne bi trebalo da postoji odustajanje od postmodernističkog pristupa novim medijima. Takođe, rad naglašava, da postmodernizam ima uticaj, kako na razvoj novih medija, tako i na sadržaj koji novi mediji nude. U mogućnostima inkluzije, a ne sučeljavanja, pojavljuje se šansa da mlade generacije spoznaju istorijske, sociološke, kulturne tokove u svoj punoći. Kreatori u medijima bi trebalo da nađu načine da postmodernizam bude oslonac novim pravcima razvoja društvenih tokova. Promjena je stalna, novi mediji nisu prijetnja, nego šansa, a postmodernizam je platforma jasnog razvoja i integracije medija u cilju što boljeg povezivanja mišljenja, generacija i čuvanja istorijske i kulturne ostaoštine za buduće generacije. Kroz komparativnu analizu postmodernističkih online stranica, koje su se uspješno uključile u moderne tokove, u radu će biti potvrđena ideja inkluzije postmodernizma u novim medijima. U radu će biti predstavljena i fokus grupa, koja obrađuje temu načina inkluzije postmodernizma u nove medijske tokove.

Ključne reči: *Postmodernizam, moderni mediji, inkluzija, sinergija, medijske komunikacije*

Abstract: *Paper present theoretical and practical platform for inclusion of postmodernism in modern media communications. Through historical approach, paper analyzes relationship between postmodernism and new development trends of new media. Key hypothesis of paper is that postmodernism could be strong platform for development of new media, as well as, that postmodernism could be approach in new media. Paper emphasize that postmodernism has impact on development of new media and content of new media.*

Inclusion of postmodernism in new media is opportunity and chance for new generations to introduce historical, cultural stories in new ways. Creators of new media have to find ways of inclusion postmodernism in new age media, as platform for development of social communications. Conclusion of paper is that changes are continuing, so new media are chance for inclusion of postmodernism in new media, new storytelling, in order to connect thoughts of people, and in order to save historical, cultural treasure for new generations. Through comparative analyzes postmodern online sites, which have successfully included and impacted on modern new media, as example and promise that postmodernism could be include in modern media. In paper will be present research, through focus group, about inclusion of postmodernism u new, modern media.

Key words: *Postmodernism, Modern Media, Inclusion, Synergy, Media Communications*

1. Uvod

Medijska kultura je istovremeno i kultura visoke tehnologije, koja primjenjuje najsavremenija tehnološka dostignuća. Ona predstavlja važnu oblast ekonomije, jedan od najprofitabilnijih njenih segmenata, i to onaj koji dobija sve više globalni značaj. Medijska kultura tako predstavlja oblik tehno kulture, koja spaja kulturu i tehnologiju u nove oblike konfiguracije, stvarajući nove tipove društva u kojima mediji i tehnologija postaju organizacioni principi.¹ U

¹ Kelner, D., *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004.

radu su predstavljeni primjeri primjene modernih medija u kulturi, umjetnosti, medijima, književnosti i filozofiji, u cilju analize inkluzije postmodernizma u moderne medije.

Istražujući literaturu, interesantno je da se postmoderna i informacione tehnologije kod različitih teoretičara nalaze u međuodnosu na tri načina: pozitivnom, negativnom i kritičkom. Negativan stav, ističu teoretičari koji postmodernu vide kao neokonzervativizam, dok je, s druge strane, pozitivan stav zasnovan na mogućnostima univerzalne komunikacije između ljudi, kultura, tradicija i umjetničkih vrijednosti. Kritičko preispitivanje odnosa postmoderne i tehnologije karakteriše stanovište da savremene komunikacione inovacije stvaraju privid kulturnih pojava, reflektujući samo odraz tehnoloških promjena, bez kritičkih potencijala.² U radu su zastupljena sva tri pristupa. Sa pozitivnog aspekta, teoretičari ističu da je postmodernistička književnost, uz korišćenje i adaptaciju već postojećih literarnih modela, usmjerena na razvoj postmodernističke poetike i njeno unaprijeđivanje. Problem forme je jedan od glavnih problema estetike stvaralaštva u novim vremenima i upravo u toj sferi koncentrisane su dominantne osobine postmodernističke umjetnosti. Principijelno novi prilaz tom problemu čini književno iskustvo pisaca postmodernista veoma zanimljivim za teoriju književnosti.³ U radu su navedeni primjeri dobre inkluzije književnosti i filozofije u moderne medije.

2. Komparativna analiza inkluzije postmodernizma u moderne medije

Osnovna hipoteza rada je da je neophodno uključiti postmodernizam u moderne medije. Kroz istoriju je poznato da uzimanje ideja, stavova, pravaca, koncepata u nauci, filozofiji i umjetnosti korisni, inspirativno za budućnost, kao i da predstavlja pokretačku snagu. Naglašava se da bi trebalo postmodernističke pravce održati cjelovite i kompaktne, ali da inkluzija postmodernizma u moderne medije može doprinijeti saznajnom procesu, održavanju cjelovitosti koncepta postmodernizma, kao i očuvanju istorijske, kulturne i civilizacijske baštine. Održavanje cjelovitosti postmodernizma je zahtjevno i odgovorno. Inkluzija postmodernizma u moderne medije zahtijeva pažnju, poštovanje, očuvanje, pristup čiste inkluzije, bez neokrnjenosti cjelovitog pristupa. Prava inkluzija se događa kada je namjera da se moderni mediji obogate istorijskim

² Velš, V., *Naša postmoderna moderna*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, 2000.

³ Tatarenko, A., *Poetika forme u prozi srpskog postmodernizma*, Služeni glasnik, Beograd, 2013.

nasleđem, kao i da se očuva tradicija postmodernizma. Pravi pristup inkluziji postmodernizma u nove medije, zasnovan je na poštovanju vrijednosti kulture, istorije i tradicije. U tom pravcu potrebno je organizovati timove koji bi bili zaduženi za zaštitu vrijednosti kulturne i istorijske tradicije, koja su uključuje u moderne medije. Na osnovu urađene komparativne analize i fokus grupe, preovladava mišljenje da je inkluzija postmodernizma u moderne medije korisna i da spaja prošlost i budućnost, da unapređuje stvaranje kompaktnosti između generacija, stvara inspiraciju za dalje kulturne tokove.

Kao primjer dobre inkluzije postmodernizma, modernih tokova u kulturi i modernih medija navodi se primjer galerije *Louvre* koja je jedan od najvećih i najpoznatijih muzeja na svijetu, smještena na obali Sene u Parizu, i u kojoj je izloženo 35.000 predmeta iz perioda od praistorije do 19. vijeka. Ukupan broj predmeta koji pripadaju muzeju je 380.000. *Louvre* je najposjećeniji muzej u svijetu, koga radnim danima u prosjeku posjeti 15.000 turista na dan, od čega su 65% strani turisti. Muzej *Louvre* se nalazi u Palati *Louvre*, koja je započeta izgradnjom tvrđave u kasnom 12. vijeku, u vrijeme vladavine Filipa II. Ostaci tvrđave su vidljivi u podrumu muzeja, a vremenom je proširena na 60.600 m². Godine 1682. Luj XIV je odabrao dvorac u Versaju, kao svoju rezidenciju, dok je *Louvre* ostao mjesto gdje je bila izložena kraljevska kolekcija umjetničkih predmeta. Od 1692. godine, tu je smještena zbirka antičkih skulptura, a iste godine u muzeju je počela da radi Kraljevska akademija slikarstva i skulpture. Za vrijeme Francuske revolucije Nacionalna skupština Francuske je 1791. godine odredila da Palata *Louvre* bude muzej u kome će se izlagati nacionalna remek djela. Muzej je otvoren 10. Avgusta 1793. godine, kada je izloženo 537 slika, od kojih je većina pripadala konfiskovanoj kraljevskoj i crkvenoj imovini. Tokom godina kolekcije su se uvećavale, tako od 2008. godine, kolekcije su podijeljene u nekoliko kustoskih odeljenja: egipatske starine, bliskoistočne starine, grčke, rimske starine, islamska umjetnost, skulptura, dekorativne umjetnosti, slikarstvo, grafike i crteži.⁴

Sve ove informacije, nekada smo mogli pročitati u Enciklopediji, kao najvećem izvoru informacija, ali je moderna informaciona revolucija približila informacije putem Interneta, pa danas ove informacije mogu se pročitati na Wikipediji,⁵ zvaničnom portalu muzeja *Louvre*,⁶ kao i na profilima muzeja *Lou-*

⁴ Enciklopedija

⁵ <https://sh.wikipedia.org/wiki/Louvre>

⁶ <http://www.louvre.fr/>

vre na društvenim mrežama Facebook,⁷ Twitter,⁸ Instagram.⁹ Profesionalni timovi vode stranice profila muzeja *Louvre* na društvenim mrežama, u cilju približavanja kulturnih, umjetničkih i istorijskih vrijednosti ciljnim javnostima, a posebno mladim ljudima. Muzej *Louvre* se, na ovaj način, uključio u moderne medijske tokove, čuvajući svoju tradiciju. Sada ciljne javnosti mogu da posjete muzej *Louvre* putem virtuelne platforme, da napišu komentar, da razgovaraju o umjetnosti i kulturi na stranicama posvećenim diskusijama, da imaju saznavni proces, da prisustvuju predavanjima u muzeju, da posjete određeno odjeljenje, da čuju mišljenje stručnjaka, da budu inspirisani djelima svjetskih slikara i vajara. Danas je muzej *Louvre* otvoren za sve ljude koji su željni umjetnosti, putovanja kroz istoriju i samosaznanja. Mišljenje studenata, kustosa muzeja i menadžera koji rade u kulturnim institucijama, a koji su učestvovali u fokus grupi je da je *Louvre* jedan od najboljih primjera inkluzije postmodernizma u moderne medije, kao i modernih medija u postmodernizam. Tradicionalniji učesnici fokus grupe istakli su da ništa ne može da zamijeni posjetu muzeju *Louvre*, dok su mlade generacije naglasile da u vrijeme ekonomske krize svaki saznavni proces je za njih dragocjen.

Galerije *Tate Modern*¹⁰ u Londonu koja spaja modernu i tradicionalnu umjetnost je najbolji primjer povezanosti tradicionalnih i modernih generacija, kao i mogućnosti da nekoliko generacija bude na istom mjestu, da zajedno uživaju u umjetnosti, kao i da ne postoji granica između postmodernih i modernih medija. U galeriji *Tate Modern* granice ne postoje i sve je stopljeno u jedinstvenu simfoniju. Posjeta muzeju *Tate Modern* je vječna uspomena i uvijek budi želju da se posjetioci vrata u njen prostor. Osjećaj bezvremenskih razlika je neprocjenjiv, osjećaj tradicionalne umjetnosti u novom ruhu je zadivljujući. Mlade generacije danas u muzeju *Tate Modern* zagledane su u interaktivnu sliku čovjeka koji trči po pijesku, kao personifikaciji modernog razmišljanja, stvaralačkog procesa, promjenljivosti životnih tokova. Učesnici fokus grupe o inkluziji postmodernizma u moderne medije, koji su bili u prilici da posjete galeriju *Tate Modern* naveli su da je galerija mjesto okupljanja ljudi savremenih misli, koji sagledavaju prostor, umjetnost i kulturu na novi, integrisani način. Istakli su da je za njih koncept instalacije, kao vida umjetnosti bio inspirativan

⁷ <https://www.facebook.com/pages/Louvre>

⁸ <https://twitter.com/MuseeLouvre>

⁹ #museedulouvre or #louvre

¹⁰ <http://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>

i interaktivan. Galerija ima zvaničnu Internet stranicu, kao i profile na društvenim mrežama Facebook,¹¹ Twitter,¹² Instagram, koje vodi tim stručnjaka. Prednost posjete muzeju *Tate Modern* putem društvenih mreža predstavlja mogućnost razmjene mišljenja o umjetničkim postavkama, razgovor o umjetnosti, kulturi, knjigama, što doprinosi razvoju moderne umjetnosti. Mišljenje učesnika u fokus grupi je da je galerija *Tate Modern* najmoderniji i najinspirativniji prostor koji su posjetili. Koncept galerije čini inkluziju postmodernizma u modernizam jednostavnom i svjedoči o prihvatanju modernih tokova.

Istorijski primjer *Ludističkog pokreta*,¹³ koji je, takođe, povezan sa Londonom, potvrđuje stav da se moderni tokovi budućnost moraju prihvatati i oblikovati. *Ludistički pokret*, dobio je ime po vođi ovog pokreta *Nedu Luddu*. Luditi su nove mašine, koje su se uvele u fabričku proizvodnju smatrali krivcima za masovnu nezaposlenost, koja je nastajala za vrijeme i nakon prve industrijske revolucije. Masovno su se borili protiv kapitalističkih preduzetnika, tako da su od 1811. do 1816. godine uništavali mašine, rušili fabričke zgrade i podmetali požare u skladištima. Ova istorijska događanja u Engleskoj govore o borbi radničke klase protiv sistemskog uređenja, kao i o ne prihvatanju novih tokova, ne prihvatanju prekvalifikacije radne snage ka novim zanimanjima, jer nove mašine i novi proizvodni procesi su zahtijevali prekvalifikaciju radnika, modernizaciju procesa rada. Ovaj primjer govori o neprevaziđenom sučeljavanju klasa, o ne prihvatanju promjena, o stalnoj potrebi za novim procesima rada, o neophodnosti inkluzije postmodernog i modernog.

U oblasti umjetnosti zanimljiv je primjer muzeja u Atini, *Museum of Cycladic Art*,¹⁴ koji posjeduje interaktivne ekrane, gde posjetioci mogu da pogledaju dokumentarne filmove o arheološkim istraživanjima u antičkog Grčkoj, kao i o procesu restauracije skulptura. U muzeju su na raspolaganju interaktivne, medijske, igre za djecu, gdje mogu da nauče o grčkog tradiciji, istoriji, kulturi i umjetnosti. Ovaj muzej posjeduje potpunu inkluziju postmodernog i modernog. Sam grad Atina čuva tradiciju i velelepnu istorijsku baštinu. Stručnjaci iz oblasti sociologije, filozofije, kao i marketinga vode stranice ovog grada na društvenim mrežama, u cilju približavanja grčke istorije, tradicije, kulture i umetnosti ciljnim javnostima. Na društvenoj mreži Facebook po-

¹¹ <https://www.facebook.com/pages/Tate-Modern>

¹² <https://twitter.com/Tate>

¹³ https://hr.wikipedia.org/wiki/Radni%C4%8Dki_pokreti

¹⁴ <https://www.cycladic.gr/>

stavljen je zvanični profil grada Atine.¹⁵ U smislu povezivanja postmodernizma i modernih tokova, zanimljivo je da javna uprava grada Atine nije podržala prijedlog organizovanja modne revije kompanije Chanel na Akropolju, smatrajući da bi to bilo skrnavljenje istorijskih vrijednosti. Po mišljenju mnogobrojne ciljane javnosti, odluka je ispravna, uz obrazloženje da bi sticanje profita, putem povezivanja promocije sa istorijskim vrijednostima bilo skrnavljenje. Ovaj događaj ukazuje da postoje granice povezivanja tradicije sa modernim tokovima, a te granice su zasnovane na zaštiti istorijskih vrijednosti, zaštiti ljudskih prava, na etičkim i moralnim aspektima. Granice povezivanja tradicije i modernih tokova postoje i potrebno ih je čuvati.

U oblasti obrazovanja već dugo postoji interaktivnost tradicionalnih i modernih koncepata edukacije. Svi vodeći fakulteti u svijetu imaju zvanične stranice, kao i potpunu interaktivnost na društvenim mrežama. U ovom slučaju značaj je uticaj medija *YouTube*, gde je moguće biti prisutan na predavanjima putem platformi za edukaciju na daljinu. Time su otvorena vrata modernom obrazovanju. Univerziteti, kao što su *Columbia University*,¹⁶ *Harvard University*,¹⁷ *Bocconi University*,¹⁸ imaju platforme za interaktivnu nastavu na daljinu, kao i širok spektar mogućnosti edukacije. Inkluzija modernog i tradicionalnog nigdje nije tako izražena kao u edukaciji.

U oblasti emitovanja vijesti, vodeće televizijske kuće, kao što su *CNN*¹⁹ i *BBC*,²⁰ povezale su se sa novim medijskim tokovima, predstavljajući svoj sadržaj na svim društvenim mrežama, kao i kreirajući aplikacije za mobilne telefone. Časopisi, kao što su *The Guardian*, *The New York Times*, *Vogue*, *Elle*, *Marie Claire*, imaju, takođe, profile na svim društvenim mrežama, kao i aplikacije za mobilne telefone. Ovakav vid medijskog predstavljanja pruža mogućnost komunikacije sa ciljnim javnostima, koja je spremna da komentariše događaje, izražava stavove i time se otvara prostor za interaktivnost medija, kao nove dimenzije medijske komunikacije. U razvoju su medijski portali, koji se bave specifičnim temama, kao što je sport, moda, životni stil. Portal namijenjen samo sportskim vijestima *Sport Klub* ima čitav spektar vijesti, informacija,

¹⁵ <https://www.facebook.com/places/Things-to-do-in-Athens-Greece/115504291797975/>

¹⁶ <http://www.columbia.edu/>

¹⁷ <http://www.harvard.edu/>

¹⁸ <https://www.unibocconi.eu/>

¹⁹ <https://twitter.com/CNN>

²⁰ <https://twitter.com/BBCBreaking>

blogova na sportske teme, kao i televiziju koja emituje sportski program, a posjeduju profile na svim društvenim mrežama. U ovom polju mediji idu i dalje, tako se na YouTube kanalima otvaraju personalizovane televizije, poput OWN, Vice, Lilou Television. I u radijskom prostoru, većina radio stanica posjeduje profile na društvenim mrežama, kao i aplikacije za mobilne telefone. Sada slušaoci imaju potpunu interaktivnost sa voljenim radio stanicama, kreirajući tematski i muzički sadržaj. U filmu *La La Land*, jedna od sporednih tema je da li klasični jazz može biti adaptiran u moderne zvuke, kako bi se približio publici. Kao zaključak u filmu navodi se da bi klasični jazz trebalo sačuvati u izvornom obliku, ali je njegovo predstavljanje u modernom obliku dobro za približavanje mladim generacijama. U oblasti medija, brzina povezivanja tradicionalnog i modernog je najizraženija. Granice između tradicionalnih i modernih medija ne postoje, tu je inkluzija najvidljivija.

Razvoj tehnologije donijeće unaprijeđenje inkluzije između modernih i tradicionalnih medija i u toj oblasti će biti prvi vidljivi znaci modernizacije medija. Ne postoji novi trend koji mediji nisu ispratili, a razvoj tehnologije ih u tome podržava.

Jedna od najljepših ishoda inkluzije tradicionalnih i modernih medija je dostupnost književnih i filozofskih sadržaja, posebno za mlade generacije, koje mogu da interaktivno komuniciraju sa drugim istomišljenicima, da razgovaraju o sadržajima književnih djela, kao i filozofskim pravcima. Na taj način mlade generacije razmišljaju i daju novi pečat filozofskim razmišljanjima. Na jednom od Twitter razgovora diskutuje se o Rainer Maria Rilkeovoj "Poe-mi za mlade pjesnike", u kojoj se naglašava da neka istorijska i životna pitanja ostaju zauvek neodgovorena. Na istom forumu se diskutuje i o rečenici Martin Luther Kinga "da je edukacija najsnažnije oružje koje može promeniti svijet". Ovdje inkluzija postmodernizma i modernih medija stvara čistu inspiraciju.

3. Zaključak

Teorijska analiza, komparativne analiza primjera, kao i urađena fokus grupe na temu inkluzije postmodernizma u moderne medije, ukazuje da je inkluzija neophodna, da zahtijeva podršku i povećanje društvene svijesti, kao i odgovarajuće platforme za razvoj novih medijskih sadržaja. Rad naglašava, da postmodernizam ima uticaj, kako na razvoj novih medija, tako i na sadržaj koji novi mediji nude.

U mogućnostima inkluzije, a ne sučeljavanja, pojavljuje se šansa da mlade generacije spoznaju istorijske, sociološke, kulturne tokove u svoj puno-

ći. Kreatori u medijima bi trebalo da nađu načine da postmodernizam bude oslonac novim pravcima razvoja društvenih tokova. Promjena je stalna, novi mediji nisu prijetnja, nego šansa, a postmodernizam je platforma jasnog razvoja i integracije medija u cilju što boljeg povezivanja mišljenja, generacija i čuvanja istorijske i kulturne ostavštine za buduće generacije.

Zaključeno je da koncepti savremenih galerija čine inkluziju postmodernizma u modernizam, i obrnuto, jednostavnom i svjedoče o prihvatanju modernih tokova.ž

U radu je naglašeno da postoje granice povezivanja tradicije sa modernim tokovima, a te granice su zasnovane na zaštiti istorijskih vrijednosti, zaštiti ljudskih prava, na etičkim i moralnim aspektima. Posebno je istaknuto da granice povezivanja tradicije i modernih tokova postoje i potrebno ih je čuvati. Rad ističe da inkluzija modernog i tradicionalnog nigde nije tako izražena kao u edukaciji. Posebno je naglašeno da je u oblasti medija, brzina povezivanja tradicionalnog i modernog najizraženija, kao i da u medijskom prostoru granice između tradicionalnih i modernih medija ne postoje, da je tu inkluzija najvidljivija.

Literatura

Denegri, J. (2016), *Posleratni modernizam neoavangarde – postmodernizam*, Službeni glasnik, Beograd.

Denegri, J. (2012), *Modernizam – avangarda*, Službeni glasnik, Beograd.

Epštajn, M. (1998), *Postmodernizam*, Book World, Beograd.

Kelner, D. (2004), *Medijska kultura*, Clio, Beograd.

Malpas, S. (2005), *The Postmodern*, Rotledge, London.

Tatarenko, A. (2013), *Poetika forme u prozi srpskog postmodernizma*, Službeni glasnik, Beograd.

Džejmson, F. (1995), *Postmodernizam u kasnom kapitalizmu*, Art press, Beograd.

Velš, V. (2000), *Naša postmoderna moderna*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci.

Internet izvori

<https://sh.wikipedia.org/wiki/Louvre>

<http://www.louvre.fr/>

<https://www.facebook.com/pages/Louvre>

<https://twitter.com/MuseeLouvre>

<http://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>
<https://www.facebook.com/pages/Tate-Modern>
<https://twitter.com/Tate>
https://hr.wikipedia.org/wiki/Radni%C4%8Dki_pokreti
<https://www.cycladic.gr/>
[https://www.facebook.com/places/Things-to-do-in-Athens-Greece/
115504291797975/](https://www.facebook.com/places/Things-to-do-in-Athens-Greece/115504291797975/)
<http://www.columbia.edu/>
<http://www.harvard.edu/>
<https://www.unibocconi.eu/>
<https://twitter.com/CNN>
<https://twitter.com/BBCBreaking>

UVERLJIVOST RADIJA V.S. UVERLJIVOST TELEVIZIJE

THE CONVINCIBILITY OF RADIO V.S. THE CONVINCIBILITY OF TV

JOVAN BUKOVALA,

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu

NINOSLAV SPASIĆ

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu

Apstrakt: *Nalazimo se na raskršću u kome je smisao za istovremeno i istovetno u svetu doživeo kulminaciju. Prešla se granica obrta u prihvatanju svega što se nudi. Postalo je nemoguće ne asimilovati se u situacijama i okolnostima pod kojima živimo. Radio i televizija su, vršeći svoj uticaj na čovekov karakter i njegove aktivnosti, uspeli odavno da ono što su planirali i kako su planirali usmere ka najakceptabilnijem i najpasivnijem auditorijumu¹. Ukupnu realnost i ova dva medij(um)a sagledavamo kao pojave savremenosti i nezaobilaznih vrednosti svakodnevnog života, a pritom ne sagledavamo sopstvene sposobnosti: kritičku selekciju, receptivnost i odbijanje, jer smo ubeđeni da činimo ispravno, te, umesto da smo privrženi, mi smo, naprotiv, pasivni, pa umesto da nas privlače, u nama oni izazivaju opsesije². Stoga su u sintezu ovog rada utkane, između ostalog, propagandne poruke Javne medijske ustanove Radio-televizija Srbije, i to, moto Radio Beograda „Zvuk vredi hiljadu slika“ i parola Televizije Beograd „Vaše pravo da znate sve“.*

Ključne reči: *Gledati, slušati, misliti, uverljivost, mediji masovnih komunikacija*

¹ Božović, Ratko, "Raskršća audiovizuelne culture", pogovor u: Kaznev, Žan, „Sociologija radio-televizije“, BIGZ, Beograd, 1976, 138.

² Ibid.

Abstract: *We are meeting with the crossways at which both the sense of contemporaneity and identity in the world reached the culmination. The limit of turn-point in accepting everything offered is exceeded. It became impossible not to be assimilated with the situations and circumstances under which we live. The radio and TV, having the influence on man's character and his activities, everything planned and how planned, succeeded long ago to aim to the most acceptant and the most passive auditorium. The entire reality and both these media are considered as aspects of contemporaneity and true values of daily life, but, at the same time, not considering our abilities: critical selection, receptivity or rejectivity, being convinced to act right, thus instead of being attached on the contrary we become passive, and instead of being affected, they provoke our obsessions. That's why some propaganda messages are, among others, included into the synthesis of Serbian Broadcasting Corporation, such as the motto of Radio Belgrade that "A sound equals to 1000 pictures", while the main slogan of TV Belgrade emphasizes "Your right to know everything".*

Key words: *Looking, Listening, Thinking, Convincibility, Mass-Media*

1. Uvod

*„On stvara...
društveno u ličnosti pojedinca i istovremeno
iznosi pred njega obeležje društvenog.“³*

Ovim rečima je Žorž Davi, govoreći o radiju rečnikom koji se, svakako, može primeniti i na televiziju, s pravom izneo stavku da su recipijenti (*gledaoci*, odnosno, *slušaoci*) aktivni učesnici u difuziji zvukova (*radio*) i slika (*televizija*) putem talasa, te se ova dva medija, koja su svojim delovanjem izvela revolucionarnu promenu u društvenom sistemu, neprestano upliću u život, pa je pojedinac tako prisiljen da upija ono što mu je „*servirano*“ na najneposredniji način, nadograđujući svoje čvrste veze sa grupom koja ga okružuje.

³ Govor na Međunarodnom kongresu o sociološkim aspektima muzike na radiju, CERT br. 3-4, 1955, 260.

Međutim, ova dva činioca izuzetno se razlikuju od drugih medija po tome što se svojim prodiranjem u domove tesno povezuju sa pojedincima, a sa druge strane, njihovo delovanje poseduje trenutni, ali i sveprisutni karakter.

Naime, mnogi participatori ne prave razliku između opšte specifičnosti radio-difuzije i televizije, te na taj način ova dva medija objedinjuju jednim zajedničkim imenom *radio-televizija*⁴. S tim u vezi, dolazi se do opravdanih nesuglasica sa lingvističkog aspekta, jer je publici najprihvatljiviji ovakav vid izraza, a pod karakterizacijom takvog termina u tom smislu, ne može se svrstati u istu rubriku. Budući da je ovaj pojam *najuverljiviji*, jer obuhvata smisao i značenje postojanja radija i televizije, dolazi se do problema, s jedne, i pristupa njima, s druge strane.

Tako se u radu i kritički razmatraju aspekti efekata dejstava ova dva medija na subjekte i objekte, društveni konteksti i njihovi okviri koji čine sredstva javnog informisanja i njihova (zlo)upotreba, potom uticaji i posledice u međusobnom odnosu radija i televizije, a, nadalje, moralne norme pri pravu na istinu.

2. Apolon V.S. Dionis

*„Sociologija radija i televizije se pokazuje,
pre svega, kao studija interakcije između,
s jedne strane, društva i skupova od kojih je sastavljeno i,
s druge strane, velikih tehnika komunikacije,
a posebno radija i televizije“⁵.*

Kako bi se upotpunila, ali i precizirala ova tvrdnja Žorža Fridmana, potrebno je navesti još jednu njegovu definiciju:

„U društvenim naukama svako prenošenje poruka između odašiljača, s jedne, i primaoca sa druge strane, je komunikacija, bilo da je odašiljač čovek ili neki dati mehanički uređaj.“⁶

Budući da se govori o radiju i televiziji, u pitanju su kolektivni odašiljači, odnosno, „masovne komunikacije“, koje sociolozi nazivaju *mass-media*.

Ostajući tako u teoriji, neophodno je osvrnuti se na ono što se može saznati ili predvideti, ali, prevashodno, na dejstva, u odnosu na pojedince, koja poseduju sprave za prenošenje zvukova i slika⁷.

⁴ Kaznev, Žan, „Sociologija radio-televizije“, BIGZ, Beograd, 1976, 6.

⁵ Friedmann, G, CERT br. 12, 1956, 316.

⁶ Friedmann, G, „Sociologija komunikacija“, CERT br. 5, 3.

Ponekad je dovoljno da se delovanje na čoveka odvija sasvim drukčije zahvaljujući razlikama koje zavise od činjenice dodavanja slike zvuku. Opšte je poznato da televizija zaokuplja pažnju mnogo više nego što to čini radio, koji se, na žalost, u današnje vreme sve više koristi zarad slušanja muzike. Međutim, slika vrši veći uticaj na memoriju, nego li zvuk. Ali, televizija zato favorizuje imaginaciju, zbog toga što je vizuelni efekat snažniji od drugih.

Posledice ovakvih uticaja ogledaju se u različitim psihičkim stanjima publike. Dok se radio obraća intimnom delu pojedinca koji svoju sliku stvara i razvija slobodno⁸, za to vreme se televizija okreće našoj ličnosti direktno, otržući nas pre od nas samih, pa, nije ni čudo što se pokatkad kaže da radio ima *apolonijski*⁹, a televizija *dionizijski*¹⁰ karakter.

Na svršetku, radio je, svakako, bliži knjizi, jer počiva na apstrakciji, a televizija ipak ostaje na konkretizaciji, jer ne prenosi svoju poruku putem pojma.

3. „Cilj opravdava sredstvo“

Pojavom i ekspanzijom televizije, radiju se stvorila eminentna konkurencija, te se broj slušalaca znatno redukovao. Pre tridesetak godina mnogi američki sociolozi smatrali su da je „*radio pojava u nestajanju*“, te su predlagali da treba da se prilagođava novoj situaciji, pa da se tako osmisli program „*za manjinu*“, čiji se sadržaj ne može naći u televizijskim emisijama, odnosno posvećen „*širokoj narodnoj masi*“. Međutim, uprkos svemu, iako radio može bolje prikazati mogućnost odabira kvalitetnog programa namenjenog „*posebnima*“, postaće žrtva nesumnjivo naglog razvoja televizije.

Pri difuziji poruke u kojoj auditorijum predstavlja „*masu*“, mora se voditi pažnja o svim njenim posledicama. Prvo, poruka koja se šalje odgovara nameri proizvođača programa. Drugo, poruka samo delimično utvrđuje delovanje. Stoga, mora se voditi računa o tome šta je očigledno, a šta latentno u sadržini emisije, ali, povrh svega, koji su sociološki, a koji psihološki uslovi njenog prijema. Mnogi koji su eksperimentisali, dokazali su da postoji šarolikost u mogućim odnosima emisije i prijema jednog istog skupa zvukova ili

⁷ Ibid.

⁸ Martinoli, Ana, „Transformacija radijskog auditorijuma kao posledica konvergencije tradicionalnog radija i interneta“, „Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti“ br. 17 (2010), 219-235.

⁹ Apolonijski princip afirmiše harmoniju i ravnotežu.

¹⁰ Dionizijski princip afirmiše životnu snagu.

slika. Od toga zavisi mentalitet, ali i psihološka komponenta u svakom od primalaca te poruke.

Studija slučaja: Na dvodnevnom seminaru „*Kako intervjuisati decu*“, u organizaciji Udruženja novinara Srbije (UNS), UNICEF-a i „*Media Wise...*“-a, održanom 12. i 13. septembra 2013. godine, a na kojem je prvi autor ovog rada učestvovao, detaljno se analizirao slučaj iz emisije „*Ključ*“ voditeljke Nataše Miljković, emitovane 2007. godine na RTS TVB1.

Naime, urednica ove poznate emisije dovela je u goste decu sa Kosova i Metohije. S obzirom na to da tema nije manipulisanje maloletnih lica ili propisi kojima je regulisan rad Republičke agencije za elektronske medije (REM)¹¹, treba se fokusirati na suze koje su ta deca pustila tokom emitovanja, jer je naslov emisije bio sadržan u životu iza bodljikave žice i u minskim poljima. Emisija je realizovana uživo, a nakon toga, javnost je bila podeljena. Na sesiji su neki od kolega iz UNS-a, u tome što je voditeljka težila da iz dece izvuče emocije i prikaže u medijima takvo duševno stanje u kojima se gosti nalaze, videli moralnu ili nemoralnu svrhovitost, neki su zauzeli cinički ili sažaljiv stav, dok je superiorni predstavnik REM-a bio u nedoumici da li da, sa jedne strane, saopšti da je to krivično delo, jer su u program dovedena maloletna lica kojima lice nije zamaskirano i nije načinjen neki drugi vid zaštite, ili, sa druge strane, shvati to kao svakodnevni prizor na koji je javno mnjenje naviklo. Zbog toga ovaj događaj predstavlja *boomerang delovanje*, jer je posledica suprotna voditeljkinjoj nameri koja se okreće protiv nje.

Činjenica nesumnjivo leži u predispoziciji publike, odnosno, u ovom slučaju, koleg(inic)ama novinar(ka/i)ma. S tim u vezi, prvenstveno se moraju razmatrati preovladavajuće jedinice referencije. Ako je jedinica pojedinac, problem je psihološke prirode. Ali, u realnosti, ovo proučavanje će se izolovati od drugih okvira referencije apstrakcijom.

S tog stanovišta, tradicionalna „psihologija naroda“ kulminira u osobenostima TV gledalaca, ali, i kolegama, koje jasno uslovljavaju njihovo ponašanje, da bi se pri *uveravanju*¹² kod svakog postigla široka difuzija shvatljivog sistema izražavanja.

¹¹ Tadašnji naziv ovog tela bio je Republička radio-difuzna agencija (RRA).

¹² Prole, Dragan, „Medijska konstrukcija stranog: Makluanova kritika Gutenbergovog doba i nada u audiovizuelne medije“, „Arhe: časopis za filozofiju“, God. 6, br. 11 (2009), 151-167.

4. „Omasovljavanje“

*„Ljudsko ponašanje mogu potpunije uobličavati emitovane poruke,
a pojedinci bivaju podvrgnuti procesu „omasovljavanja“,
začetom u uniformisanosti, koja je istovremeno masa, zajednica ili čak verska
zajednica¹³
... Ako razmotrimo zajednicu koju sačinjavaju radio i televizija,
uslovi ovog dejstva na čoveka bi se, štaviše,
mogli malo drukčije formulisati.“¹⁴*

Slike sadrže vrstu sugestivnosti koja je veća od zvuka, ali postoji zajedničko dejstvo koje čak može da preraste i u čulni premor, jer se ovde pretežno aktiviraju čula, a konačno, i u maniju, pa i do otupljivanja sposobnosti koncentracije, ali i slabljenja izvesnih psihičkih kontrola.

Omasovljavanje može da se pripiše, kako televiziji, tako i radiju, a psihički procesi su učestali u oba slučaja. Ti su, naravno: *identifikacija, projekcija i modifikacija odnosa sa stvarnošću*.¹⁵ Takvo sticanje uverljivosti se najefektivnije manifestuje kroz upotrebu novog sredstva difuzije - *sklonosti ka pasivnosti*.

Prenesena poruka putem talasa stavlja u ovom procesu subjekat pred objekat, a zamišljeno izbrisano „ja“ mora ponovo da se pojavi u dodiru sa „ne - ja“.

Nemoć radija da reprodukuje predmet u njegovom totalitetu evidentna je, jer pribegava ili reči, zahvaljujući kojoj ne može postići ništa više od svojevrsne književne tvorevine, ili se okreće „zvučnoj ilustraciji“, ali je to apel na maštu koja treba da rekonstruiše odsutnu sliku. Međutim, mikrofoni je nesposoban da uhvati konkretnu stvarnost, te od iluzije konkretnog stvara nadrealno! Uprkos tome, televizija ne kiti od mašte zvučne poruke, jer se, na žalost, ne obraća slepima.

S tim u vezi, istraživanja su pokazala da televizija čak i ne nastoji da precizno, „direktno“, ali, prvo, verodostojno reprodukuje događaje koji se upravo zbivaju.

„Jaz između televizijom prenesene informacije i konkretne stvarnosti udesetostručuje se kad se namerno pribegava trikovima.“¹⁶

¹³ Bukovala, Jovan, „Srpska Pravoslavna Crkva i mediji u Republici Srbiji“, „Teološki pogledi: verskonaučni časopis“, God. 48, br. 2 (2015), 351-362.

¹⁴ Kaznev, Žan, „Sociologija radio-televizije“, BIGZ, Beograd, 1976, 35-36.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Kaznev, Žan, „Sociologija radio-televizije“, BIGZ, Beograd, 1976, 41.

Najbolji mogući primer je živo emitovanje reality show-a *Farma* na televiziji PINK Reality, gde gledaoci imaju utisak¹⁷ da u trenutku kada posmatraju neku od scena (npr. psovanje među „farmerima”) zaista *gledaju tu sliku*. Ali, oni koji nisu upućeni, bilo iz prve ruke, ili putem drugih sredstava javnog informisanja, nisu ni svesni da je problem u autocenzuri, jer režija telediriguje šta će se pustiti u program nakon tačno dvadeset sekundi, koliko je potrebno da se do tančine pregleda okolnost. Razlog proizilazi iz toga što se dnevni pregled ovog šou-a emituje u večernjem terminu na televiziji sa nacionalnom frekvencijom PINK, a neprekidno na PINK Reality-ju, pa se tako odabiraju najzanimljiviji delovi koji se neće prikazati na Pink Reality-ju, već će bezbroj puta biti najavljeni u trejlerima na PINK-u, a onda emitovani u toj satnici.

Nesumnjivo je da radio i televizija pružaju širok diapazon, jer je moderan čovek u svakom trenutku u bilo kom kraju sveta i može da odabere šta će pratiti, gradeći na taj način „*predispozicije publike, sklonosti ka identifikaciji, iluzije stvarnosti, moć fikcije, i konačno, stvaranje sveta u kome su subjekat i objekat u posebnom odnosu.*”¹⁸

5. „*Audiat et altera pars*”¹⁹

Predmeti i uređaji su sredstva informisanja, nikako ljudi. Oni su „*instrumenti prisustvovanja*”. Međutim, svojom hitrinom i nekontrolisanošću, radio i televizija ne mogu da nadoknade u potpunosti ono što javnosti pružaju štampani mediji. Među njima je rat besmislen, dok je relativna konkurencija i te kako korisna.²⁰

Televizijski snimak može „*govoriti*” umesto novinara, verodostojno svedočiti, ali i stvoriti gledaocima osećanje da su neposredni svedoci, tj. da budu uvereni u to zahvaljujući materijalu koji im se pruža da samostalno komentarišu. No, slika i zvuk mogu biti neopisivo iskušenje, kako za savest novinara, tako i za funkciju televizijskog novinarstva.

Ukoliko se autentična istina koja je zakasnila prilagodi, onda ona postaje laž i gubi svoju pravu vrednost, jer se poremećuje redosled saznavanja, pa

¹⁷ Preciznije bi bilo okarakterisati ih da su uvereni, jer im je pažnja zaokupljena programom. (prim aut)

¹⁸ Kaznev, Žan, „Sociologija radio-televizije”, BIGZ, Beograd, 1976, 43.

¹⁹ „Saslušajmo i drugu stranu” (prim. prev)

²⁰ Đuričić, Predrag M, „Novinarstvo: filozofija, moral, zanat”, Laris - Terra magica, Beograd, 1990, 56.

i viđenja događaja, jer nakon toga se ne može izgraditi uverljivo mišljenje i zauzimanje stava prema određenim pojavama.²¹ Razlog se ogleda u tome što kamera „hvata“ detalje, a na novinaru je da svojom sposobnošću i savešću ver-
no prenese stvarnost snimljenih detalja, pa su tako „rečiti“ snimci najjače oru-
žje u lažnom prikazivanju postupaka „atmosfera“.

„Specijalni prenosi i živi nastupi voditelja mogu snažno da utiču na zadržavanje publike, jer vernim slušaocima pružaju priliku da se poistovete sa stanicom.“²²

Bez obzira na sve, upečatljive medije zadužilo je društvo, koje im je podarilo slobodu da uočavaju, prate i komentarišu događaje, šaljući poruku bilo slikom, bilo zvukom.

„Mediji se povezuju s društvom, zahvaljujući međusobnom prožimanju medijskog sadržaja i životne realnosti. Često materijal s društvenih margina friziraju, pa potom prezentuju, čineći ga prihvatljivim i dostupnim glavnom toku. Mediji nemaju slobodu da stvaraju nepostojeće društvene vrednosti, iako mogu uticati na način na koji će se društvene vrednosti iskazivati. Dok tragaju za mogućnošću monopolisanja tržišnih segmenata, mediji imaju slobodu da podilaze posebnim interesima, a, u krajnjoj liniji, i predrasudama. Međusobno prožimanje stvarnosti i medijske reprezentacije je problematično, pogotovo u slučajevima nasilja i pornografije.“²³

6. Televizija na radiju i radio na televiziji

*„Mnoge radio-stanice prikazuju televizijske spotove
uz pomoć animacije, grafike i laserskog dizajna
da bi naglasile „izgled“ i „teksturu“ svog zvuka.
Druge, pak, promovišu voditelje
u kampanjama tipa „Lice koje odgovara glasu“.“²⁴*

Radio je najpogodniji medij za dodatnu promociju televizijskih stanica, pogotovo ukoliko se epizodno oglašavaju. Televiziji najviše materijalnih sredstava dolazi zahvaljujući tome što se promovišu emisije koje su pre vesti, pa se na taj način i publika može uključiti u program.

²¹ Ibid.

²² Tajler Istman, Suzan; Ferguson, Daglas A; Klajn Robert A, „Promocija i marketing elektronskih medija“, Clio, Beograd, 2004, 93.

²³ Lorimer, Roland, „Masovne komunikacije: komparativni uvod“, Clio, Beograd, 1998, 312.

²⁴ Tajler Istman, Suzan; Ferguson, Daglas A; Klajn Robert A, „Promocija i marketing elektronskih medija“, Clio, Beograd, 2004, 23.

Kao što se radio smatra najboljom solucijom za reklamiranje televizije, tako se i televizija smatra za najefektniji medij zarad marketinga radija.

Iako je vreme na televiziji skupo, radio-stanice se bore za pažnju slušalaca, tako što svoje poruke usmeravaju i putem televizije, kombinujući kreativnost, vrhunsku televizijsku produkciju i, naravno, enormne finansijske mogućnosti, pa slušaoci ujedno postaju i gledaoci.

Kako bi se ovakva prepreka izbegla, prave se zajednički spotovi za specifične radio-formate, jer se oni mogu zaista dosta povoljno prilagoditi izmenom identifikatora.²⁵

Stoga, publika²⁶ ima dvostruku ulogu: slušaoca i gledaoca, pa, tako, uverena u ono što zapaža svojim sluhom, manifestuje kroz konstruisanje slike.

7. Zaključak

Ako bi se ikako moglo predvideti dugotrajno dejstvo radija i televizije na evoluciju ljudskog društva u sistemu, neophodno je voditi se dvema suprotnim težnjama.

Jedna od njih sadrži brojne razloge da se u takvim vrstama difuzije uoči izuzetan *faktor* zbližavanja među društvom, *sredstvo* radi proširivanja interkulturalizma, *činilac* koordinacije koji na sve moguće načine osavremenjuje čoveka i *element* sveopšteg učestovanja u fundamentalnim vrednostima civilizacije.²⁷

Druga pak teži napomeni da pseudokultura pretila istinitoj kulturi, da se urušava sistem moralnih vrednosti, jer se ličnost odriče u korist mase, pa se zatupljuje i zaglupljuje u maniji, ali, evidentno je da i radio i televizija imaju same po sebi odlučujuće transformacije ka jednom ili drugom pravcu. Da je njihova uloga skromnija, najbolje potvrđuju Kordijeove reči :

*„Oni su odraz našeg vremena i, kao sve moderne tehnike, moraju biti kontrolisani i ukroćeni. Sociološko saznanje će nesumnjivo pomoći da se shvate njihove mogućnosti i da se njihova delovanja usmere - pre nego što bude prekasno.“*²⁸

²⁵ Ibid.

²⁶ Martinoli, Ana, „Konvergenција i digitalizacija medija - nove uloge publike i medija“, „Medijski dijalozi“ - God. 4, br. 9 (2011), 71-90.

²⁷ Kaznev, Žan, „Sociologija radio-televizije“, BIGZ, Beograd, 1976, 123.

²⁸ Ibid.

Literatura

Bukovala, J. (2015), „Srpska Pravoslavna Crkva i mediji u Republici Srbiji”, *Teološki pogledi: verskonaučni časopis*, br. 48.

Đuričić, P. M. (1990), *Novinarstvo: Filozofija, moral, zanat*, Laris - Terra magica, Beograd.

Friedmann, G. (1954), “Sociologija komunikacija”, *CERT* br. 5

Kaznev, Ž. (1976), *Sociologija radio-televizije*, BIGZ, Beograd, 1976.

Lorimer, R. (1998), *Masovne komunikacije*, CLIO, Beograd.

Martinoli, A. (2010), „Transformacija radijskog auditorijuma kao posledica konvergencije tradicionalnog radija i interneta”, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, br. 17.

Martinoli, A. (2011), „Konvergencija i digitalizacija medija - nove uloge publike i medija”, *Medijski dijalozi* br. 9.

Prole, D. (2009), „Medijska konstrukcija stranog: Makluanova kritika Gutenbergovog doba i nada u audiovizuelne medije”, *Arhe: časopis za filozofiju*, br. 12.

Tajler I. S., Ferguson, D. A., Klajn, R. A. (2004), *Promocija i makreting elektronskih medija*, CLIO, Beograd.

SAVREMENI MEDIJI: IZAZOV I OBAVEZA

MODERN MEDIA: A CHALLENGE AND AN OBLIGATION

dr LJILJANA JOVANOVIĆ
Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: *Demokratija i ljudska prava danas predstavljaju temelj razumijevanja, tolerancije i mira u svijetu. Sloboda izražavanja, kao dio širokog spektra ljudskih prava, na jednakim osnovama zagarantovana je nacionalnim i međunarodnim pravnim instrumentima. Izražavanje sopstvenih misli i ideja, između ostalog, predstavlja se u medijima, u najširem smislu, koji obuhvataju: oblast izdavaštva i štampanih medija, muzičku, TV, radio, filmsku i pozorišnu djelatnost, informacione i internet tehnologije, vizuelne i dizajnerske umjetnosti i t.d. Izazovi popularnosti, senzacionalizma ili neopravdanih tvrdnji, u interesu plasiranja medijskih sadržaja kao robe, često imaju prednost nad objektivnim sagledavanjem stvari. Sve ove oblasti djelovanja u velikoj mjeri oblikuju društvenu svijest i utiču na razvoj i kulturu određene društvene zajednice, pa je poseban profesionalni izazov, uspostaviti pravedan odnos između slobode izražavanja i poštovanja prava svakog pojedinca. U radu ćemo nastojati da analizom relevantnih izvora, doprinesemo objektivnom sagledavanju odnosa između poštovanja profesionalnih etičkih vrijednosti i savremenih izazova.*

Ključne riječi: *Mediji, ljudska prava, sloboda izražavanja, demokratija.*

Abstract: *Democracy and human rights are the basis of understanding, tolerance and peace in the world today. Freedom of expression on an equal basis, as a part of a wide spectrum of human rights is guaranteed by national and international legal instruments. Expressing of one's own thoughts and ideas, among others, is represented in the media, in the broadest sense, which include: publishing and print media, music, TV, radio, film and theater activities, information and internet technology, design and visual arts, etc. Challenges of popula-*

...rity, sensationalism or unjustified claims, in the interest of placing media content as a commodity, often take precedence over the objective looking at things. All of these areas of action largely shape the social awareness and influence the development of culture of a particular community, so it represents a special professional challenge to establish a fair balance between the freedom of expression and respect for the rights of every individual. This paper will try to analyze relevant sources, contribute to a fair consideration of the relationship between respect for professional ethical values and modern challenges.

Key words: Media, Human Rights, Freedom Of Expression, Democracy

1. Uvod

Savremena društvena zajednica temelji se na uzajamnom poštovanju ljudskih prava svih njenih građana. Izvor ljudskih prava je nastojanje da se obezbijedi zaštita dostojanstva svakog ljudskog bića, kao individue i člana određene društvene strukture. Ljudska prava štite urođene vrijednosti čovjeka, njegovo pravo na život, fizičku i duhovnu slobodu i integritet ličnosti. Pravna zaštita dostojanstva ne može u potpunosti obuhvatiti sve životne situacije za koje je propisano poštovanje ljudskih prava. Suptilni oblici povrede dostojanstva u različitim prilikama i okolnostima nisu uvijek podložni dokazivanju i sankcijama, a u suštini predstavljaju grubu povredu dostojanstva. Stoga, osim pravne zaštite, treba jačati sistem etičkih vrijednosti društvene zajednice zasnovan na poštovanju i svojih i prava svakog drugog pojedinca. Etika predstavlja suštinske vrijednosti, kao sto su: plemenitost, istinoljubivost, nesebičnost, dobronamernost, poštenje, velikodušnost, nepristrasnost, tolerantnost, pouzdanost, mudrost, samopoštovanje...

Društvo koje njeguje etičke vrijedosti manje je podložno postupcima povrede dostojanstva svojih građana, jer se pravednost odluka i postupaka nadležnih institucija bazira na uravnoteženom odnosu prava i etike. Država kroz svoje zakone treba da stvori uslove za poštovanje svih ljudskih prava i slobodno ispoljavanja ličnosti svakog pojedinca.

Društveni, kulturni i politički život svake zajednice oblikuje se u velikoj mjeri pod uticajem medija, u najširem značenju tog pojma, koji obuhvataju: oblast izdavaštva, štampanih medija, muzičku, TV, radio, filmsku i pozorišnu djelatnost, informacione i internet tehnologije, vizuelne i dizajnerske umjetnosti i s.l. Mediji su temelj kulture, obrazovanja, političkog identiteta društva pa

samim tim zauzimaju poseban značaj u svakom društvu. Mediji su utkani u svim strukturama društva: ekonomiji, politici, obrazovanju, kulturi, zabavi, t.j., u oblastima koje čine vitalni lični i građanski život svakog pojedinca.

U tom kontekstu, posebno se naglašava potreba objektivnih i nezavisnih, na činjenicama zasnovanih plasmana različitih medijskih sadržaja koji će doprinijeti pravednom formiranju javnog mnjenja i uticati na razvoj pozitivnih procesa u oblastima svoga djelovanja.

2. Nacionalna i međunarodna pravna regulativa medija

Regulisanje rada i djelovanja medija ostvaruje se kroz široki kontekst nacionalnih i međunarodnih propisa. Medijsko pravo, kao posebna pravna oblast, sastoji se od sistema pravnih normi koje regulišu rad savremenih medija i principe plasiranja i korišćenja informacija.

Saglasno članu 2 Zakona o medijima, Crna Gora: „Garantuje pravo na slobodno osnivanje i nesmetan rad medija zasnovan na: slobodi izražavanja mišljenja; slobodi istraživanja, prikupljanja, širenja, objavljivanja i primanja informacija; slobodnom pristupu svim izvorima informacija; zaštiti čovjekove ličnosti i dostojanstva i slobodnom protoku informacija”.

Naši propisi o medijima temelje se na ustavnim odredbama koje se odnose na zaštitu ljudskih prava. Za slobodno ispoljavanje sopstvenih ideja, stavova, mišljenja, poseban značaj se pridaje poštovanju prava na slobodu izražavanja.

Međunarodne konvencije su u centar svog interesovanja stavile čovjeka i njegovu potrebu da zaštiti svoju ličnost, kao prirodno i društveno biće. Poseban značaj za ispoljavanje ličnosti svakog pojedinca ima sloboda izražavanja i sloboda govora, garantovane međunarodnim propisima.

Najznačajniji ugovor u međunarodnom pravu, koji predstavlja osnov novog pristupa zaštiti ljudskih prava je Povelja Ujedinjenih nacija, usvojena 26. juna 1945. godine. Internacionalizacija ljudskih prava je dobila svoj instrument međunarodne zaštite.

„Odredbe Povelje Ujedinjenih nacija i implicitno priznavanje principa međunarodnog poštovanja ljudskih prava ustanovili su okvir za progresivni razvoj i kodifikaciju ljudskih prava.”¹

¹ Raija Hanski, Marku Suksi, Uvod u međunarodnu zaštitu ljudskih prava, Institut za ljudska prava, Beograd, 1999. str. 57.

U početnom periodu implementiranja principa Povelje, priznato je međunarodno poštovanje ljudskih prava i usvojeni institucionalni i proceduralni akti, kako bi se stvorili uslovi za delovanje Ujedinjenih nacija za zaštitu i unapređenje ljudskih prava. Implementiranjem i efikasnom primenom pravnih propisa država potpisnica, priznavanje ljudskih prava ispunjava svoju svrhu zaštite urođenog ljudskog dostojanstva.

Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima, koja je usvojena 10. decembra 1948. godine, kao skup sirokih principa postovanja ljudskih prava predstavlja prvi instrument implementacije Povelje Ujedinjenih nacija.

„Pošto je priznavanje urođenog *dostojanstva* i jednakih i neotuđivih prava svih članova ljudske porodice temelj slobode, pravde i mira u svetu; (...) i pošto je stvaranje sveta u kojem će ljudska bića uživati slobodu govora i ubeđenja i biti slobodna od straha i nestašice proglašeno kao najviša težnja svakog čoveka; (...)”² Generalna skupština Ujedinjenih nacija je ustanovila ovu Deklaraciju kao zajedničko mjerilo, koje svaki pojedinac i država trebaju da poštuju.

Tendencija humanizacije različitih društvenih struktura, našla je svoj oblik kroz dugogodišnji rad različitih institucija međunarodne zajednice, usmjeren na zaštitu dostojanstva čovjeka, priznavanjem njegovih građanskih, političkih, socijalnih i kulturnih prava, što je rezultiralo usvajanjem Međunarodnog pakta o ekonomskim socijalnim i kulturnim pravima, Međunarodnog pakta o građanskim i političkim pravima i Opcionog protokola uz drugi pakt, koje je usvojila Generalna skupština ujedinjenih nacija na svom zasijedanju od 16.decembra 1966.godine, čime su stvoreni su uslovi za temeljnu podršku razvoju i realizaciji ljudskih prava.

Zaštita ljudskih prava Evropi bazirala se na Savjetu Evrope, koji je uspostavljen 1949.godine.Statutom Savjeta Evrope predviđeno je da države kandidati moraju imati demokratsko oblik vladavine, poštovati vladavinu prava i obezbijediti osnovna ljudska prava i slobode svojim državljanima. U tom periodu usvojena je i Konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda (1950), koja je kasnije izmijenjena i dopunjena sa 11 protokola.

Helsinski završni akt iz 1975. godine u svom VII dijelu Poštivanje ljudskih prava i temeljnih sloboda, uključujući slobodu mišljenja, savjesti, vjere ili uvjerenja.„Države sudionice poštivat će ljudska prava i temeljne slobode, uključujući slobodu mišljenja, savjesti, vjere ili uvjerenja svih, bez obzira na

² Međunarodni ugovori, knjiga 4, tom III, Ljudske slobode I prava, Službeni glasnik, Beograd 2003., str. 20.

rasu, spol, jezik ili vjeru.”³Savremena međunarodna zajednica, kao jedan od kriterijuma za ocjenu demokratizacije i razvoja društva, uzima stepen razvoja ljudskih prava. „Svaka vlast postaje civilizovana kada pravo vladara konačno postane univerzalno pravo na ljudsko dostojanstvo.”⁴

Danas poseban značaj za savremenu zaštitu ljudskih prava, pa samim tim i prava na slobodu izražavanja i mišljenja, predstavlja praksa Evropskog suda za ljudska prava i komiteta Ujedinjenih nacija, koji implementacijom svoje pravne prakse utiču na izmjenu nacionalnog zakonodavstva država potpisnica međunarodnih ugovora u zaštiti ljudskih prava.

U nacionalnim zakonodavstvima, posebnu obaveznost imaju profesionalni Etički kodeksi novinara, koji se temelje na zajedničkim „principima objektivnosti, tačnosti, istinitosti, pravu javnosti da zna, poštene komentare i kritike, korišćenje fer metoda za dobijanje informacijasprenosti za ispravljanje grešaka i poštovanje povjerljivosti izvora”⁵.

3. Sloboda izražavanja

*„Ne slažem se s tim što govorite,
ali ću se do kraja života boriti da kažete to što mislite.”*
- Volter -

Pod izražavanjem se, osim govornog i pisanog izražavanja, podrazumijeva i umjetničko izražavanje u domenu slikarstva, književnosti, štampanih i elektronskih medija i ostalih ispoljavanja ideja i stavova pojedinca. Sloboda izražavanja garantuje se najvažnijim međunarodnim instrumentima: Evropska konvencija o ljudskim pravima i osnovnim slobodama (član 10) garantuje da „Svako ima pravo na slobodu izražavanja. Ovo pravo uključuje slobodu posjedovanja sopstvenog mišljenja, primanja i saopštavanja informacija i ideja bez miješanja javne vlasti i bez obzira na granice”, Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (član19), Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (član 19) I Povelja o osnovnim pravima Evropske unije (član 11).

Uslovi pod kojima se uživaju ljudska prava propisani su ustavnim mehanizmima zaštite ljudskih prava, kao i ostalim pravnim sredstvima koja

³ <http://www.minoritycentre.org/sites/default/files/helsinski-zavrsni-akt.pdf>

⁴ Kostas Duzinas, Ljudska prava i imperija JP Službeni glasnik I, Albatros plus, Beograd, 2009., str. 49.

⁵ Andrew Puddephatt, The importance of self-Regulation of the Media in Upholding Freedom of Expression, str.14.

su na raspolaganju za zaštitu ljudskih prava, nacionalni međunarodni pravosudni organi i drugi instituti zaštite ljudskih prava, ombudsmani i nacionalne komisije za zaštitu ljudskih prava.

3.1 Ograničenje ljudskih prava

Uživanje sopstvenog prava nije apsolutno, već je ograničeno pravom drugih ljudi. Ljudska prava imaju, osim dimenzije uživanja prava i odgovornost svakog pojedinca u uživanju prava. Koristeći svoja prava, pojedinac može, ostvarujući svoje interese, da utiče na društvene odluke i odgovoran je za uticaj svojih radnji ili propuste koje je učinio svojim djelima. Ukoliko pojedinac ne može koristiti svoje pravo na zakonit način, dolazi do kršenja pojedinog prava.

Država u određenim vanrednim situacijama može derogirati (staviti van snage) određena ljudska prava i slobode, pa i slobodu izražavanja, u cilju zaštite prava ili ugleda drugih ljudi, ukoliko se podstiče neki oblik nasilja ili iskorišćavanja određene socijalne grupe ili zaštitio pojedinac od lažnih optužbi, tj. u slučaju ugrožavanja prava ličnosti. Pravo na privatnost je garantovano, između ostalog, članom 12 Univerzalne deklaracije o ljudskim pravima i članom 8 Evropske konvencije o ljudskim pravima i osnovnim slobodama

Članom 47 Ustava „Svako ima pravo na slobodu izražavanja govorom, pisanom riječju, slikom ili na drugi način. Pravo na slobodu izražavanja može se ograničiti samo pravom drugoga na dostojanstvo, ugled i čast i ako se ugrožava javni moral ili bezbjednost Crne Gore”⁶.

U Crnoj Gori se ljudska prava i slobode mogu ograničiti samo zakonom i samo u obimu neophodnom u demokratskom društvu da bi se ostvarila svrha zbog koje je ograničenje dozvoljeno. U slučaju ratnog ili vanrednog stanja, mogu se ograničiti pojedina ljudska prava i slobode. Prema članu 25 Ustava Crne Gore, ovo „ograničenje se ne smije činiti po osnovu pola, nacionalnosti, rase, vjere, jezika, etničkog ili društvenog porijekla, političkog ili drugog uvjerenja, imovnog stanja ili bilo kakvog drugog ličnog svojstva”. Ne mogu se ograničiti prava na: život; pravni lijek i pravnu pomoć; dostojanstvo i poštovanje ličnosti; pravično i javno suđenje i načelo zakonitosti; pretpostavku nevinosti; odbranu; naknadu štete za nezakonito ili neosnovano lišenje slobode i neosnovanu osudu; slobodu misli, savjesti i vjeroispovijesti i zaključenje braka.

⁶ www.skupština.me/dokumenti/ustav-crne-gore

Ne mogu se ukidati zabrane: izazivanja ili podsticanja mržnje ili netrpeljivosti; diskriminacije; ponovnog suđenja i osude za isto krivično djelo; nasilne asimilacije. Mjere ograničenja mogu važiti najduže dok traje ratno ili vanredno stanje.

Evropska konvencija o ljudskim pravima svojim normama daje mogućnost ograničenja prava na poštovanje privatnog i porodičnog života, doma i prepiske (čl.8), slobodu misli, savjesti i vjeroispovesti (čl.9), sloboda izražavanja, (čl.10), pravo mirnog okupljanja (čl.11) i pravo na slobodu udruživanja (čl.22). Pakt o građanskim i političkim pravima sadrži ograničenja u odnosu na slobodu kretanja i izbora mjesta boravka (čl.12), slobodu misli, savjesti i vjeroispovesti (čl.18), slobodu izražavanja, (čl.19), pravo mirnog okupljanja (čl.21) i pravo na slobodu udruživanja (čl.22). Ograničenja treba da budu predviđena zakonom, neophodna u demokratskom društvu i imati na zakonu zasnovan cilj (radi zaštite nacionalne bezbjednosti, javnog poretka, javnog zdravlja i morala).

Zaštita javnog poretka (public order) zahteva ograničenje apsolutnog ispoljavanja pojedinih prava jer, se mora obezbijediti zaštita društvene, političke i ekonomske strukture države, zabranom rizičnih javnih okupljanja, koja mogu dovesti do ugrožavanja javnog poretka.

Javno zdravlje zahteva ograničenje ljudskih prava pojedincima, ukoliko postoji osnovana pretnja njegovom narušavanju. Javni moral predstavlja vrlo široku društvenu kategoriju koja podliježe različitom tumačenju u različitim sredinama, zavisno od kulture, obrazovanja i moralnih vrijednosti neke zajednice, pa se odluka o njegovom ograničenju mora donijeti za svaki konkretan slučaj. Državi je data mogućnost da procijeni rizik ugrožavanja ovih vrijednosti i u slučaju potrebe ograniči korišćenje prava koja mogu proizvesti određene negativne posledice.

3.2 Pravo na privatnost

Pravo na privatnost je zaštita ličnog života i privatnih informacija i svako uznemiravanje u domenu private sfere života mora biti strogo kontrolisano i neophodno, u skladu sa zakonom.

Ustavom Crne Gore, čl. 40, 41, 42 i 43, garantuje se pravo na poštovanje privatnog i porodičnog života, nepovredivost stana, tajnost sredstava opštenja i zaštita podataka o ličnosti. Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima u članu 12 garantuje pravo na privatnost, kao i Evropska konvencija o ljudskim pravima, koja članom 8 garantuje da „Svako ima pravo na poštovanje privat-

nog i porodičnog života, doma i korespondencije". Ovo je posebno osjetljivo područje djelovanja, jer se veoma često iznošenje ličnih podataka, radi „prava javnosti da zna“, može tretirati kao kleveta, u građanskom ili krivičnom postupku, zavisno od konkretnog zakonodavstva.

U određenim slučajevima postoji na zakonu zasnovan interes javnosti da ima uvid u određene informacije, ali i zakonit interes svakog pojedinca da „bude ostavljen na miru,“ što znači da podatke o sebi učini nedostupnim za javnost. U takvim situacijama je potrebno pravedno procijeniti prednost između poštovanja i ostvarivanja dva prava.

4. Medijski izazovi i obaveze

Savremeni društveni život, moramo priznati, prvenstveno je tržišno orijentisan. Plasiranje informacija treba da rezultira ostvarivanjem profita medijske kuće i novinara.

Efekti koji se žele postići plasiranjem informacije: spektakl, senzacionalizam, popularnost, hitnost i sl., u cilju prilagođavanja tržištu, često nose opasnost od ugrožavanja tuđih prava ili nepotpune pokrivenosti činjenicama. U trci za spektaklom, tiražom i zaradom posebno treba voditi računa o poštovanju osnovnih etičkih načela novinarstva, kao što su: istina i tačnost, nezavisnost, pravičnost i nepristrasnost, humanist i odgovornost.⁷

U izazovima društvenih kretanja, kada je tržišna utakmica u oblasti medija sve veća, etika i moral novinara i medijskih kuća, treba da budu snažna podrška poštovanju dostojanstva svakog pojedinca. U odnosu etičkih i moralnih vrijednosti podsjećamo da: „Etiku treba razlikovati od morala: etika kao filozofska disciplina koja se bavi ispitivanjem ciljeva i smisla moralnih delovanja i ponašanja, širi je pojam od morala i može se definisati kao nauka o moralu“.⁸

Svaki stvaralac informacije mora biti svjestan efekata, posledica rezultata koje plasirana informacija može proizvesti. Ti efekti se nekada mogu izmjeriti, kao što je tiraž, zarada, popularnost... U nemjerljive efekte, možda možemo ubrojati one snažne ili suptilne osjećaje i utiske, koje informacija efektui-
ra kod korisnika, u smislu stvaranja posebnih mišljenja ili formiranja javnog

⁷ www.eticaljournalism.org Ethical Journalism Network,

⁸ Rada Mirić, "Bangalorski principi - doprinos razvoju sudijske etike", Strani pravni život, 3/2013, str.327. O različitim shvatanjima o razlikovanju između etike i morala vidi: Č. Čupić, „Etika i moral novinara“, 2010, 257.

mnjenja o pojedinim društvenim pitanjima. Subjekti koji stvaraju ili plasiraju informaciju, treba da imaju u vidu određene okolnosti, opasnosti i prednosti, koje informacija može izazvati, na duži ili kraći vremenski period (Što informacija izaziva kod korisnika? Ravnodušnost? Strah? Nesigurnost? Radost? Optimizam?)

Neki od bitnih izazova, a istovremeno i obaveza novinarske profesije, pri čemu se smatra da su tu i medijske kuće i stvaraoci informacija - novinari, su:

- nastojanje da se plasiraju istinite informacije, zasnovane na činjenicama i dokazima,
- da se u što većoj mjeri objektivno predstavljaju ličnosti i događaja,
- da se teži nepristrasnom i pravičnom izvještavanju,
- da se nastoji obezbijediti nezavisnost,
- nastojati da se očuva humanost, koja pledira ka zaštiti ličnih prava i dostojanstva svakog pojedinca, bez obzira na životne okolnosti,
- jačati etičnost i odgovornost,
- težiti uspostavljanju pravednog balansa između novinarske profesije i komercijalnih zahtjeva.

Na teškoće u objektivnom saopštavanju informacija podsjeća Malpas, da: „Isticanje istine nije stvar iznošenja nekog konačnog skupa istine i propozicija koje jednostavno zauzimaju istinu, cijelu istinu i ništa osim istinu u svetu. (...) „Istina“ je otvorena za izazov, a ispitivanje istine u novinarstvu može se okarakterisati kao vježba u onome što društveni naučnici zovu granično-radna retorika. To jest, to je pokušaj crtanja granica između diskusije novinara i njihove rutinske prakse.”⁹ Malpas napominje da istina „može biti utvrđena samo u saradnji sa drugima i kroz pažljivo razmatranje specifičnih argumenata, dokaza i predmeta - pa čak i tada istina ostaje veoma krhka”¹⁰ „Sakupljanje i verifikacija činjenica je osnova profesionalnog izvještavanja i napor novinara da ispriča istinu.”¹¹ Obaveze novinara da pravilno izvještavaju, proizilaze iz njihovih profesionalnih ovlašćenja, koja zahtevaju objektivnost, tačnost, etičnost i pravičnost.

⁹ Jeff Malpes, *Speaking the Truth*, (1996)25, 2Economy and Society 156.

¹⁰ Ibid.158.

¹¹ Kathy Roberts Forde, “The enduring problem of Journalism:Telling the Truth”, Magazine @ New Media Research, Vol.13.No.1., 2012.

Posebno se ističe da je: „Moralnost u vršenju javne službe najvažniji način sprečavanja sukoba javnih i privatnih interesa.”¹²

Misija medija je da upoznaju javnost sa događajima od javnog značaja i interesa, a slobodu štampe treba čuvati kao neotuđivo pravo svakog pojedinca u slobodnom društvu. Sloboda štampe sa sobom nosi slobodu i odgovornost da se istražuje, diskutuje, podrži ili ospori radnja ili izjava svih društvenih aktera. Objektivnost u stvaranju i plasiranju informacija treba da bude standard profesionalnih težnji ka odgovornosti za pružanje informativnih analiza i komentara o javnim događajima i aktuelnim društvenim pitanjima. Život i događaji stvaraju nove situacije, pa novinarska profesija zahtijeva brzu reakciju, pa je stvarni izazov i obaveza nastojati da se na najbolji način plasira informacija. U interesu profesije i prava javnosti da zna. Uvijek postoji izazov u plasiranju informacija koje ne odgovaraju zahtjevima ili stavovima aktuelnih komercijalnih aktera, pa vrednovanje važnosti informacija može izazvati eventualno filtriranje informacija, pa samim tim smanjiti povjerenja publike u izvor informacija. Selektivno plasiranje informacija može dovesti do pogrešnih percepcija javnosti i umjesto potrebnog jačanja svijesti javnog mnjenja, dovesti do njegovog stagniranja. Nastojanja da se izdrže komercijalne barijere u odnosu na aktuelnost teme jača povjerenje publike, što svakako jeste i jedan od ciljeva novinarske profesije.

U vršenju novinarske profesije, treba posebno nastojati da se poštuje dostojanstvo čovjeka, pa: „ Postupaj tako da čovestvo u svojoj ličnosti kao i u ličnosti svakog drugog čoveka, uvek upotrebljavaš u isto vreme kao svrhu, a nikad samo kao sredstvo.”,¹³ jer je čovjek je sam svrha sam po sebi, a dostojanstvo je apsolutna vrijednost svih ljudskih bića, a moralni elemenat je osnovni elemenat u podržavanju ljudskih prava i predstavlja osnovnu vrijednost, koja postoji nezavisno od pozitivnih propisa i ostalih instrumenata za ostvarivanje ljudskih prava.

Značaj poštovanja ličnosti u svim, pa i najtežim životnim okolnostima možemo vidjeti iz stavova Komiteta za ljudska prava, u kojima se konstatuje kršenje pretpostavke nevinosti kroz medijsko saopštavanje, kojima se upućuje na Opsti komentar br. 32 (2007) o pravu na jednakost pred sudovima i tribu-

¹² Rada Mirić, “Bangalorski principi - doprinos razvoju sudijske etike”, Strani pravni život, 3/ 2013, str. 327. V.: N. Mrvić- Petrović, J. Ćirić, Sukob javnog i privatnog interesa - u trouglu moći, novca i politike, Institut za uporedno pravo i Vojnoizdavački zavod, Beograd, 2004, 124-129.

¹³ Imanuel Kant, Zasnivanje metafizike morala, Dereta, Beograd, 2008., str. 74.

nalima i pravo na pravično suđenje, prema kojem: „Pretpostavka nevinosti nameće tužilstvu dokazivanje otužbe, garantuje da se ni jedna krivica ne može pretpostaviti dok se optužba ne dokaze i zahtijeva da osobe optužene za krivično djelo moraju bit tretirane u skladu sa ovim principom”.¹⁴ Opsti komentar i sudska praksa Komiteta zahtijeva od državnih organa ga se suzdrže od davanja javnih izjava koje afirmišu krivicu optuženog i time prejudiciraju ishod suđenja.

Da bi se što pravednije i objektivnije saopštavale aktuelnosti,osim pravne zastite, treba jačati sistem etičkih vrijednosti društvene zajednice zasnovan na poštovanju i svojih i prava svakog drugog pojedinca. Etika predstavlja sustinske vrijednosti, kao sto su: plemenitost, istinoljubivost, nesebičnost, dobromamjernost, poštenje,velikodušnost, nepristrasnost, tolerantnost, pouzdanost, mudrost,samopoštovanje... Društvo koje njeguje etičke vrijedosti manje je podložno postupcima povrede dostojanstva svojih građana, jer se pravednost odluka i postupaka nadležnih institucija bazira na uravnoteženom odnosu prava i etike. U svim demokratski razvijenim društvima pravda je temelj jednakosti i slobode svih njenih građana.

5. Zaključak

Mediji u savremenom društvu imaju poseban značaj na oblikovanje društvene stvarnosti. Formiranje mišljenja, stavova i uticaja u društvenim sferama politike, ekonomije, kulture, zabave... samo su dio širokog spektra medijskih aktuelnosti. Kroz analizu relevantnih pravnih propisa u nacionalnom i međunarodnom zakonodavstvu, u ovom radu posebno je istaknut značaj prava na slobodu izražavanja, kao osnova za razvoj ličnosti svakog pojedinca. Kroz rad je ukazano na pravedno korišćenje ovog veoma širokog prava, imajući u vidu i pojedina, na zakonu zasnovana ograničenja u njegovoj primjeni.Istaknut je značaj etičkih vrijednosti u korišćenju ovog prava, sa posebnim osvrtom na poštovanje dostojanstva svakog pojedinca i njegovog prava na privatnost. U radu se istovremeno ukazuje na potrebu pravednog odnosa između izazova novinarske profesije i odgovornosti koju ona nosi plasiranjem aktuelnih medijskih sadržaja. Posebno se podsjeća na poštovanje profesionalnih principa novinarstva i njihovo očuvanje u savremenim uslovima komerci-

¹⁴ Predstavke: br. 1520/2006, Mvamba v. Zambia od 29.06. 2005. godine i br.1369/2005, Kulov v. Kirgistana od 11.11.2004. godine, Izvještaj Komiteta za ljudska prava: A6540 Vol. II 2009/10. godine.

jalizacije medija. Ukazano je na praksu Komiteta za ljudska prava u vezi poštovanja ličnosti pojedinca u svim životnim okolnostima i posledice kršenja presumpcije nevinosti, kroz objavljivanje u medijima. Iako komercijalizacija medija postaje veliki izazov u vršenju novinarske profesije, posebno je značajno naglasiti potrebu pravednog i profesionalnog novinarstva, radi očuvanja povjerenja u profesiju novinara, kao objektivnog i pravičnog procjenitelja aktuelnih društvenih kretanja.

Literatura

Duzinas, K. (2009), *Ljudska prava i imperija*, JP Službeni glasnik I, Albatros plus, Beograd.

Etical Journalism Network, dostupno na: www.eticaljournalism.org

Evropska Konvencija o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda, dostupna na: www.echr.coe.int

Forde, K.R. (2012), "The enduring problem of Journalism: Telling the Truth", *Magazine & New Media Research*, Vol.13.str.1.

Hanski, R., Suksi, M. (1999), *Uvod u međunarodnu zaštitu ljudskih prava*, Institut za ljudska prava, Beograd.

Kant, I. (2008), *Zasnivanje metafizike morala*, Dereta, Beograd.

Malpas, J. (1996), "Speaking the Truth", *Economy and Society*, Vol. 25 No.2, str. 156-177.

Međunarodni ugovori, Ljudske slobode i prava, (2003) JP Službeni glasnik, Beograd, knjiga 4, tom III.

Mirić, R. (2013), "Bangalorski principi - doprinos razvoju sudijske etike", *Strani pravni život*, br.3, str.327-343.

Puddephatt, A. (2011), *The importance of self - Regulation of the Media in Upholding Freedom of Exspression*, UNESCO.

Predstavke: br.1520/2006, Mvamba v. Zambia od 29.06. 2005. godine i br.1369/2005, Kulov v. Kirgistana od 11.11. 2004. godine, Izvještaj Komiteta za ljudska prava: A6540 Vol. II 2009/10. godine, dostupno na:www.hrlibrary.umn.edu/undocs/.

Ustav Crne Gore, dostupno na: www.skupština.me/dokumenti/ustav-crnegore

Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima (adopted 10 Decembar 1948 UNGA Res 217 A (III) (UDHR), dostupna na: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>

ODGOVOR-NOST POST-SEĆANJA: FILM KAO SVEDOČENJE

THE RESPONSE-ABILITY OF POST-MEMORY: FILM AS TESTIMONY

dr NEVENA DAKOVIĆ, redovni profesor

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti

NEDA RADULOVIĆ, doktorand

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti

Apstrakt: Cilj rada je da uporednom analizom dva filma kao narativa prošlosti o istom istorijskom događaju tokom rata u Bosni i Hercegovini (1992–1995): *Nevrijeme Hansa Kristijana Šmita* (Hans Christian Schmid, 2009) i *Za one koji ne mogu da govore* Jasmile Žbanić (2013) mapira nastanak post-sećanja i ulogu filmova u ovom procesu. Sećanje je nadasve otelotvoreno u činu svedočenja o traumatičnoj prošlosti, koje je pak određeno iz afektivno-performativne i iz saznavne (epistemološki vrednovane) optike, ukazujući i na jednu od temeljnih razlika dva filma. Analiza polazi od teorije post-sećanja Marijen Hirš (Marianne Hirsch), odnosno prostetskog sećanja Alison Landsberg, razvijajući se preko teorije afekta (Greg/Gregg, Masumi/Massumi, Malabu/Malabou), svedočenja, traume (Oliver, LaCapra, Nora), te relaciono pojmljene odgovor-nosti, kako ju je formulisala Keli Oliver (Kelly Oliver), a nadovezujući se na promišljanja En Kaplan (Ann Kaplan), Šošane Felman (Soshana Felman) i Dori Laub (Dori Laub).

Ključne reči: Post-sećanje, odgovor-nost, film, trauma, etika

Abstract: The aim of this paper is to map out the emergence and the role of the postmemory in the Ex-Yugoslav region, through the analysis of two case studies – films about same historical crime that occurred in Bosnia and Hercegovina (1992–1995): *Storm* (Hans Christian Schmidt, 2009) and *For those who can tell no tales* (Za one koji ne mogu govore, Jasmila Žbanić, 2013). Memory plays out in the very

act of testifying the traumatic past, which gets determined within both affective-performative and epistemological optiques pointing to one of the key differences between the two films. The analysis is based upon the theories of post-memory (Marianne Hirsch), as well as of prosthetic memory (Alison Landsberg); it develops employing the affect theory (Gregg, Massumi, Malabou), trauma and memory theory (Oliver, LaCapra, Nora). It is centred on the notion of response-ability as defined by Kelly Oliver, but also it follows the works of Ann Kaplan, Shoshana Felman and Dori Laub.

Key words: Post-Memory, Response-Ability, Film, Trauma, Ethics

Svedočenje kao epifanija prošlosti je put izlječenja, put ka pravdi, istini i pomirenju nadasve suprotstavljenih narativa prošlosti, sećanja i njihovog trajanja.
(Daković 2010: 55)

1. Uvod: Film, svedočenje, post-sećanje

Daleko od toga da su sećanje i istorija sinonimi, sada se čini da su u suštinskoj opoziciji.
(Nora 1989: 8)

Analiza filmova iz korpusa tekstova post-sećanja – *Nevrijeme* (H. C. Schmid, 2009) i *Za one koji ne mogu da govore* (J. Žbanić, 2013) – otkriva da u različitom žanrovskom, političkom, etičkom i teorijskom ključu oba filma narativizuju isti traumatični trenutak prošlosti, rata i zločina. Reč je o narativima rekonstrukcije prošlosti postavljenim u interdisciplinarni teorijski kontekst promišljanja post-sećanja, afekata, odgovor-nosti, svedočenja i nadasve etike svakog od ovih pojmova pojedinačno, ali i u jedinstvenoj isprepletanosti. Potisnuta prošlost ratnih zločina ukazuje na (ne)mogućnost prevazilaženja opozicije istorije i sećanja u postjugoslovenskim društvima, te terapijske narativizacije koja otvara put ka prevazilaženju traumatične rupture uz poštovanje etičkih odrednica svedočenja, izrecivosti, afekata žrtvi i krivice počinilaca. Konstantni *pregovori* zvanične istorije i sećanja – materijalizovani u post-se-

ćanju – odvijaju su između dve vremenski i prostorno polarizovane pozicije. Sećanje je „uvek živ fenomen, koji nas vezuje za večnu sadašnjost” (Nora 1989: 8) i dolazi *odozdo*. Istorija pak nalazi načine eksternalizacije – „uvek problematične i nepotpune rekonstrukcije onoga što više ne postoji” (*Ibid.*), formirajući se *odozgo*. Ruptura nastala podelom i sučeljavanjem održava procese pregovora i harmonizacije svedočeći o tenziji, ali ne i o direktnoj opoziciji sećanja i istorije kako je Nora svojevremeno tvrdio.

Sledeći teoretizacije odloženog i medijatizovanog sećanja koje izbija iz potisnutosti u zaboravu i podsvesnom i prodire u svest kao spoznaja i priznanje učesnika, žrtvi i svedoka, te se intergeneracijski prenosi tokovima post-sećanja u nastajanju, filmovi *Nevrijeme* i *Za one koji ne mogu da govore* uspostavljaju jedinu moguću kontrahegemonu istorijsku perspektivu sučeljenim (pri)povestima. Stvoreni narativ odgovor-nog sećanja utemeljen je na ono malo nespornih historiografskih podataka, predloženih u formi svedočenja sa podjednako elaboriranim afektivno-performativnim i saznavnim vrednostima. Opredeljenje za filmske narrative argumentovano je povlašćenim mestom vizuelnog, ali i imanentnom etičnošću filma kao teksta sećanja i post-sećanja. Etika filma određena je njegovom ontologijom – asimptote i traga fizičke stvarnosti koja dokazuje da je nešto zaista postojalo i da se odigralo u prošlosti – što mu, *apriori*, obezbeđuje vrednost kao dokumenta i svedočanstva prošlosti (sećanja, a najčešće i istorije)¹. Logično, etika je prisutna u načinu na koji narativi odgovaraju na suštinska pitanja turbulentne prošlosti – u ovom slučaju o ratovima tokom raspada Jugoslavije – ko je prvi počeo; definisanja krivice, odgovornosti, istine o prirodi sukoba, mogućnosti pomirenja i oprostaja; ko su agresori, a ko žrtve. Upravo poslednje pitanje nalazi različite odgovore u zavisnosti od etničkog identiteta potpisnika (i)storije, vezujući etičnost i etničnost u Gordijev čvor prošlosti.

¹ Promišljanje ontologije filma započinje ustanovljavanjem relacije filma kao fikcije u odnosu na fankiju, odnosno stvarnosti koju reprezentuje i u tom smislu ontologija filma počiva na asimptomskom približavanju stvarnosti; imanentnom realizmu utemeljenom na psihološkom realizmu; mehanizmu automatskog beleženja i reprodukcije profilmskog prizora, što je garant nepristrasnosti objektivnosti i istine (Andre Bazin/Andre Bazin). Takođe, „slika (fotografska ili filmske) nekada i tamo aktualizuje i pretvara u ovde i sada vodeći reartikulaciji poimanja filma kao oživljenog dokumenta (istorije) ili teksta sećanja (kolektivnog/individualnog, privatnog/javnog). Hoskins (Andrew Hoskins) ukazuje da je danas najbitnije medijsko posredovano sećanje koje – bez obzira da li je u osnovi individualno procesuirano, konstruisano ili kolektivno proživljeno – od medija dobija kvalitete objektivnost i istinitost.” (Daković, 2010:52)

Nakon završetka ratova i raspada SFRJ, novonastale države stvarale su različite istorijske narative, suprotstavljena sećanja problematične prošlosti, kada je harmonizacija ili saobražavanje istine jedne strane podrazumevalo, pored ostalog, brisanje žrtvi koje su *de facto* (ne)prepoznate i isključene iz zvaničnih istorijskih narativa. Ova često korišćena strategija politike radikalnog zaborava, pokreće pitanje odgovornosti svih pripovedača prošlosti – istoričara, teoretičara, umetnika – u ispravljanju nepravde tj. delovanja u pravcu *prepoznavanja* i uključivanja isključenih žrtava istorijskih događaja, te kritike i dekonstrukcije harmonizujućih narativa prošlosti.² Analizirani filmovi koji pripovedaju zločine počinjene nad muslimanskim ženama u višegradskom hotelu *Vilina vlas* pokušavaju da razreše i koriguju potisnutu i poluizbrisanu istorijsku epizodu dvostruko otežanu i usložnjenu rodnim identitetom žrtava. Instrumentalizacija, zloupotreba i mučenje žena u ratnim uslovima, kao posebno osetljive teme u širem kontekstu rodne represije na Balkanu, tiču se načelnog uvažavanja subjektiviteta žrtvi kao jednog od najvažnijih problema post-sećanja.

U ovom kontekstu, posebno odjekuju kompleksna pitanja Marijen Hirš (Marianne Hirsch) „kako preneti njihove priče [priče žrtava, prim. autora] bez aroprijacije?” (Hirsch 2008: 104), a dodaćemo i kakva je, uopšte, mogućnost reprezentacije drugog bez prisvajanja, prilagođavanja i neminovnog transformisanja u procesima rekontekstualizacije. Uloga umetnika kao sekundarnog ili tercijarnog svedoka,³ u okolnostima opozicije istorije i sećanja, postaje važan faktor njihovog međusobnog prepoznavanja kao i legitimizacije delegitimisanih žrtava. Činjenica da su ovi filmovi bazirani na realnim događajima čini ih medijatorima sećanja odnosno tekstovima, narativima i diskursima post-sećanja. U teoriji Marijen Hirš: „post-sećanje opisuje odnos generacije koja dolazi posle svedoka kulturalne ili kolektivne traume prema nasleđu iskustva njihovih prethodnika; iskustva onih kojih se ‘sećaju’ isključivo preko svih priča, slika i ponašanja onih među kojima su odrasli.” (Hirsch 2008: 106-107).

² U kontekstu teorije sećanja pitanja su formulisana i kao: Da li i kako sećanja mogu da se socijalno konstituišu bez ili uprkos izostanku *prepoznavanja* i *priznavanja* od strane zvaničnih istorijskih narativa? Čija sećanja i u kojim okolnostima priznata dobijaju društvenu, pravnu i istorijsku legitimizaciju; a koja i u kakvim okolnostima podležu kulturološkom brisanju, diskreditaciji ili čak tabuizaciji?

³ U zavisnosti od izbora teorije: ukoliko prihvatimo teorije o primarnom i sekundarnom svedoku u narativu i stvarnosti, onda je umetnik već tercijarni svedok. Ukoliko pak sve svedoke u tekstu/narativu/stvarnosti tretiramo kao primarne, onda je umetnik tek sekundarni svedok.

Post-sećanje, najčešće kao medijalizovana i umetnički preoblikovana (na neki način pre-u-obličena memorijalna) građa, tako iskreno, duboko, upečatljivo i afektivno snažno prenosi iskustva narednim generacijama da ih one bez problema i spontano asimiluju i prisvajaju kao sopstvena (lično proživljena) sećanja. Narativi post-sećanja podrazumevaju nadasve „imaginativno ulaganje, projekciju i kreaciju.“ (*Ibid.*)

Najkompleksniji oblik post-sećanja je trauma sa svojim potencijalom zabrana, neizrecivosti i nesaznatljivosti. Izvođenje trauma – u našem slučaju definisanih i kao prepoznavanje/priznavanje žrtvi – unutar teksta post-sećanja deo je diskurzivnih i tekstualnih praksi sećanja ili zaboravljanja, a samim tim nosi potencijal isceljenja/uključivanja ili retraumatizacije/isključivanja žrtava ratnih zločina. Spособnost filma da strukturalno rešava, perpetuira i ovekovećuje traume, potvrđuje ga kao „kompleksno višeslojno svedočenje/svedočanstvo/sećanje“ (Daković 2010: 60), odnosno kao moćni i uticajni tekst svestrano pojmljenog post-sećanja sa umnoženim i isprepletanim figurama svedoka, naratora, žrtvi i počinilaca:

Zapis na filmskoj traci je svedočanstvo prošlosti, zabeleška sećanja i čin svedočenja. Gledaoci su svedoci sveta filma; sećanja junaka koji, dodatno, mogu da se poklapaju sa njihovim, pa je recepcija filma i svedočanstvo našeg ličnog svedočenja/sećanja (narativizacija svedočenja o prošlosti, narativ-svedočanstvo, narativ prošlosti, narativ sećanja koji se konstituišu slikama u našem umu...). Gledajući film jednostavno možemo da budemo svedoci svedočenja drugih (trileri u sudnici, serije o sudovima i advokatima gde je akcenat na činu svedočenja); te da naša recepcija i doživljaj postanu svedočanstvo o efektima pozicije svedoka očevica (svedočanstvo o samom procesu/efektima i reakcijama slušanja svedočenja). Svim ovim nivoima (direktno, indirektno, drugi i učesnici,...) i prepletenim odnosima – kao elementima slagalice sećanja – poigravaju se studije slučaja kao svedočenja i nastajuća svedočanstva o ratovima prošlosti gde stvoreni narativ otklonom problematizuje oficijelne verzije recentne istorije. (Daković 2010: 60)

Ukrštena i slojevita citatnost svedočenja – posebno u ključu sekundarnog svedočenja – povezuje pitanja uloge naratora, svedoka i dostojanstvene reprezentacije žrtava.

Filmovi *Nevrijeme* i *Za one koji ne mogu da govore* pripovedaju o zločinima počinjenim u Višegradu, kada je u prvim danima rata hotel *Vilina vlas*, pod upravom srpskih paravojnih jedinica (*Beli orlovi*) i komandanta Milana Lukića, pretvoren u logor za silovanje gde je mučeno, zlostavljano i ubijeno oko dvesta muslimanskih žena. Zbog počinjenih zločina, Milan Lukić je – odlukom Haškog tribunala – osuđen na doživotnu robiju. Film *Nevrijeme* o prošlosti govori u formi trilera i filma sudnice, prateći tok procesa u međunarodnom tribunalu. Upravo je čin svedočenja žrtve – realizovan uprkos nizu prepreka (lažno svedočenje, političke ucene, pretnje, medijsko, pravno i fizičko nasilje) – kojim se konačno obelodanjuje ratni zločin, imenuju i legitimišu žrtve, prelomni trenutak uzbudljive potrage za prošlošću kroz tamu nametnutog insitucionalnog, privatnog i javnog zaborava. Glavna narativna nit filma može se opisati naslovom iz medija: „Vapaj žrtava silovanja iz Višegrada više ne čuje niko”. No, zahvaljujući sticaju okolnosti, vapaj postaje čujan upravo na najpodobnijem mestu – u sudnici sa mesta za svedoke. Autentičnost događaja ispraćena je, osim na planu narativa, i parafrazom svedočenja žrtava⁴, imenom hotela (neznatno izmenjen u *Vilina kosa* u srpskoj varijanti) i činjenici da je kao i u stvarnosti, zdanje vraćeno prvobitnoj nameni hotela/banjskog centra (kuda Hanu (Kerry Fox) vodi trag karte nađene posle Alenovog (Krešimir Mikić) samoubistva). Prenamenovanje objekta u nizu hotel – logor za silovanje – hotel ubedljiv je primer radikalne politike zaborava koja negira zločinačku prošlost, a mogu da je nadvladaju samo svedočenja i *sećanja* žrtava ili/i njihovih surogata post-sećanja.

Film Jasmile Žbanić, iniciran tajnovitim susretom sa *lieux de memoire*, otkriva prošlost i suočava nas sa njom. Glavni akter – film je nastao na osnovu autorkinog performansa *Sedam kilometara severoistočno* (*Seven Kilometres North-*

⁴ Za vreme suđenja Milanu Lukiću, mediji su izveštavali – suprotno tvrdnjama Karle del Ponte (Carla Del Ponte) – da postoje preživeli svedoci zločina u logoru *Vilina vlas*, spremni da svedoče protiv optuženog. Agencija *Birn* izveštava: „hotel je sudeći po izveštajima, kao i priznanju samog Lukića za šta dokaz poseduje *Balkan Insajt* (Balkan Insight), bio pretvoren u komandno mesto za njegovu jedinicu”. Svedok – žrtva opisuje rutinu u logoru:

‘Ponekad su me zadržavali po ceo dan, ponekad duže, da bi me onda ponovo vraćali kući pa nazad u hotel. Ne mogu više ni da izbrojim koliko su me puta silovali [...] mnoge sobe u hotelu su bile zaključane. Svaki dan su nam bacali hleb, koji smo morali da hvatamo ustima zato što su nam ruke vezane... Nismo mogle da govorimo. Samo smo zurile u jednu tačku u ćošku i potpuno izgubljene, plakale. Nismo znali koliko ima sati. Jedino vreme za koje smo znali jeste kad oni dođu po nas.’” (Ahmetašević, Jelačić, Boračić 2006).

East, 2010) – jeste australijanka Kim Verko (Kym Vercoe), koja umesto na porodični odmor na Fidži odlazi na balkansko putovanje, pre svega posetu Sarajevu, a potom romaneskno znamenitom Višegradu. Posle besane noći, junakinja se vraća u Australiju, da bi iz TV reportaža iz Haškog tribunala pojmila tajnu zločina, posle čega odlučuje da se vrati u Višegrad i u potpunosti istraži priču. Novi susret sa, ovog puta radikalno resemantizovanim dvostrukim, *lieux de memoire* donosi duboku uznemirenost dobijenim odgovorima i zgroženost lakoćom mirenja sa potisnutim zločinima. Dnevničko-dokumentaristička forma, zahvaljujući poreklu protagonistkinje i koscenaristkinje Kim Verko, dodatno mapira bliskost iskustava zlostavljanih i mučenih etno i rodni drugih, kao i prisvajanje i transmisiju sećanja kroz dvostruko Drugo – ženu i strankinju u srcu patrijarhalnog Balkana.

2. Performativnost i afektivnost svedočenja

Izvedba svedočenja, a ne samo ono što je izgovoreno, efektivno oživljava ponavljanje događanja; izvedba tišine i zaslepljenosti inherentnih događaju na kraju čine svedočenje očevidaca nemogućim [...] Izvedba krajnje nemogućnosti svedočenja događaja čini svedočenje mogućim. (Oliver 2001: 86)

Hana Mejnard, tužiteljka, na nagovor novoizabranog glavnog tužioca Haškog tribunala, Kita Hejvuda (Stephen Dillane), bez dovoljno pripreme prihvata, kako se čini, jednostavan slučaj utemeljen na iskazu očevica zločina, Alena Hajdarevića. Rekonstrukcija na mestu zločina u Bosni otkriva Alena kao lažnog svedoka, a Mejnard je skoro prinuđena da preuzme odgovornost za pad optužnice protiv srpskog generala Gorana Đurića (Dražen Kun), bazirano na liku Milana Lukića. Samoubistvo nepouzdanog svedoka podstiče Hanu da uprkos preprekama i pretnjama nastavi istragu zločina (čiji svedok Alen nije bio, ali je sigurno znao da se odigrao) do Alenove sestre Mire Arent (Anamaria Marinca). Glavni zaplet, pored ostalog, postaje igra pregovora dve žene da Mira istupi kao svedok u slučaju Đurića i time najpre spase zaborava i legitiimiše sve žene žrtve izbrisane u verzijama istorije koje promoviše srpska strana, a zarad globalne političke igre podržava i međunarodna zajednica.

Tužiteljka je vođena načelima etike i profesionalizma (da primeni pravo), kao i odgovor-nosti spram žrtvi. Mira je pozvana na odgovor-nost svedo-

čenja o zločinima kojih je i sama bila žrtva; na otkrivanje nevidljivih žrtvi i brojki pod stalnim brisanjem; bolno svesna i neodlučna u dilemi da li da zarad ispunjenja najviše etičke obaveze ugrozi ličnu bezbednost i razori harmoniju novostečene porodice.

Iako u različitim ulogama, obe žene su istovrsne žrtve mizoginog muškog poretka i međunarodne pravde. Sputane su večitom nadređenošću kolega (Hana nije izabrana za glavnog tužioca); izložene su fizičkim pretnjama, napadima i silovanjima o kojima moraju da čute; voljene osobe ih izdaju. Junakinje se bore protiv sveobuhvatnog sistema represije i opresije zasnovanog kako na rastućem racionalnom pritisku i ograničenjima nametnutim od strane pravosudne administracije tako i na (pseudoracionalnoj) vladavini terora muške vlasti u postratnoj Republici Srpskoj, odnosno iracionalnoj vladavini muškarač-vojnika tokom rata. Iako se Hana hrabro suočava sa obe instance, dok Mira od obe beži u Evropu, nedvojbeno ih povezuje „ženska afektivnost“ – empatično prepoznavanje i emotivna sprega žrtvi. Spoj njihovih imena direktno upućuje na Hanu Arent (Hannah Arendt), dodatno naglašavajući poentu o birokratskoj banalnosti zla i naglašavajući rodno afektivnu i kontraracionalnu sponu. U situaciji izostanka institucionalne podrške za (pre)oblikovanje sećanja i prepoznavanje žrtvi sva odgovornost je prepuštena Mirinom svedočenju žrtve, svedoka očevica zločina spram drugih i sekundarnom svedočenju Hane Mejnard kao „unutrašnjeg svedoka“ tj. njenoj ličnoj i građanskoj odgovornosti da čuje svedoka:

Slušalac – onaj koji intervjuiše – preuzima odgovornost za svedočenje, koje je pre toga narator (pod)nosio sam i stoga nije mogao da ga sam iznese. Susret preživelog i slušaoca omogućava nešto slično prepajanju čina svedočenja. Ova zajednička odgovornost je izvor nadiruće istine. (Felman and Laub 1992: 85)

Pojam reakcije, odnosno sposobnosti za odgovor fundamentalan je za razumevanje pojmova unutrašnjeg svedoka i afekta koji je u osnovi ovakvog odnosa. Kako tvrde Greg i Sigvurd: „Afekt je na mnogo načina sinoniman sa *silom* ili *silama* susreta.“ (Gregg, Siegworth 2010: 2), to jest, afekt je relacion, a po Masumiju i „transindividualan jer ontogenetički prethodi razlici između individue, koja se tumači kao izdvojena jedinica, i kolektivnog, koje se tumači kao molarni agregat izdvojenih jedinica.“ (Massumi 2015: 205).

Povodom susreta bilo dve individue ili individue i grupe, Malabu tvrdi: „Biti afektiran znači biti modifikovan, to jest izmenjen, promenjen silom susreta, bilo sa drugim subjektom ili objektom.” (Malabou 2013: 5). Drugim rečima, shvaćen kao kolektivan (ili transindividualan) i individualan, afekat prati sve susrete, bez obzira na njihovu dinamiku moći, i uvek se prepoznaje kao telesni potencijal.⁵ Razumevanje afekta, njegove uloge i mogućnosti u kontekstu izvođenja diskurzivno-materijalnih praksi određuje neposrednije poimanje načina utelotvorenja tih praksi, te njihovo sagledavanje kao utelovljenih. Dinamika kojom se ovi procesi odvijaju diktira neminovnu međusobnu povezanost različitih teorija, materijalnosti i praksi, odnosno kako Barad navodi: „Razmišljanje nikad nije bila rastelovljena ili jedinstveno ljudska aktivnost... Ideja je da se istražuje kolaborativno, da se bude u dodiru na način koji omogućava odgovor-nost.” (Barad 2012).

„Prespajanje” svedočenja koje se odvija između dve junakinje ukorenjeno u afektivnom prepoznavanju – interpretirano preko centralnog pojma empatije definisane u ovom kontekstu kao saosećajan susret sa Drugim – krunisano je umnoženim trenutkom svedočenja. Keli Oliver u studiji *Svedočenje iznad prepoznavanja* (*Witnessing Beyond Recognition*, 2001), zastupa tezu da prepoznavanje – inače uglavnom prihvaćeno kao presudno za konstituisanje subjekta – ostaje zarobljeno u hegelijanskom subjekatsko-objekatskom narativu u kom je subjektivitet potčinjenog neodvojiv od prepoznavanja superiornog i uvek se (samo)definiše u odnosu na i kroz taj čin prepoznavanja. Preduslov ostvarivanja pozicije aktivnog agensa – što je neophodan uslov za strukturu adresivnosti i odgovor-nosti inherentne subjektivitetu – čin je svedočenja kao uspostavljanja subjektiviteta (upor. Oliver 2001: 87). Oslobođajuća pozicija svedoka nasuprot prepoznavanju privileguje razliku nasuprot identifikaciji, koja podrazumeva aproprijaciju i funkcioniše kroz subjekatsko-objekatsku dihotomiju.⁶

Pojam odgovor-nosti preko veznog čina svedočenja i pojma afekta ključan je za razumevanje protagonistkinja filma *Nevrijeme*. Oba ženska lika (Ha-

⁵ Sa druge strane afekat ne nosi sa sobom nužno radikalni politički potencijal ili nabož. Štaviše, za individualizovan afekat se može reći da je u izvesnom smislu depolitizovan.

⁶ Kao i u kolonijalnom obrascu, umesto dvosmernog odnosa aktivnih agenasa objekat je pasivan i uslovljen subjektom, što je i poznato feminističko polazište (bell hooks, Rosi Braidotti, Kelly Oliver), koje određuje potonje redefinisane epistemološke pozicije i perspektive. Naredno pitanje je: Da li je moguće promatrati i tumačiti sećanja izvan i nezavisno od hegelijanske dijalektike gospodara/roba, a konsekvantno i iznad logike prepoznavanja?

na, Mira) teže svedočenju koje podrazumeva ličnu i etičku odgovor-nost. Kako su obe u poziciji svedoka – Mira prvostepenog, Hana drugostepenog – publika, identifikujući se sa njima, postaje još jedan svedok novog stupnja. Očekivanja i etički princip koji vode svedočenje na taj način se reflektuju i na publiku. Drugim rečima, pojam unutrašnjeg svedoka funkcioniše sa obe strane tekstova (post)sećanja jer su protagonistkinje kao i publika afektivno p(r)ozvane i pokrenute na odgovor-nost.

Anet Vieviorka (Annette Wieviorka) ističe da je performativni aspekt svedočenja na suđenju Ajhmanu u Jerusalimu promenio poimanje značaja i značenja čina. Došlo je do pomeraja vrednosti svedočenja sa epistemološke na afektivno performativnu stranu, odnosno, kako Vieviorka navodi, svedok postaje „utelovljenje sećanja (*un homme-memoire*), dokazujući prošlost i kontinuirano prisustvo prošlosti.” (Wieviorka 2006: 88)⁷. Upravo ovaj način obezbeđuje teorijsko razlikovanje *saznajnog* pristupa svedočenju, koji evaluiira, procenjuje i reprezentuje rekontekstualizovano svedočenje u disciplinarno određenim okolnostima istorijskih narativa⁸ i *afektivno-performativnog* pristupa baziranog na afektivnom prepoznavanju, na relaciji svedok-slušalac i odgovor-nom slušanju svedoka/preuzimanju odgovor-nosti sekundarnog svedoka. Upravo na tu vrstu odgovor-nosti reaguje Hana Mejnard insistirajući na svedočenju Mire Arent kao na predstavljačkoj eksteriorizaciji sećanja koje nosi breme reprezentacije mrtvih žrtava.

Nemogućnost Mirinog svedočenja reflektuje se ne samo u Tribunalovom odbacivanju svedočenja⁹ već i u činjenici da ona svedoči o već opšte poznatim stvarima, dok srpski političar, i pre nego što je Hana postala svesna to-

⁷ Šošana Felman i Dori Laub idu dalje iskazom da preživela žrtva mora da svedoči i govori, te da tako iznošenje/izvođenje „svedočenja nije više samo lingvistički, već egzistencijalni stav” (Felman, Laub 1992: 117), koji žrtvi-svedoku dodaje funkciju pripovedača diverzifikovanih (filmskih) tekstova. „Strukture sećanja blede i urušavaju se, a da bi ih ‘uhvatila’ i sačuvala ona mora da, na neki način, ‘pređe na drugu stranu jezika’ (Felman, Laub 1992: 117), na stranu smrti koju evocira iskazom. Izgovorene reči, potom, poništavaju prethodni odlazak u ništavilo i nepostojanje.” (Daković 2016: 479)

⁸ Evaluacija i podržavanje činjenica radi legitimizacije svedočenja kao istinitog/validnog/legitimnog, ima za krajnji cilj *procenjivanje* i utvrđivanje krajnje, „objektivne” istine.

⁹ U odlučujućem trenutku, sud odbacuje predlog o izvođenju Mire kao svedoka uz formalno obrazloženje da su zločini u hotelu *Vilina kosa* samo indirektno vezani za optužnicu protiv generala Đurića.

ga, zna sve o zločinima i pokušava da spreči Mirino svedočenje. Potisnuti slojevi iskustva naviru kao Mirina (pri)sećanja zločina, potvrđujući opšte znanje:

Mira: Bilo nas je po šest u svakoj sobi.

Hana: Šta se tamo dešavalo?

Mira: Šta se dešava ženama u ratnim vremenima?

Mirina pozicija je pozicija stranca – u Bosni, u Berlinu, i za zakon Tribunala – pa je svedočenje jedina nada za legalno i društveno prepoznavanje jer isključivo u procesu prepoznavanja dominantnih (pravnih, društvenih, kulturalnih pa i filozofskih) struktura ona može da bude prepoznata kao subjekt. Upravo zbog toga se Mira nada da će joj (uvek) zakasnela pravda, odnosno zakonsko prepoznavanje kao žrtve, dati neki osećaj pripadnosti i da će joj pomoći da pronade smisao u (samo)identifikaciji kao subjekta a ne objekta/instrumenta/oruđa ratova devedesetih. Izneveravanjem te nade, na tužiteljki Mejnard ostaje „breme saslušavanja” i odgovora na Mirino svedočenje, pa afektivno saslušavanje izgrađeno između dve žene je ono što Miri otvara vrata razrešenja proživljene traume.

Uprkos svedočenju, Đurić ostaje na slobodi, markirajući izostanak društvenog prepoznavanja. No, kraj filma, otkrivajući da je Mirino svedočenje dospelo u štampu (vesti o sumnjama da je Đurić počinio silovanja osujećuju njegove političke ambicije) i do javnosti, govori o medijskom prepoznavanju. Istovremeno, ostavlja prostor za nadu da je pravda možda ostvariva, a da je Mira dobila delimično priznanje nove građanke Evrope, oslobođene tereta žrtveničke i traumatične prošlosti.

Trenutak svedočenja reflektuje emotivnu ambivalentnost koju definiše LaKaprin (LaCapra) pojam „nelagodne empatije”, razvijene i između primarnog i sekundarnog svedoka. „Sekundarni svedok ne treba da reaktivira i prenosi traumu, već nelagodu ili ono što Lancman (Lanzmann) naziva ‘nekom vrstom patnje’ koja manifestuje empatiju (ali ne potpunu identifikaciju) sa žrtvom i da u najboljem slučaju nagovesti traumu” (LaCapra 1997: 267). Ovim pojmom uspostavljena je razlika u odnosu na totalnu identifikaciju (često poistovećenu sa empatijom), koja negira materijalnost doživljenog i naglašava distanciran odnos naratora i svedoka, koji definiše odgovor na patnju drugog i odgovor-nost prema toj patnji. LaKapra insistira na preciznom razdvajanju i diferenciraju identitetskih pozicija primarnog i sekundarnog svedoka, naglašavajući da je to ključno za dostojanstvenu reprezentaciju žrtvi i podsećajući

da „žrtva“ nije psihološka već na različite načine, društvena, politička i etnička kategorija. Žrtve određenih događaja će najverovatnije njima biti traumatizovane, dok izostanak traume sam po sebi iziskuje objašnjenja. Ali nisu svi traumatizovani događajima ujedno i žrtve.” (LaCapra 1999: 723). U prilog potonjoj situaciji postojanja traumatizovane osobe koja nije žrtva (makar primarna i neposredna, te ne može da govori) govori film Jasmile Žbanić kao naredna studija slučaja.

3. Prisvajanje post i prostetičkih sećanja

Za razliku od *Nevrijemena* kao konstrukta fikcije, koji sudsku istragu kruniše traumatizujućim svedočenjem žrtve, noseći u ključu potencijalne melodrame efemerno rezrešenje realnih problema, *Za one koji ne mogu da govore*, u (pseudo)dokumentarno-dnevničkom stilu rekonstruktivne fikcije i dvostruko umetnički oblikovanog sećanja prenosi aktivna i pasivna svedočenja. Prva su materijalizovana u iskazima ljudi iz Višegrada na neki način upletenih u istoriju zločina, a druga, u ovom slučaju narativno suštastvenija, spontano emanišu iz *lieux de crime* koje se prikazuje kao ambivalentno *lieux de memoire* – hotela *Vilina vlas* – a preko traumatizovane ne-žrtve.¹⁰ S toga Kim Verko u ulozi heterodijegetičkog naratora često glatko prelazi u homodijegetičku poziciju u delovima filma koncipiranim kao (pseudo)video-dnevnik sa putovanja. Uloga Jasmile Žbanić takođe je na razmeđi hetero i homodijegetičkog naratora jer pripoveda i uobličava iskustvo Kim Verko preplićući ga sa sopstvenim sećanjima na rat i fikcijom prethodnih filmova poput *Grbavice* (*Esma's Secret*, 2006).

Pod utiskom čuvenog romana Ive Andrića – nagrađenog Nobelovom nagradom – *Na Drini ćuprija*,¹¹ Verko iz Sarajeva odlazi u Višegrad, gde po preporuci iz turističkog vodiča za Bosnu i Hercegovinu¹² (prvog objavljenog

¹⁰ Opet za razliku od *Nevrijemena*, gde se Hana može pojmiti kao traumatizovana žrtva, ne ratova već mizoginog Tribunala.

¹¹ Za razliku od čuvenog mosta iz romana Ive Andrića, koji uprkos sukobljenim sećanjima, na simboličkom planu predstavlja dominantno *lieux de memoire*, odnosno pripada mestima sećanja koja su „spektakularna, trijumfalna, nametljiva i generalno nametnuta ili od strane nacionalnog autoriteta ili ustanovljenim interesima, ali uvek odozgo i karakteristično poseduju hladnoću i grandioznost zvaničnih ceremonija” (Nora 1989: 23), hotel *Vilina vlas* je dominirajuće *lieux de memoire*, mesto „izbeglištva, utočišta, spontanog posvećenja i tihog hodočasništva, gde se može pronaći živo srce sećanja.” (*Ibid.*)

¹² Kim Verko (čita iz vodiča): *Vilina vlas*, banjsko odmaralište je na pet kilometara od Višegrada, u veoma prijatnom prirodnom okruženju nudi pristojan smeštaj. Savršeno mesto za romantično veče.”

na engleskom jeziku) Tima Klansija (Tim Clancy), uzima sobu u hotelu *Vilina vlas*. Iako nesvesna mračne istorije, Verko provodi tešku, besanu noć, uznemirena nevidljivim i neopipljivim, ali čulno upečatljivo sugerisanim prisustvom zaboravljenih zločina. Koketirajući sa horor klasicima (*Isijanje/The Shining*, 1980, Stanley Kubrick) i serijalima ukletih kuća, scena je, logično, slična režiji *uncanny* Haninog susreta sa istim hotelom u filmu *Nevrijeme*. Jasmila Žbanić predstavlja prostor krcat maglovitim, utvarnim senkama koje u podmukloj, tihoj igri odsustva/prisustva zaposedaju hotel. Na taj način, autorke sugerišu materijalnost proživljenih sećanja koja, i bez svedoka, poput afektivnog *me-menta* postoje u odsustvu, čulno prožimajući prostor nekadašnjih zločina i preoblikujući ga u *lieux de memoire*.

Po povratku u Sidnej, medijski posredovano saznanje zločina izbrisanih iz zvanične istorije (izveštaji sa suđenja Lukiću u Haškom tribunalu) rađa posredovanu i prenetu traumu drugih. Mogući lek je povratak u Višegrad, suočavanje sa potisnutim narativima i njihovo glasno izricanje. Verko *preuzima* sećanja odsutnih/mrtvih/nestalih svedoka, doživljavajući intergeneracijsku traumu kao sopstvenu. Pozivajući se na Kaju Silverman (Kaja Silverman), Marijen Hirš vrstu sećanja „(sa)osećanja i patnje sa drugim“, identifikacije sa tuđim bolom naziva heteropatskom. Kao i post-sećanje, heteropatska (pri)sećanja podrazumevaju osećanja koja se prenose porodično, odnosno transgeneracijski, „u kome je pojedinac više povezan sa drugima kroz porodične ili grupe relacije“ (Hirsch 1999: 9), te „mogu da zavise isključivo od prostorne i kulturalne razdaljine i temporalnog koincidiranja“ (*Ibid.*), odnosno od stvorenih afilijacija. U tom smislu „afilijativna post-sećanja/heteropatska (pri)sećanja bila bi rezultat istovremenosti i generacijske veze sa bukvalno drugom generacijom, kombinovanih sa strukturama medijacije, široko prisvojive, pristupačne i odista dovoljno obuzimajuće da pretvore širu zajednicu u organsku mrežu transmisije“ (Hirsch 2008: 115); heteropatskim (pri)sećanjima uspostavljena igra obezbeđuje da sećanja jačaju kroz (o)sećanja.

„Neželjena i neočekivana blizina“ zločina ponovo vraća Kim Verko na *mesto zločina*, podstičući *prostetička sećanja* definisana u eksplicitno tržišnom kontekstu. U direktnoj sprezi sa komodifikacijom „koja omogućava sećanju i slikama prošlosti da cirkulišu na širokoj skali [...] čineći sećanja dostupnim za svakoga ko je voljan da je plati“ (Landsberg 2004: 20). Sećanja i predmeti prošlosti su roba za preprodaju, kupovinu i na kraju posedovanje. Tehnologije sećanja razvijene tokom dvadesetog veka omogućile su prisvajanje iskustava koja nam prirodno ne pripadaju i nisu nam dostupna, ali ipak suštinski utiču na

konstituisanje subjekta (sećanja). Na taj način, „kapitalistička komodifikacija i masovna kultura stvorili su mogućnost progresivne i radikalne politike sećanja” (Landsberg 2004: 143), pri čemu unikatno mesto pripada filmu.¹³ Tehnološko deterministička tvrdnja da „tehnologija, a ne instinkt, omogućava i podržava razumevanje neophodno za povezivanje kroz različitosti” (Landsberg 2004: 150) obezbeđuje da se film dve autorke prepozna kao utemeljen na karakterističnom prisvajanju pozicije žrtve; usvajanju, posedovanju i reprezentovanju neproživljenog iskustva te perspektive protagonistkinje koja „vidi kroz tuđe oči” (Landsberg 2004:148).¹⁴

Ponovo u Višegradu, Kim je uznemirena iskazima ljudi, njihovim ravnodušnim (čak ne ni stoičkim) miranjem sa zločinima, skriveno prihvaćenim kao deo potisnute prošlosti. Malobrojne žrtve i njihovi najbliži – borci za sećanje – daju retke i disonantne iskaze. Aktivistkinja Edina Omerović (Jasna Đuričić) kaže kako su kazne izrečene u Haškom tribunalu neprimereno blage, a da je jedan ratni zločinac po povratku dočekan „kao heroj” i da sada slobodno hoda Višegradom, tako da svako „može da naleti na njega na ulici”. Ali Kim Verko više ne može da hoda slobodno i bezbrižno kao pri prvoj poseti. Ona sada drži stalno uključenu kameru i strepeći iščekuje zlo. Grad i prolaznici su izvor pretnje; na svakom koraku očekuje da sretne ubice i silovatelje i ironično, svako koga sretne na ulici deluje joj kao verovatni i mogući, neprepoznati ili oslobođeni ratni zločinac.¹⁵

Očaj i panični strah dokazuju potpunu identifikaciju naratorke sa silovanim ženama. U odsustvu primarnih žrtava, ona preuzima njihovu ulogu, priča njihovu priču, *proživljava i utelovljuje* njihovu traumu; umesto njih se suočava sa zločinačkom prošlosti regiona. Sa dubokim posvećenjem na mestu „živog srca sećanja” (Nora 1989: 23), polaže na krevet po jedan cvet za svaku silovanu ženu. Tako markirano heteropatsko (o)sećanje odaje počast (pr)oživljenoj traumi koja je došla u njen posed zahvaljujući video-kameri i definišu-

¹³ Landsbergova strogo vezuje prostetska sećanja za medij filma što dalje dodatno poništava Norino razlikovanje istorije i sećanja.

¹⁴ Takođe, Landsbergova eksplicitno uvodi pojam *vlasništva, posedovanja* sećanja (Landsberg 2004: 25–49), čime se suprotstavlja stavu Aleide Asman da se „za osobu može reći da *deli* sećanja, ali nikada da *poseduje* sećanja druge osobe” (Asman 2003: 37). Tržišno pozicioniranje sećanja govori o *razmeni i posedovanju* sećanja, što adekvatno opisuje procese prenosa sećanja u filmu *Za one koji ne mogu da govore*.

¹⁵ Kim Verko: „Za svaku osobu koju sretnem u gradu pitam se šta je radila tokom rata. Jesi li učestvovala ili samo gledala?”

će se „preliva” u njen identitet. Neposredno pre drugog odlaska u Višegrad, Kim za rođendan dobija od prijatelja na poklon „veoma skupu” sliku puta kojim su „drevni Aboridžini putovali kroz Australiju”. Ipak, ona nema želju da se poveže sa potisnutim sećanjima Australije, već odlazi u daleku Republiku Srpsku da tamo utelotvori traume nasilja. Prihvatajući poziciju epistemološke privilegije u odnosu prema zločinima u Bosni, ona radikalnije briše sopstveni identitet bele Australijanke. Kritikujući ovakvo brisanje i zamenu identitetskih pozicija, LaCapra navodi:

„Istorijska trauma je specifična, i nema svako pravo na subjekatsku poziciju koja se sa njom povezuje. Problematično je identifikovati se sa žrtvom, pretvarati sebe u surogat žrtvu, koja ima pravo na žrtvin glas ili subjekatsku poziciju. Uloga empatije i empatične nelagode sastoji se u pažljivom sekundarnom svedočenju bez prava na taj identitet. To podrazumeva vrstu virtuelnog iskustva kroz koje se stavljamo u tuđu poziciju uz prepoznavanje razlike (te pozicije) i samim tim ne zauzimajući tuđe mesto.” (LaCapra 1999: 722)

U nedostatku primarnih svedoka, kao i usled minimalnih četrdesetak sekundi (20’30”–21’10”) dodeljenih preživelim (dokumentarni materijal svedočenja u Haškom tribunalu protiv Milana Lukića) Kim Verko odlučno potpuno preuzima teret i odgovor-nost reprezentacije traume. U uslovima incidentnog transfera traume (noć u hotelu), posledičnog mediatizovanog saznanja o zločinima kroz prigušena svedočenja i blede dokaze (druga poseta Višegradu) sa pravom se može sumnjati u intenzitet, autentičnost afektivnosti i epistemološku utemeljenost sećanja.¹⁶ Informacije koje Verkoova može da prenese manje su faktografskog, a pretežno sentimentalističko-senzacionalističkog karaktera, naglašavajući besmisao dekontekstualizovanog suprotstavljanja apsolutnih žrtava i apsolutnih zločinaca, te generišući ono što En Kaplan zove *prazna empatija* (Kaplan 2005). Pitanje vrednosti „tragične” identifikacije

¹⁶ En Kaplan navodi pet različitih stepena trauma: od primarne, koja podrazumeva proživljavanje traume, preko svedočenja drugog stepena, što podrazumeva prisustvo i svedočenje neposrednom događaju. Na trećem stepenu je izloženost vizuelnim dokumentima zločina, a čitanje novina i samostalno (re)konstruisanje trauma je na četvrtom stepenu. Petostepeno svedočenje podrazumeva pažljivo slušanje detaljnog svedočenja primarnog svedoka, kao na primer tokom terapije (Kaplan 2005: 91–92).

ili nekontrolisane transferne relacije u ponavljanju trauma drugog „u potrebi da olakša patnje u urušenom sopstvu” (LaKapa 1997: 236) sa pravom ostaje otvoreno. No, nesporni pogled spolja na istorijsku traumu izvesno ima veliki uticaj na politički, kulturni i socijalni razvoj država bivše Jugoslavije. *Za one koji ne mogu da govore* je politički angažovan film koji iz hibridizovane spoljašnje i unutrašnje pozicije (Jasmila Žbanić i Kim Verko posle prisvajanja sećanja) svedoči o radikalnim podelama unutar bosanskog društva. Neke od posledica i dalje aktuelne politike nacionalizma su oživljavanje suprotnosti istorije i sećanja generisanjem etnicizovanih narativa, te brisanje i isključivanje disonantne faktografije, za čime posežu sve strane.

4. Zaključak: Svedočenje kao izvođenje (post)sećanja

Analiza filmova *Nevrijeme* Hansa Kristijana Šmita i *Za one koji ne mogu da govore* Jasmile Žbanić ukazuje na raznovrsnost interpretacija pojma sećanja i trenutka svedočenja u kontekstu sećanja (post, prostetskog, primarnog, sekundarnog itd.) sa ciljem legitimizacije žrtvi, vraćanja potisnutog ili izbrisano iz oficijelne istorije. Na drugoj strani unisono dokazuju prevagu afektivno-performativnog aspekta svedočenja – nad saznavim – kao odlučujućeg faktora konstruisanja, preoblikovanja i artikulacije neizbežnog trojstva prošlosti/trauma/(post)sećanja. U filmu *Nevrijeme* svedočenje je istovremeno dvostruko orderivo kao afektivno utelovljenje izvođenja te kao uspostavljanje *odgovor-ne* veze sa slušaocem/sekundarnim svedokom, čime se realizuje prošlost u sadašnjosti i omogućava konstituisanje subjektiviteta izvan i nezavisno od prepoznavanja. U filmu *Za one koji ne mogu da govore*, saznavni aspekt svedočenja se nazire u senci afektivno-performativnog. Diskretnim ali postojanim poređenjem činjenica stvarnosti i njihove transmisije kroz sećanja do sadašnjosti u hibridnoj pseudodokumentarnoj i dnevničkoj formi, svedočenje je podvrgnuto stalnoj proceni vrednosti. Epistemološka i faktografska reevaluacija ima dvostruko nastojanje: da rekontekstualizacijom legitimiše i inkorporira sećanje u *objektivni* naučni narativ (i uz to kroz istoriju institucionalizuje studije sećanja kao naučnu disciplinu), a da zahvaljujući ulozi (re)medijacije potvrdi postsećanje kao efektanu kontrahegemonu praksu otvarajući prostor polisemičnosti, inter i multiperspektivnoj interpretaciji, te stvaranju platforme za vaskoliki dijalog na balkanskim prostorima u večitom previranju.

Literatura

Assman, Aleida. 2010. "Re-framing memory. Between individual and collective forms of constructing the past", in *Performing the Past: Memory, History and Identity in Modern Europe*, Karin Tilmans, Frank van Vree and Jay Winter (eds.). Amsterdam: Amsterdam University press, pp. 35–51

Barad, Karen. 2012. "On Touching – The Inhuman that Therefore I Am" (v1.1.) originally published in *differences* (2012), 23(3), pp. 206–223
<https://planetarities.sites.ucsc.edu/wp-content/uploads/sites/400/2015/01/barad-on-touching.pdf>, Pristupljeno 10.8.2017.

Daković, Nevena. 2010. „Etika narativa sećanja i svedočanstva – Balkanski rat na filmu“, *Kultura* br.127, str. 51–65.

Daković, Nevena. 2014. *Studije filma: ogledi o filmskim tekstovima sećanja*. Beograd: FDU.

Daković, Nevena. 2016. „Filmski narativi Sonderkommand: Šaulov sin ili o naraciji žrtve, učinioca, traume i smrti“, *Temida* 3-4, str. 477-492.

Felman, Shoshana and Laub, Dori. 1992. *Testimony: Crises of Witnessing in Literature, Psychoanalysis, and History*. New York: Routledge

Gregg, Melissa and Siegwirth, Gregory J. 2010. "An Inventory of Schimmers" in *The Affect Theory Reader*, Melissa Gregg and Gregory J. Siegwirth (eds.). Durham, London: Duke University Press, pp. 1–29

Hirsch, Marianne. 1999. "Projected Memory: Holocaust Photographs in Personal and Public Fantasy" in *Acts of Memory: Cultural Recall in the Present*, Mieke Bal, Johnatan Crewe and Leo Spitzer (eds.). Hanover, London: University Press of New England, pp. 2–23

Hirsch, Marianne. 2008. "The Generation of Postmemory", http://historiaaudiovisual.weebly.com/uploads/1/7/7/4/17746215/hirsch_postmemory.pdf. Pristupljeno 10.8.2017.

Johnston, Adrian and Malabou, Catherine. 2010. *Self and Emotional Life: Philosophy, Psychoanalysis, and Neuroscience*. New York: Columbia University Press

Kaplan, Ann, E. 2005. *Trauma Culture: The Politics of Terror and Loss in Media and Literature*. New Brunswick, New Jersey, and London: Rutgers University Press

LaCapra, Dominik. 1997. "Lanzmann's 'Shoah': 'Here There Is No Why'", *Critical Inquiry*, Vol. 23, no. 2, pp. 231–269

LaCapra, Dominik. 1999. "Trauma, Absence, Loss", *Critical Inquiry*, Vol. 25, No.4, pp. 696–727

Lansberg, Alison. 2004. *Prosthetic Memory: The Transformation of American Remembrance in the Age of Mass Culture*. New York: Columbia University Press

Massumi, Brian. 2015. *Politics of Affect*, Cambridge: Polity Press

Nora, Pierre. 1989. "Between Memory and History: Les Lieux de Memoire", *Representations* no. 26, *Special Issue: Memory and Counter-Memory*, pp. 7–24

Oliver, Kelly. 2001. *Witnessing Beyond Recognition*. Minneapolis: University of Minnesota Press

Wieviorka, Annette. 2006. *The Era of the Witness*. Ithaca, NY: Cornell University Press

Internet izvori

Ahmetašević, Jelačić i Boračić. 2006. "Investigation: Visegrad rape victims say their cries go unheard", https://www.academia.edu/1083737/Investigation_Visegrad_rape_victims_say_their_cries_go_unheard. Pristupljeno 10.08.2017.

UDK: 791 Nikolić Ž.

RAZVOJNI ANALOGONI I ANTECEDENCIJE
U POETICI ŽIVKA NIKOLIĆA

DEVELOPMENTAL ANALOGONS AND ANTECEDENCIES
IN THE POETIC OF ŽIVKO NIKOLIC

dr ZORAN KOPRIVICA, vanredni profesor
Fakultet dramskih umjetnosti, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: *Analogoni u Nikolićevoj poetici otvaraju mogućnost daljeg istraživanja i pritom ne predstavljaju puko preslikavanje dominantnih motiva. Oni su i dokaz da se Nikolić najradije držao onoga što je najbolje poznao, tradicije i običaja podneblja u kom je ponikao. U antedencijama Nikolić je pronalazio ne samo mogućnosti njihove kreativne nadgradnje, već i inspiraciju, proširivao ih, nanovo uobličavao, bogatio novim detaljima i unosio u dijegetički okvir svojih filmova.*

Ključne riječi: *Analogoni, antedencije, poetika, Živko Nikolić*

Abstract: *Analogues in Nikolic's poetics open up the possibility of further research and thus do not represent a mere mapping of dominant motifs. They are also a proof that Nikolic liked to cling to what he knew best, the traditions and habits of the land where he was born. In antecedences Nikolic found not only the possibilities of their creative superstructure, but also the inspiration, expanded them, re-shaped, enriched with new details and introduced into the diegetic framework of his films.*

Key words: *Analogons, Antecedencies, Poetics, Živko Nikolic*

1. Uvod

Dramaturški analogoni i antedensci predstavljaju jedno od esencijalnih izražajnih svojstava, na određeni način i katalizatora, ukupne dijegetičko-narativne strukture Nikolićevih, kako dokumentarnih tako i igranih filmova.¹

¹ Njihova redundantna upotreba, međutim, nikako ne znači, i nije u vezi sa pomanjkanjem ideja kod Nikolića reditelja, na šta nedvosmisleno ukazuju i primjeri koje navodimo.

Analogoni su u Nikolićevoj poetici, na određeni način, nedovršene strukture, one koje otvaraju mogućnost daljeg istraživanja, i ne predstavljaju samo puko preslikavanje dominantnih motiva, niti njihovu deskripciju. Oni su, istovremeno, i dokaz da se Nikolić najradije držao onoga što je najbolje poznao, tradicije i običaja podneblja u kom je ponikao. Nikolić je u dramaturškim antecedencijama s jedne strane otkrivao mogućnost njihove kreativne nadgradnje, a s druge, tražio inspiraciju, proširivao ih, na nov način uobličavao, bogatio novim detaljima i unosio u dijegetički okvir svojih filmova.

2. Dokumentarni filmovi

2.1 *Polaznik*²

Nikolić u ovom filmu svoje aktere 'preuzima' sa onog mjesta na kojem ih je u *Ždrijelu*

'ostavio' – sa pragova njihovih kamenih kuća. Starice sa crnim maramama koje svojim izgledom podsjećaju na monahinje. Simetrično, formacijsko kretanje u prostoru i odzvanjanje koraka. Djeca koja se drže za metalne šipke na prozoru i posmatraju 'opremanje' polaznika. Tužbalica, plač. Retardirani mlađić s bradom koji je u *Ždrijelu* nosio krst na čelu pogrebne povorke sada se 'privija' uz krst na groblju.

2.2 *Bauk*

Zujanje preneseno iz završne sekvence *Polaznika*.³ Jukstapoziranje: infinitezimalne figure žena sa teretom na leđima naspram ogromnih kamenih gromada /motiv iz *Ždrijela*, dok 'momci' odvođe Mila Avetnog/. Ritual tjeranja zlih duhova, simetrično odmahivanje rukama starice naboranog lica i djevojke koja je pripremila bauk /motiv iz *Ždrijela*/. Bacanje bauka u vatru, pojačan plamen /u *Polazniku* se u vatru baca pokojnikovo iznošeno odijelo/.

2.3 *Marko Perov*

Strmi put u kamenjaru s crvenkastom zemljom /predio jednako neobičan kao i onaj u *Bauku* na vrhu kamenog brežuljka na koji dolaze žene koje su se uputile u mlin/.

² Ovaj pregled počinjemo od 'Polaznika', kao prvog filma u kojem je moguće prepoznati i izdvojiti analogone u odnosu na film koji mu je prethodio.

³ Nameće se utisak da je svaki svoj dokumentarni film Nikolić nastavljao tamo gdje je 'ostavljao' prethodni.

2.4 Prozor

Mlada žena u crnom češlja staricu koja teško diše; oštar zvuk češlja i otkrivanje njenog lica /motiv identičan onom u *Polazniku* sa staricom nabornog lica/. Posipa mužu da se umije /u *Bauku*, posipanje starici da se umije/. Postelja u kojoj mlada žena okreće nepokretnu staricu /nemoćna mlada žena, 'žrtva' primitivnog abortusa u *Bauku*, Mile Avetni dok ga bičuju okrenutog ničice u *Ždrijelu*/.

2.5 Ine

Žena večernjeg šetača prinosi jelo za sto, dok jedu nema nikakvog razgovora /*Prozor*/. Jedan od gostiju restorana u koji ulazi večernji šetač podiže svijećnjak, i plamenom svijeće pripaljuje cigaretu /u *Prozoru* žena prinosi mužu nagorelo drvo/.

2.6 Ane

Ane se češlja gledajući se u ogledalu /motiv iz *Prozora*, u *Ine*, djevojčica koja okreće okruglo ogledalo na postolju/. Svijeće u kandelabru /svijeće na stolovima u *Ine*/. Daleki udar zvona /nejasno i daleko zvono kojim se 'obznanjuje' zločin u *Bauku*/. Prinošenje poslužavnika, čajnika, šolja /*Prozor*, *Ine*/. Služavka češlja Ane /u *Prozoru*, mlada žena češlja staricu/. Ani nedostupna festivna sfera: veseo i živahan razgovor, smijeh, opuštenost /atmosfera s kojom se 'suočava' večernji šetač u *Ine*/. Starica na prozoru sa odškrinutim škurama /motiv čekanja voza u *Prozoru*/. Morski talasi sa pojačanim udarom /*Oglav*/.

2.7 Graditelj

Djevojčica koja pere sudove /motiv iz *Prozora*/. Znatiželjno posmatranje djeteta dok se sprema hrana /*Prozor*/. Tišina koja prati objedovanje /*Prozor*, *Ine*/. Ruka graditelja koji prinosi kašiku ustima djeteta /motiv u *Ine*, u *Prozoru* to radi majka dječaka/. Kupanje djeteta /*Prozor*/. Žena koja upreda vunu /pletilja na ulici u *Ine*/. Flaša u rukama graditeljeve žene /*Prozor*/. Osmjeh na licima djece do kojih dopire zlostavljanje iz udžerice /u *Ždrijelu* zlostavljanje se obavlja na očigled svih, a žene su te koje se tome smiju/. Žena koja podaja dijete /Ciganka koja se izdvaja iz grupe i sjeda na kamen pored puta da bi podojila dijete u *Marku Perovom*/. Djevojčice koje sa prozora posmatraju sviranje svoje vršnjakinje /djeca u *Ždrijelu* i *Polazniku*/.

2.8 Biljeg

Žena koja podiže lanac i priprema verige /*Prozor*/.

3. Dugometražni igrani filmovi

3.1 Beštije

Provirivanje, voajeri /motiv iz *Ždrijela*, *Polaznika*, *Graditelja*/. Neobičan zvuk koji nešto nagovještava, najčešće ominozno /*Ždrijelo*, *Polaznik*, *Bauk*, *Ane*, i kao lajtmotiv u ovom filmu/. Čento koji vuče kolica natovarena kamenom /motiv iz *Graditelja*/. Kapetanova ruka u krupnom planu koja se lagano pokreće /ruka starice u *Prozoru*/. Žene koje se zasmiju u trenutku kada Brkača nagovara Čenta da napastuje Nepoznatu djevojku /*Ždrijelo*/. Anđelko koji pere noge Nepoznatoj djevojci /obrnuta situacija od one u *Prozoru*/. Bulutov nasilnički odnos prema ženi /*Ždrijelo*, *Graditelj*/. Plač djeteta koje se ne vidi /plač nerođenog djeteta u *Bauku*/. Unutrašnjost crkve, koje nije bilo u Nikolićevim dokumentarnim filmovima, izuzimajući porušenu crkvu u *Ždrijelu*.

3.2 Jovana Lukina

Čovjek i kamen /Nikolićevi dokumentarni film filmovi iz rane faze, *Biljeg*/. Monahinja koja zaključava vrata crkve Jovani i Luki; monahinja koja napastuje Jovanu /*Marko Perov*, *Beštije*/. Ruka starice koja se lagano podiže /*Prozor*, *Beštije*/. Jovana starici prinosi čašu /*Prozor*/. Jovana koja se 'prepoznala' na ikoni /mlada žena u *Prozoru* koju Nikolić 'prepoznaje' kao ikonu/. Dvoje plavokose djece, obučene u bijelo /dječak u *Ždrijelu*/. Rušenje crkve /alegorijska parabola o rušenju crkava u real-socijalizmu – priča koju je Nikolić započeo u *Ždrijelu*; zapaljena crkva u *Beštijama*/. Jovana naslanja glavu na zidine porušene crkve, začuje se poj /nastavak Nikolićeve priče iz *Ždrijela*, kada djevojka u dugoj bijeloj haljini prislanja glavu uz rupu u zemlji koju je iskopala rukama/. Čento sa krstom na ramenu /transparentna simbolika, krst u *Ždrijelu*, *Polazniku*, *Beštijama*/. Nagorelo drvo kojim se kažnjava 'neposlušna' žena /nagorelo drvo koje mlada žena u *Prozoru* prinosi mužu/. Jovana, koja skida sa sebe odjeću i počinje da igra /Nepoznata djevojka u *Beštijama*/. 'Portret' voajera na prozoru /*Graditelj*, *Beštije*/.

3.3 Smrt gospodina Goluže

Mlada žena koja zatvara škure /*Beštije*/. Čovjek koji govori da ne da svog fazana: "To je moj Cezar!" /Čento u *Beštijama* ne da svoj kovčežić: "To je moje!"/. Motiv noža: Goluža nožem reže jabuku dok razgovara s Popom; nož kojim besposličar prijeti da će da zakolje fazana/u *Jovani Lukinoj*, bezbožnik

koji udara nožem u ikonu na crkvenim vratima; razbojnik koji Luki stavlja nož ispod grla/. Mačak, poštar i glumac, upravnica pozorišta, takođe Mačak /*Beštije*, Sreća vlasnik kafane i Sreća, njegova žena/. Služavka Milena pomaže Anki dok se kupaju, smiju se /služavka u *Ane*, ali u sasvim drugačijem ambijentu i bez osmjeha/. Palanački znatiželjnici koji prate Golužu ulicama /u *Beštijama*, nepozantu djevojku ulicama prate žene koje predvodi Brkača/. Sveštenik koji poje /monahinja u crkvi u *Beštijama*/. Goluža i Anka u crkvi /Jovana i Luka u crkvi u *Jovani Lukinoj*/. Unutrašnjost crkve /unutrašnjost polusrušene crkve u *Ždrijelu*, unutrašnjost crkve u *Beštijama*/. Profesorov glas savjesti i razuma upozorava na opasnost od nadolazećeg fašizma i kataklizmu koja prijeti čovječanstvu /Miletisimus u *Beštijama* govori o kataklizmi koja prijeti ostrvu/. Služavka Milena čisti komodu i okvir ogledala /služavka u *Ane*/. Ankin odlazak na grob mužu /u *Ždrijelu*, na grob odlazi nostalgичna starica, a u *Beštijama* na groblju se tuku Brkača i Srećina žena oko svog počivšeg muža, odnosno ljubavnika/. Goluža traži od gradonačelnikove žene da igra u krevetu; isto ponavlja i sa krojačevom ženom koja okreće ruke u ritmu muzike /*Beštije*, *Jovana Lukina*/. Gradonačelnik koji udara ženu /u *Beštijama* to radi Bulut/; i žena mužu, Gradonačelniku, uzvraća šamar /*Jovana Lukina*/. Monahinje koje prolaze jedna za drugom sa zapaljenim svijećama u rukama /*Marko Perov*, *Beštije*/. Goluža skida naočare dok liježe pored Anke /večernji šetač u *Ine*/. Goluža prekriva sliku Ankinog muža /u *Beštijama* Pop prekriva Martinu sliku/. Anka svira i pjeva Goluži /Anđelko Nepoznatoj djevojci u *Beštijama*/. Brico vulgarnom replikom reaguje na Profesorove riječi da Golužu neće da tjera u smrt /u *Jovani Lukinoj*, jedan od onih koji prate gazdu Maksima, na sličan način obraća se Luki/. Glumica Mačak smije se držeći se za rešetke /rešetke na prozorima u *Ždrijelu*, *Polazniku*/. Posle Golužinog skoka u 'smrt', oni koji su ga na to natjerali u strahu se udaljavaju /isto to rade oni koji su srušili crkvu u *Jovani Lukinoj*/.

3.4 Čudo neviđeno

Karuzo svira i pjeva Amerikanki /Anđelko Nepoznatoj djevojci u *Beštija*, Anka Goluži u

Smrti gospodina Goluže/. Pored pokojnika prolaze i klanjaju se /*Polaznik*/. Odlazak na žalost /*Polaznik*/. Dolazak gazda Šćepana na sahranu; dočekuju ga na obali, klanjaju se, skidaju kape /doček gradonačelnika i, potom, Goluže na novogodišnjem balu u *Smrti gospodina Goluže*/. Gazda Šćepan /gazda Maksim u *Jovani Lukinoj*/. Kafana i atmosfera unutar nje /*Beštije*, *Goluža*/. Sahrana Zeljovog đeda /u *Polazniku*, tužbalice i lelekanje, ali ne i poj sveštenika/. Govor gaz-

de Šćepana /Anđelkov govor u kojem se ističu Ćentove 'zasluge' u *Beštijama*/. Dok gazda kafane Baro viri kroz ključaonicu, Amerikanka otvara vrata /u *Goluži* na istovjetan način Pop razotkriva upravnika hotela Simeona/. Gazda Baro koji liježe pored Amerikanke. "Dobro, gazda, šta sad to treba da znači? / "Znači dijete da se držiš mene." /Pop i Nepoznata djevojka u *Beštijama*/. Amerikanka: "Pa dobro, šta oćeš ti sad od mene?" / "Ništa, ovog mi krsta, samo, eto, da te vidim голу." /stari Kapetan i Nepoznata djevojka u *Beštijama*/. Komentar Šorove žene dok se Amerikanka kupu u jezeru: "Kurva, vidi samo kako se obukla." /'fama' koja prati *Anku* u *Goluži*/.⁴ Baba Grana, dok se Amerikanka kupu u jezeru: "Pu, što nijesam muško!" /Srećina žena u *Beštijama* koja istim povodom kudi svog muža/. Šorovu ženu ispovijeda Makarije Ćudotvorac /Pop iz *Beštija* i Makarije: "Što te muči, dijete moje?"/. Karuzo Amerikanku prevozi čamcem do manastira /u *Beštijama*, Anđelko nepozantu djevojku vozi na kolicima; Karuzo prema Amerikanki ima gotovo istovjetan odnos kao i Anđelko prema Nepoznatoj djevojci/. Otac Leontije kaže Amerikanki da ima lik svetece /ikonopisac Petar Jovani u *Jovani Lukinoj* govori isto to/. Monah koji udara Makarija Ćudotvorca kaišem po leđima /*Ždrijelo* – istjerivanje zlih duhova iz Mila Avetnog/. Amerikanka bježi u trenutku kad Makarije Ćudotvorac razgrne mantiju /u *Beštijama* Pop se svlači, ali Nepoznata djevojka nestane/. Baro, vlasnik kafane: "Samo malo, šta te košta, već sam star, možda mi je ovo zadnja želja." /stari Kapetan i Nepoznata djevojka u *Beštijama*/. Amerikanka skida sa sebe odjeću, počinje da igra /Nepoznata djevojka u *Beštijama*, Jovana u *Jovani Lukinoj*/. Zeljo s drveta skida i odnosi Amerikankinu odjeću dok se ona kupu u jezeru. Đoko: "Šta ćemo sad da uradimo?" / Zeljo: "Ti ništa, biće samo moja." /u *Beštijama*, sekvenca obračuna kada Anđelko kaže Bulutu: "To je moje!"/. Krstinja udara Šora /Jovana Luku u *Jovani Lukinoj*, gradonačelnikova žena Gradonačelnika u *Goluži*; povodi za konflikt su različiti/. Krstinja, Šorova žena: "Što je Šorovo, to je i moje!", misleći pri tom na Šorovu laž u vezi s djetetom koje očekuje sa Amerikankom /Jakov Jovani u *Jovani Lukinoj*: "Ako je njima bilo lijepo, i nama je dobro." / 'Priča o narodu': gazda Šćepan psuje narod koji "ne vidi ništa dalje od ribe", i dok voda raste pokazuje Inženjeru potpise: "Narod je uz mene!" / upravnik hotela Simeon na *Golužino* insistira-

⁴ U pitanju je ista glumica, Savina Geršak. Još jedan dokaz da Nikolić 'premještajući' svoje glumce iz filma u film, zadržava karakterne osobine lika koji oni tumačili u prethodnom filmu, dovodeći ih prevashodno u vezu sa njihovim 'glumačkim' habitusom. Slično je i sa Petrom Božovićem i njegovim ulogama Zelja, Žorža i Maksima.

nje da ga narod hoće za gradonačelnika: "Narod hoće da ispuniš svoje obećanje, i to večeras, u ponoć!", *Smrt gospodina Goluže*/. Tunel ('tunjel') kao primjer isključivosti i ljudske gluposti /tunel kroz koji s fenjerom prolazi stražar u *Biljegu*/. Makarije Čudotvorac huška žene na Amerikanku, jer, kako kaže, otkad se ona okupala u jezeru, više ribe nema /U *Beštijama* to govore žene za vodu u bunaru koju je Nepoznata djevojka pila i koju one više neće 'ponijeti'/. Dvije paralelene radnje: gazda Šćepanovo probijanje tunela i 'hajka' za Amerikankom /u *Jovani Lukinoj*, Lukino pripremanje krečane i 'hajka' za Jovanom – i u jednom i u drugom slučaju radi se o ekstremnom fanatizmu/. Makarije Čudotvorac Karuza naziva Sotonom /'Sotono!' kaže Pop Goluži u *Smrti gospodina Goluže*/. Pijani Đoko, pokriven ćebetom, u kamenjaru /pijani upravnik hotela Simeon na stepeništu u *Goluži*/. Makarije Čudotvorac u crkvi, s krstom u ruci, drži govor pred okupljenim ženama protiv Amerikanke /Pop u *Beštijama* koji razgovara sa ženama o Nepoznatoj djevojci, ali ne u crkvi/. Čovjek na krovu kuće /znatiželjnici uz obalu i na krovovima u *Goluži*/. Karuzo i Amerikanka pjevaju: "Jahaćemo na konjima bjelim svatovima." /u *Smrti gospodina Goluže* Anka i Goluža pjevaju: "Čarobni lik jedne žene ..."/

3.5 Ljepota poroka

Uvodna sekvenca kao zaokružena narativna cjelina /*Smrt gospodina Goluže*/. Ispod kamenog brda u dubini presijava se horizont /*Iskušavanje đavola*/. Pjesma svatova, "Oj javore, zelenbore..." /*Ždrijelo*, "Pođosmo li, pođosmo ...", ali kao farsa/. "Znam ja, šta tebe fali. Dođi vamo!" Žoržova žena govori djeci da se igraju; djeca ostaju nijema /*Ždrijelo*/. Pop koji poje u crkvi /*Goluža*/. Žorž iz svoje sobe izbacuje stvari mlade žene, njegove radnice: "Kurvaru!" /"Neradnice!" /sličan dijalog sa svojom radnicom vodi i gazda kafane Baro u *Čudu neviđenom*/. Pokret, poredak i simetrija: Upravnica nudističkog kampa predvodi radnice u crnim uniformama koje ispred sebe guraju kolica /u *Beštijama*, žene u crnom s kanatama u rukama, pored njih je Pop/. Stražar Gorčin repetira pušku i tjera znatiželjnike /Šoro u *Čudu neviđenom*/. Upravnica nudističkog kampa u punom trku predvodi hajku na Kosaninog muža /potjere u *Ždrijelu*, *Beštijama*, *Jovani Lukinoj*/. Čamdžija svira Kosani /Anđelko u *Beštijama*, Karuzo u *Čudu neviđenom*/.

"Prestani više sa tim Žoržom, budalo!" /slična uvredljiva fraza je prisutna i u *Jovani Lukinoj*, kada jedan iz pratnje gazda Maksima reaguje na Lukinu priču; u *Goluži* se na sličan način obraća Brico Profesoru/. Pijani Žorž /pijani upravnik hotela Simeon u *Goluži*, pijani Zeljo i Đoko u *Čudu neviđenom*/. Gošća

stavlja Jagliki crni povež preko očiju /asocijativna simbolika i lajtmotiv/. Praštanje grijeha koje se tragično završava /u *Jovani Lukinoj* žrtva je, također, Luka/.

3.6 U ime naroda

Povorka, nose kovčeg / *Ždrijelo*, i kao lajtmotiv u ovom filmu/. Starica češlja dugu kosu koja joj prekriva lice /*Polaznik*/. Naselje iz filma *Graditelj*. Djeca na prozoru /*Ždrijelo*, *Polaznik*, *Graditelj*/. Direktora Todora u svečanoj fabričkoj sali prisutni dočekuju aplauzom, ustaju /aplauzi i ustajanje za Gradonačelnika i Goluzu, koji dolaze odvojeno, u *Smrti gospodina Goluze*/. Direktorova žena Marika prilazi klaviru, svira i pjeva /*Smrt gospodina Goluze*/. Razgovor Načenika i Predsjednika dok pecaju: "Vidi, kako te pazim, ima više policije no naroda!" / "Vidim!" / "Ruku na srce, ja bih volio da naroda i nema." / "Vala, kako se situacija razvija, ja mislim da će ti se želja i ispuniti." /u *Čudu neviđenom* razgovor Makarija Čudotvorca i gazda Šćepana: "Narod ništa ne razumije!" / "Kad je narod šta razumio?!" ; potom, gazda Šćepan psuje narod koji "ne vidi ništa dalje od ribe."/ . ['priča o narodu' kao lajtmotiv; u uvodnoj sekvenci, razgovor načelnika Maksima i Izvršitelja: "Dobar neki narod!" / "Trudimo se, družo načelniče." ; razgovor Marike i načelnika Maksima: "Znaš li šta narod priča?" / "Narod, pušti narod, to je moja briga." ; Predsjednik direktoru Todoru dok se voze u automobilu: "Pa manhi onda malo, nasmiješi se narodu!"] Načelnik službe državne bezbjednosti koji hapsi muževe /u *Goluži*, Gradonačelnik kaže: Sve ću pohapsiti te gadove!"; u *Čudu neviđenom* gazda Šćepan kaže Makariju Čudotvorcu: "A, ako zatreba, i uhapsiću te!"/. Mira Mariki donosi pismo; Marika prepoznaje rukopis svog muža /pisma u *Goluži*/.⁵ Mira baja oko Milutina /*Ždrijelo*, *Bauk*/. Tri dame, obnaženih grudi, pjevaju /*Lepota poroka*, kafana sa pevaljkom/; tekst je vulgaran /*Čudo neviđeno*, pjesma koja se pjeva u Barovoj kafani/. Pripreme za svečani doček, nosi se slika direktora Todora /*Golužina slika* u *Smrti gospodina Goluze*/. Milutin se sprema da dočeka direktora; njegova žena Mira mu u tome pomaže /*Prozor*, *Jovana Lukina*, *Čudo neviđeno*/. Načelnik Miri: "Ima da zna, iako ne zna, ukoliko nećeš da izgubiš ključeve od novog stana, mercedesa, mojih vrata i ostalih, razumije se ..." / u *Lepoti poroka*, Upravnica nudističkog kampa Žoržu: "Bila sam jasna, Žorž. Želim osoblje. Mi smo ti dali ovu kuću, možemo je i uzeti."/ Načelnik pruža Mariki cvijeće /*Žorž* s buketom cvijeća koje pruža upravnici nudističkog kam-

⁵ Gotovo u cjelosti preslikana situacija iz *Goluže*. Iste glumice i isti motiv. Uz to, Marika, odnosno Anka, glumica Savina Geršak, svira klavir i u jednom i u drugom filmu.

pa, a bilo je namijenjeno Kosani, u *Lepoti poroka*;⁶ cvijeće ne odbija samo Kosa-na Žoržu, već i Anka Goluži u *Smrti gospodina Goluže*. Načelnik, razgovarajući s Marikom, sjeda za sto bez pitanja i počinje da jede /isto radi Žorž u razgovoru s kumovim Lukom i Jaglikom u *Lepoti poroka*/. Predsjednik koji podsjeća na Gradonačelnika iz *Goluže* /pored hedonizma i iživljavanja, povezuje ih i vulgarna retorika/. Scena prožeta patetikom. Marika s djecom ispred Milutinovih vrata, plače; djevojčica trči Milutinu u susret /*Lepota poroka*: razgovor Kosane i Vučka, njenog muža, o djeci koja pate za njom; kumina priča Luki i Jagliki o tome kako ih djevojčica čeka, izlazi na brdo svaki dan i gleda kad će doći; ali i kad pijani Žorž svojoj djeci kaže: "Siročići tatini!"/. Marika se svlači, ostaje naga, navlači spavačicu /u *Beštijama*, dok se mlada žena svlači beštije proviruju/. Žene na zajedničkoj česmi u naselju /*Graditelj*/; njihov smijeh / smijeh djevojaka i žena u *Ždrijelu*; u *Beštijama*: žene u sceni s Čentom i nepozantom djevojkom/. Stražar na kapiji fabrike zaustavlja Milutina, kaže mu da je dobio otkaz i da je to naredba; Milutin hoće da uđe, ali stražar repetira pušku. "Odbi, odbi, bjež, mrši!" /stražar u *Lepoti poroka*/. Žene i djeca na pragovima kuća /*Graditelj*/. Marikino suprotstavljanje nasilju /u *Goluži* Anka kaže: "Ubili su mi muža. A znaš li zašto? Zato što se nisam kurvala s njima." Ishod je gotovo istovjetan: u *U ime naroda* silovanje je iznuđeno, a u *Goluži* brutalno/. Milutin podiže krov na drvenoj kućici, dolaze komšije, pomažu mu /*Graditelj*/. Milutin i Marika kupaju dječaka /*Prozor*/. Tuča Mire i Marike /tuča Brkače i Srećine žene u *Beštijama*/. Žena Načelnika službe državne bezbjednosti u krevetu Predsjednika ⁷ /Goluža i gradonačelnikova žena u 'gradonačelnikovom' krevetu u Simeonovom apartmanu u *Smrti gospodina Goluže*/. Milutin: "Oću da mi kažeš đe si bio!" / Todor: "U Kinšasi, budalo!" /uz istu uvredljivu riječ, Brico se obraća Profesoru u *Goluži*, i policajac Luki u zatvoru u *Lepoti poroka*/.

3.7 Iskušavanje đavola

Kamena, polusrušena kula /*Ždrijelo*/. Dramaturške i mizanscenske sličnosti sa televizijskom serijom *Đekna*.⁸ Svadbeni sto Zmajevića, potom i Krsto-

⁶ U pitanju je isti glumac, Petar Božović, koji i u narednoj sekvenci varira jedan od motiva iz 'Lepote poroka'.

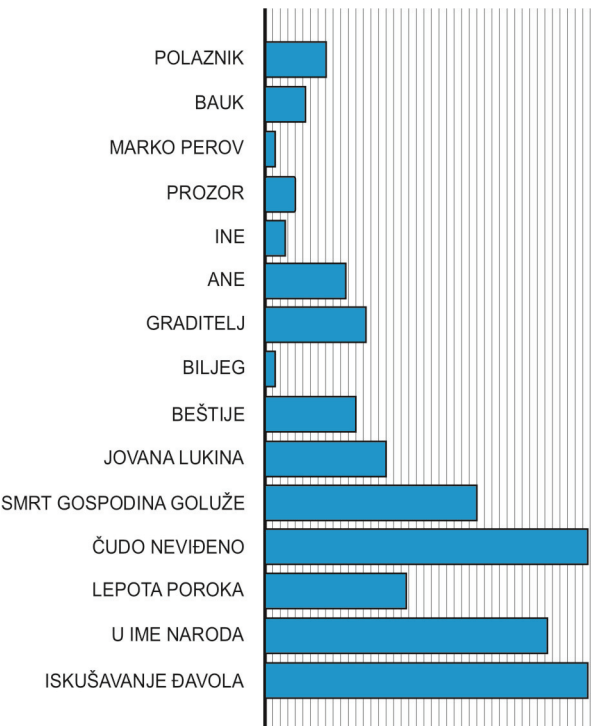
⁷ Metasinematički ekskurs na ivici pornografskog i, istovremeno, ekstradijegetički otklon od narativnog toka priče - špijunski film Načelnikovih izvršilaca čijoj projekciji prisustvuje i sâm Načelnik.

⁸ Televizijska serija 'Đekna još nije umrla, a ka'će ne znamo', nastala je 1988 godine, dakle, godinu dana prije filma 'Iskušavanje đavola'. Nikolić je, međutim, kao i mnogo puta ranije, 'tran-

vića /svadba u *Lepoti poroka*/. Jelkine obnažene noge dok kopa /*U ime naroda*, Krstinjica koja čisti Načelnikovu kancelariju/. Tužbalica, prilaze, klanjaju se pokojniku /*Polaznik*, *Čudo neviđeno*/. Krstović udara ženu; upućuje joj istu psolvku kao i sin Mrguda Mijova svojoj ženi u *Ždrijelu*. Kosarine cipele sa štiklom /nevjesta koja je sa 'uzočas sinom' došla u posjetu ždrijelu, *Ždrijelo*/. Iz autobusa na prašnjavom drumu izlazi gospodin s putnim torbama /Amerikanka u *Čudu neviđenom*/. Poštar Đoka pali drvce šibice /*Graditelj*/. Žene igraju u crnogorskom kolu, sa crnim maramama na glavi /Jaglika u disko klubu u *Lepoti poroka*/. Poštar Đoka govori Majklu /Mikanu/ da su čuli da je čudotvorac /*Goluža u Smrti gospodina Goluže*/. 'Čudotvorca' Majkla u manastiru najviše posjećuju žene /*Smrt gospodina Goluže*/. Žena sa pričom o svetom Đorđu koji je kopljem 'i to na konju bô!' /ispovijest Šorove žene Makariju Čudotvorcu u *Čudu neviđenom*/. Na Orlovo zapažanje da misli šta joj 'sad muž radi', Jelka kaže: "Što god radi, može mu biti." /Krstinja, Šorova žena, u *Čudu neviđenom*: "Što je Šorovo, to je i moje." / Jelka, u odgovoru Kosari da ostavi sve i s njom pođe 'na džadu': "Udata žena čeka čojeka u kući, a ne na džadi." /Marika u *U ime naroda*: "Muž mi na putu, a ja da se provodim." / Majkl: "Mister Đoka, ovoga mi je dosta." / "Šta oćeš? Ti se više o tome ne pitaš. Sad se narod s tobom pita." /*Smrt gospodina Goluže*/. Patetične scene, plač djece /*U ime naroda*/. Stojanka se zalijeće na Orla, udara ga, obara /*Jovana Lukina*, gradonačelnikova žena u *Goluži*, u *Lepoti poroka*, obračun 'isceliteljke' Maca i homoseksualca Goncea/. Potjera čamcima za Orlom i Jelkom /Krstinjina potjera za Amerikankom u *Čudu neviđenom*/. Krstovići Orlu provlače veslo preko ramena, i tako ga ostavljaju /'razapinjanje' Čenta u *Beštijama*/. Jelka u crkvi pali svijeću, krsti se, prilazi joj Majkl / *Smrt gospodina Goluže*, *Goluža* i Anka u crkvi/. Krstović kopa, a njegova žena drži kamen u ruci / *Ždrijelo*/. Kosara majci: "Vi ste svi ljudi!" /Profesor u *Goluži* za one na novogodišnjem balu: "Ludaci!" / Krstovići sa prozora /i prozora sa šipkama/ posmatraji Zmajevića dok se približava njihovoj kući /u mnogim filmovima, počev od *Ždrijela*, preko *Polaznika*, *Prozora*, *Graditelja*, *Beštija*, *Jovane Lukine*, *Goluže* do *Čuda neviđenog*, jedan od najčešće korišćenih motiva, i kao lajtmotiv u ovom filmu/. Jelka proba haljinu /Jaglika u *Lepoti poroka*, proba minduše svoje gošće/. Poštar Đoka 'prebira' po tamburici /*Anđelko u Beštijama*, *Karuzo* u *Čudu neviđenom*, Čamdžija u *Lepoti poroka*/. Jelka pronalazi lampu /nizanje motiva Nikolićevih dokumentarnih i igranih filmova/, duva da

sponovao' ne samo likove /i glumce koji ih tumače/, već i dio atmosfere, karakteristične dramske situacije /čitanje pisma, dozivanje/, pa čak i pojedine replike.

razgori vatra /*Prozor*/, stavlja lonac na verige /*Prozor*, *Biljeg*, *Lepota poroka*/, čisti kuću /*Prozor*/, pere Majklu noge /*Prozor*, *Jovana Lukina*/ . Kamera se kreće po Jelkinom nagom tijelu /*Jovana Lukina*/ . Striko iz Amerike koji je Majkla ostavio bez nasleđa i svu imovinu testamentom zavještao Orlu /*Dokova 'smišljena' laž* da je striko iz Amerika sve prepisao Zelj u Čudu *neviđenom*/ . Poštar Doka: "Poštenja mi!" / u *Lepoti poroka*, Žorž Kosani: "Pravo da ti rečem, za mene je poštenje na prvom mjestu!" Majka Krstovića ubrađena kao monahinja /gotovo svi Nikolićevi dokumentarni filmovi, a od igranih posebno *Beštije* i *Čudo neviđeno*/ . Pop koji poje na sahrani Zmajevica /*Čudo neviđeno*/ .



Iz datog grafičkog pregleda da se zapaziti da su se analogije i antecedencije unutar dijegetičke strukture Nikolićevih filmova javljale umjerenom progresijom, kao i da je njihova uloga u tematski srodnom, ili drugačijem narativnom diskursu uvijek bila dramaturški opravdana. To navodi na zaključak da je Nikolić, posebno u dugometražnim igranim filmovima, 'prepoznao' dramske situacije u koje je bilo moguće inkorporirati određene narativne konstituentne koje ni po čemu neće uticati, niti će na bilo koji način, kao dramaturške iteracije, ili prepoznati motivi, modifikovati njihovu projektovanu narativnu strukturu. Očigledno je, takođe, da su analogoni jedan mali i neznatan dramaturški ingredijent u ukupnoj dramaturškoj i narativnoj strukturi Nikolićevih filmova /posebno verbalni u dugometražnim igranim filmovima/, i uvijek na fonu konkretnog dramskog dešavanja. Dakle, nikada nisu, kao što se

to znalo ponekad predstaviti, sami sebi dovoljni i sami sebi cilj. Dramaturška 'insuficijencija' analogona, prevashodno zbog osobenog tematskog okvira i težišta /originalnog tematskog pristupa/ kojemu su ti filmovi bili okrenuti, izražena je u *Marku Perovom* i *Biljegu* među dokumentarnim, odnosno *Beštijama* i *Jovani Lukinoj*, među dugometražnim igranim filmovima. Zapravo to su /uz *Ždrijelo*/ i najmetaforičniji Nikolićevi filmovi, oni u kojima je ostavljeno malo prostora za tu vrstu dramske i dijegetičke 'nadgradnje'.

4. Rekviziti, mizanscenske korelacije, lajtmotivi

A n a l o g n a u p o t r e b a r e k v i z i t a: štap /starci i starice u *Ždrijelu* i *Polazniku*, štap Popa u *Beštijama*, štap gazde Šćepana u *Čudu neviđenom*/, kamen /*Ždrijelo*, *Bauk*, *Biljeg*, *Jovana Lukina*, *Iskušavanje đavola*/, verige /*Prozor*, *Biljeg*, *Lepota poroka*/, rakijske čaše /*Ždrijelo*, *Polaznik*, *Prozor*, *Iskušavanje đavola*/, ogledalo /*Prozor*, *Ine*/, kosijer /*Marko Perov*, *Jovana Lukina*/, kišobran /*Bauk*, *Graditelj*, *Beštije*, *Jovana Lukina*, *Goluža*/, merdevine /*Polaznik*, *Prozor*, *Graditelj*, *Čudo neviđeno*/, slika /*Ane*, *Beštije*, *Goluža*, *Lepota poroka*, *Iskušavanje đavola*/, slike muževa /*Ane*, *Smrt gospodina Goluže*/, drvena burad koja žene nose na leđima /*Ždrijelo*, *Bauk*, *Biljeg*/ i korpe od pruća /*Biljeg*, *Jovana Lukina*/; razni muzički instrumenti /*Ine*, *Graditelj*, *Beštije*, *Jovana Lukina*, *Goluža*, *Čudo neviđeno*, *Lepota poroka*/, telefon /*Smrt gospodina Goluže*, *Lepota poroka*, *U ime naroda*, *Iskušavanje đavola*/; t i p o l o š k e a n a l o g i j e u n u t a r m i z a n s c e n s k o g o k v i r a: pranje /*Prozor*, *Graditelj*, *U ime naroda*/, pranje muževljevih nogu /*Prozor*, *Jovana Lukina*/; vatra /*Polaznik*, *Bauk*, *Prozor*, *Biljeg*/, crne marame (lica u *krupnom planu*) /*Ždrijelo*, *Polaznik*, *Bauk*, *Marko Perov*, *Prozor*, *Ane*, *Biljeg*, *Beštije*, *Jovana Lukina*, *Goluža*, *Čudo neviđeno*/, kratko pojavljivanje monahinja /*Marko Perov*, *Beštije*, *Goluža*/; češljanje /*Polaznik*, *Bauk*, *Prozor*, *U ime naroda*/; škripa vrata /*Bauk*, *Beštije*, *Jovana Lukina*/; uloga Cigana /*Marko Perov*, *Jovana Lukina*, *Goluža*/, voajeri /*Beštije*, *Jovana Lukina*, *Goluža*, *Čudo neviđeno*/, krezubi /mladić u *Polazniku*, žena koja se smije u *Ždrijelu*, žena u *Beštijama* koja se smije Ćentu koji odbija da napastuje Nepoznatu djevojku, nasilnik koji svira usnu harmoniku u *Jovani Lukinoj*, čudovišta koja napastuju Jovanu/, natpisi /'Srećna Nova 1940' u *Goluži*, 'Kafe Amerika' u *Čudu neviđenom*, 'S naturizmom u budućnost' u *Lepoti poroka*, 'Živio drug Todor' u *U ime naroda*/, pucnji iz puške /*Čudo neviđeno*, *Lepota poroka*, *Iskušavanje đavola*/, pripremanje jela /*Prozor*, *Ine*, *Graditelj*, *Biljeg*/, motiv postelje /*Bauk*, *Prozor*, *Ine*, *Ane*/, igranje karata /*Ždrijelo*, *Beštije*/, motiv izokrenute glave /Ćento u *Beštijama*, 'grešnice' u *Beštijama* i *Jovani Lukinoj*/, bosa stopala žena /*Ždrijelo*, *Bauk*, *Prozor*, *Beštije*, *Jovana Lukina*/, tuča i hvatanje za grlo /u

gotovo svim dugometražnim filmovima; karakteristični primjeri: napad Makarija Čudotvorca na Karuza u *Čudu neviđenom*, Luke na radnika i Goncea u *Lepoti poroka*, Milutina na konobara i direktora Todora u *U ime naroda*, Orla na Majkla u *Iskušavanju đavola*, udarci koje upućuju žene /Jovana Luki u *Jovani Lukinoj*, gradonačelnikova žena Gradonačelniku u *Goluži*, Amerikanka Baru u *Čudu neviđenom*, Stojanka Orlu u *Iskušavanju đavola*, motiv bunara /*Oglav, Beštije, Jovana Lukina*/, smijeh i veselje u kafani /*Beštije, Čudo neviđeno, Lepota poroka, U Ime naroda*/, životinje, najčešće u *krupnim planovima*, njihovi pogledi kada se dešava nešto 'značajno' /primitivni abortus u *Bauku*, onda kada Milutin baca Miru s mosta u *U ime naroda*, magarac u *Oglavu, Beštijama*;⁹ uvredljive riječi 'budalo' /gazda Šćepan Zelu: "Uzmi i udri, budalo!" u *Čudu neviđenom*, policajac Luki u *Lepoti poroka*: "Prestani više sa tim Žoržom, budalo!", direktor Todor Milutinu u *U ime naroda*: "U Kinšasi, budalo!" / i 'mrš' /stražar u *Lepoti poroka* i *U ime naroda*: "Odbi, odbi, bjež, mrš!", Načelnik dok isleđuje Milutina u *U ime naroda*/, odjek koraka /*Marko Perov, Ine, Graditelj, Biljeg*/, krik ptice /*Ždrijelo, Marko Perov, Goluža*/, tužbalica /*Ždrijelo, Polaznik, Biljeg, Beštije, Čudo neviđeno, Lepota poroka, Iskušavanje đavola*/, lelekanje /*Polaznik, Beštije, Iskušavanje đavola*/; a n a l o g o n i k a o l a j t m o t i v i: ruke u *krupnom planu* /*Ždrijelo, Bauk, Prozor, Ane*/, osvijetljeno oko ili dio lica / starica u *Polazniku* i *Bauku, Marko Perov*, večernji šetač u *Ine, Graditelj, Beštije, Jovana Lukina*/; u *Ždrijelu*: djecu simetrično raspoređenu u kamenu /*donji rakurs*/ kao i 'momci' u simetričnoj 'formacijskoj' potjeri za Milom Avetnim, ruke u *krupnom planu*, udaranje štapovima u kamen, smijeh djevojaka i žena, ruševine napuštenih kamenih kuća, drveni krst i pogrebna povorka (kao neksus između partikularizovanih dešavanja u jedinstvenoj priči o *ždrijelu*); izdvojene kamene gromade /*Ždrijelo, Polaznik*/; ruka s brojanicom u *krupnom planu* /*Marko Perov*/; ruka služavke dok prevlači krpom preko uramljene slike, koraci koji odzvanju u izvandijegetičkom prostoru u *Ane*; dijete koje sva dešavanja posmatra s praga, znatiželjno i ozbiljna lica /*Graditelj*/; služavka Milena koja se pojavljuje s crnim velom (trenutak kada i ona, na svoj način, žali za Ankinim mužem), Anka koja se s

⁹ Ni Nikolić nije mogao da se oslobodi određenih naturalističkih detalja; oni su se, zapravo, u ambijentu u kom se radnja odvija, sami od sebe nametali. U 'Prozoru', 'Graditelju' i 'U ime naroda' to je muža, u 'Graditelju', čerečenje životinje u siromašnom, neuglednom naselju nije samo značajan događaj, već gotovo da poprima značaj rituala; isti motiv ponavlja se i u filmu 'U ime naroda'. Stoga ne treba da čudi što su ovi i drugi motivi i analogna mizanscenska rešenja prisutna upravo u sličnim, ili identičnim, kakav je slučaj sa 'Graditeljem' i 'U ime naroda', ambijentalnim okvirima.

crnim velom pojavljuje na mostu, nakon Goluzinog samoubistva u *Smrti gospodina Goluze*; žene u crnom koje se kreću kamenom kosinom iznad jezera i tuže, crkveni poj i zvona u *Čudu neviđenom*; vožnja čamcem po jezeru /*Čudo neviđeno, Iskušavanje đavola*/; Žoržovo tapkanje po licu onih od kojih traži uslugu i 'kojima neće ostati dužan' (poslovođa solane, kum Luka, homoseksualac Gonce) u *Lepoti poroka*; u jednom momentu i Goluža potapše po licu upravnika hotela Simeona /*Smrt gospodina Goluze*/; U-kolo Krstovića /*Iskušavanje đavola*/.

5. Zaključak

U datom pregledu nastojali smo da u okviru eksplicitne tipološke analogije izdvojimo one relevantne anastomoze koje na najbolji način potvrđuju iznesenu tezu s početka ovog rada. Svakako da je moguće izvršiti i brojne potpodjele, izdvajanje onih analogona koji su inherentni samo dokumentarnim ili samo igranim filmovima, onih koji su zajednički i jednima i drugima, lajtmotiva unutar svakog pojedinačnog filma, kao i identična tehničko-scenografska i mizanscenska rješenja.

Literatura

- Ajanović, M., Maslić, Z. (1982/3), *Živjeti, znači buniti se* (razgovor sa Živkom Nikolićem). Sineast 57.
- Baković, T. (1985), *Depresivni optimizam Crnogoraca*. Jugoart, Zagreb.
- Bašlar, G. (1969), *Poetika prostora*. Kultura, Beograd.
- Bataj, Ž. (1980), *Erotizam*. BIGZ, Beograd.
- Bešić, M., Đukanović, B. (2000) *Bogovi i ljudi* /Religioznost u Crnoj Gori/. CID, Podgorica.
- Beti, E. (1988), *Hermeneutika kao opšta metoda duhovnih nauka*. Književna zajednica Novog Sada.
- Bordvel, D. (1999), "Razumevanje narativa". *Filmske sveske* broj 1.
- Brenigen, E. (1997), "Subjektivnost kao naracija". *Reč* 35/36, Beograd.
- Cavell, S. (1978), "Razmišljanja o ontologiji filma". *Flmska kultura* 114.
- Clifton, N. R. (1983), *The Figure in Film*. An Ontario Film Institute Book.
- Daković, N. (1998), „Istinite laži“, u: *Dokumentarni film /studije, polemike, ogledi, razgovori/*.
- De Šarden, P.T. (1979), *Fenomen čoveka*. BIGZ, Beograd.
- Fink, E. (1975), „Biće i pojavljivanje“, u: *Fenomenologija*, Milan Damnjanović, red., Nolit, Beograd.

- Hamburger, K. (1982), *Istina i estetska istina*. Sarajevo, Svjetlost.
- Hamvaš, B. (1992) *Hiperionski eseji /mitologija – estetika – metafizika/*. Matica srpska, Novi Sad.
- Iros, E. (1986), "Biće i dramaturgija filma". *Filmska kultura* 161.
- Jankelevič, V. (1989), *Ironija*. Izdavačka knjižarnica, Sremski Karlovci.
- Jung, K. G. (1973), *Čovek i njegovi simboli*. Mladost, Zagreb.
- Kalezić, V. (1989), „Svijest o satanizmu u čovjeku“, u *Džon Milton: Izgubljeni raj*. Altera, Beograd, str. 443-457.
- Kalfatović, B. (1979), "Od tabua do kulta". *Filmska kultura* 119.
- Kolakovski, L. (1989), *Prisutnost mita*. Rad, Beograd.
- Konstantinović, R. (1991), *Filosofija palanke*. Nolit, Beograd.
- Lemetr, A. (1971), "Fantastično i čudesno". *Filmske sveske* broj 4.
- Magarašević, M. (1979), *Znaci duha podneblja*. Rad, Beograd.
- Peršeron, D. (1985), "Dijageza". *Filmska kultura* 154 – 156.
- Pešić, V. (1996), *Patrijarhalni moral Crnogoraca*. Unireks, Podgorica.
- Petrić, V. (1977), "Za duboku analizu filma". *Sineast* 35/36.
- Plazewski, J. (1965), "Analitička naracija i integralna naracija". *Filmska kultura* 43/44.
- Pogačić, V. (1973), "Scenografija i poezija". *Filmske sveske* broj 3.
- Surio, A. (), „Filmske funkcije kostima i dekora“. *Filmske sveske* broj 4.
- Šaleva, E. (1999), „Između anamneze i amnezije – dijalektika pamćenja i zaborava u postmodernoj kulturi“. *Književnost* 11-12.
- Šefer, P. (1980), „Nevizuelni element u filmu“. *Filmske sveske* broj 1.
- Šlegel, F. (1999), *Ironija ljubavi*. Beograd.
- Tennant, N. (1987), *Anti-realism and Logic*. Clarendon Press, Oxford, 1987.
- Verne, M. (1985), "Nespecifični kodovi". *Filmska kultura* 154 –156.
- Vidaković, M. (1995), *Komično u filmu*. Institut za film, Beograd.
- Volen, P. (1972), *Znaci i značenje u filmu*. Institut za film, Beograd.
- Vud, R. (1983), "Ideologija, žanr, autor". *Sineast* 58/59.

UDK: 791.229.2 Perović V.

**ISTINA U DOKUMENTARNOM FILMU (O DOKUMENTARNOM FILMU I
FILMOVIMA VLADIMIRA PEROVIĆA: „EOHA“ I „ŽIVOT JE“)**

**THE TRUTH ABOUT DOCUMENTARY FILM (ABOUT DOCUMENTARY
FILM AND VLADIMIR PEROVIC' S FILMS: „EOHA“ AND „ZIVOT JE“)**

SEAD ŠABOTIĆ, magistrant

Fakultet dramskih umetnosti, Univerzitet umetnosti u Beogradu

Apstrakt: U ovom radu autor se bavi standardnom analizom dokumentarnog filma, pokušavajući da ukaže na skrivene tehnike i način njihove primjene, uz koju film dobija umjetničku vrijednost i biva zaogrnut univerzalnim porukama.

Ključne riječi: Istina, dokumentarni film, Vladimir Perović

Abstract: In this scientific work, the author deals with the standard analysis of the documentary film, trying to show the hidden techniques and their way of use, with which film receives artistic value and is wearing a universal message.

Key words: Truth, Documentary film, Vladimir Perovic

1. Uvod

U ovom radu osvrnućemo se na nekoliko elemenata koje smatramo značajnim kada je u pitanju dokumentarni film i položaj dokumentariste u svijetu filma. Na samom početku fokusiraćemo se na odnos činjenica – istina u dokumentarnom filmu, da bi potom, u narednom segmentu, prešli na analizu filmova reditelja Vladimira Perovića.

2. Činjenice i istine u dokumentarnom filmu

U više navrata bio smo u prilici da čujem sljedeće preporuke: "Uzmi kameru i snimaj proteste u Crnoj Gori... To bi bio super dokumentarni film, samo treba kameru da postaviš i da je uključiš". "Ovo može samo funkcionisati ako je ona oličenje dobra u jednom trenutku, a već u narednom, navodim primjer, nacistička činovnica".

Zbog takvih opaski i viđenja pomišljao sam da je dokumentarnom filmu „*odzvono!*“! Ipak, uvažavajući ono što podrazumijevaju teorijske postavke i umjetnost, potrebno je reći da dokumentarni film nije ono što misli laička većina. Dokumentarni film, recimo prije svega to, nije kontinuirano bilježenje stvarnosti! Dokumentarni film ne pati da se u njemu već poznate činjenice objašnjavaju! To je jako banalno, i degutantno, štaviše! Ne sputavajte dokumentarni film u paraboličan oblik! Postoji mnogo načela šta nije dokumentarni film, toliko da se o tome može napisati zaseban esej.

Šta je današnji dokumentarni film – sigurno se pitate? Današnji dokumentarni film je kao probušeni lonac u koji uporno sipamo vodu, a kroz čije šupljine ona uporno otiče. Pri tom mi imamo potrebu da se sa njim ili njegovim šupljinama povežemo i saosjećamo, ali i sve i da samo sve rekli nemamo olakšavajuću okolnost. Neprestano nas muči nešto što čak racionalno i ne možemo objasniti. A to su upravo rupe u tom „*nesretnom loncu*“ kroz koje curi nešto neuočeno, procureno, neshvatljivo, neuhvaćeno. Prisustvo, nazovimo je *usiljene metaforične, katkad i simboličke stvarnosti*, koja od običnog gledaoca pravi idealističku i razmaženu jedinku čije su oči zamazane oportunističkim *porukama*, iako to zvuči jako primitivno, koje nam ne dopuštaju da naša „sumnja“ valjano funkcioniše.

Činjenicama neka se bave historičari. Neka za potrebe udžbenika određuju periodizacije, odnosno od kada do kada se nešto desilo, sa osvrtom na to šta je tome prethodilo i šta se nakon toga desilo. Na dokumentaristima je da *pješake činjenicama, a ne da ih turistički posmatraju!*¹

Krenimo od jednostavne pretpostavke da u umjetnosti jedan čovjek nije nužno jedan. Sjetimo se samo *Doktor Džekila i Mister Hajda*. To je jedan čovjek, a ustvari su dva. Zar ne? Umjetnička i umjetnikova saznanja o čovjeku otišla su toliko duboko, da gotovo postoje ogromna grotla iz kojih danas crpimo istine o čovjeku.

Uzećemo za pretpostavku da dokumentarista želi prikazati crnogorsko kulturno nasljeđe primitivnim i zakrčljanim oblikom djelanja. U tom zakrčljajlom i primitivnom miljeu ljudi, jedinka može biti oličenje ideala. Zar ne? Izgled stvari robuje klišeom. A prikaz stvari direktno zavisi od rekreacije više negoli od kreacije!

Od dokumentariste se ne traži, slično reditelju igrane forme, da, uslovno rečeno, režira svoj film, ili, preciznije kazano, da aranžira svoj film. Od nje-

¹ Referencana Hercogovu "Minnesota deklaraciju" stavak 7.

ga se zahtijeva da dovoljno poznaje materiju kojom se bavi, da iz nje crpi sav neophodan materijal koji će mu zauzvrat podariti film, da pokuša da pronikne u najskrivenije istine koje čine nevidljivu sliku stvarnosti i da promišlja stvarnost. Puka faktografija i nabranje, dokumentaristi će samo omogućiti norme, oblike i modele u koje kalupi svoju priču, dok će traganjem za istinom i promišljanjem stvarnosti, osvijetliti istinu.

Borislav Pekić je u svom eseju „*Lepa književnost i ružno davljenje*“, na samom kraju zaključio: „*Ono što, pišući knjigu, pisac mora o svojoj temi znati, uvek je manje od onoga što zna. A ono što zna, uvek više od onog što mu stvarno treba. Ali da bi znao šta će mu trebati, najpre mora napisati knjigu. A da bi je napisao, mora o njoj znati više nego što zna. I tako kao što vidite...*“.² Ovaj Pekićev zaključak, čini se, mogao bi se podjednako prilagoditi za svaku umjetnost.

3. Dokumentarni film i istina

3.1 „Eoha“ (2015)

Reditelj i scenarista: Vladimir Perović; Produkcija: Vladimir Perović, uz podršku: Dogma studija i Ministarstva kulture Crne Gore; Zemlja proizvodnje: Crna Gora 2015. godine; Trajanje: 22:10 minuta.

Ovaj dokumentarni film bavi se životom Andrije Pavličevića Koleta koji živi u selu Čeklići u Katunskoj nahiji. Pavličević je neobični pastir koji je vremenom izgradio poseban način komunikacije sa stadom ovaca i koza.

Kako bi pristupili analizi ovog filma, nužno ga je sagledati iz različitih perspektiva. Treba proći kroz pravce, koji će naizgled biti suprotni osnovnoj liniji ovog rada i analize ovog filma, ali će se doći do izvjesnih zaključaka o odnosu imaginacije i empirije. O umjetničkoj realnosti u dokumentarnom filmu i realnosti u prošlosti iz koje je proizišla umjetnička realnost.

Zaključci koje je nakon toga moguće izvesti, mogu predstavljati osnovnu liniju rada putem kojeg želimo da na konkretnom primjeru objasnimo zašto je takav pristup bavljenja dokumentarnim filmom, uspješan. I usudujemo se reći, što je još bitnije, nužan i ispravan.

Pravci iz kojih ćemo posmatrati pomenuti problem ujedno su i uglovi iz kojih je ovaj film urađen.

1. Artistički pristup
2. Psihološki pristup

² Borislav Pekić, *Tamo gdje loze plaču*, Beograd 1984, 169.

3. Antropološki pristup

Polazno pitanje od koga treba krenuti, jeste šta je „Eoha“? „Eoha“ je snažno filmsko djelo o čovjeku krša, i o njegovoj borbi za egzistenciju, a kroz ovu priču i o svim ljudima i njihovim borbama za egzistenciju. Perović je ispričao priču o čovjeku krša i njegovom životu iz njegove perspektive, ne naše, iz perspektive ovog doba u selu okruženom kršem, ne naše, perspektive života u gradu. U Perovićevom filmu takođe možemo osjetiti i neku vrstu aluzije. Ako aluzija postoji, ona ne pripada umjetničkom metodu aluzije, jer bi film, izvjesno je, bio sasvim drugačiji, nego urođenoj osobini istorije da (re)produkuje slične događaje i slična stanja čak i slične ljude, što gledaoci prepoznaju jasno ili manje jasno.

Izvjesno je da možemo prepoznati u Perovićevom filmu neku vrstu aluzije o vođi, o pastiru. Međutim, da je reditelju bilo prioritarno da pokaže vezu između Andrije Pavličevića Koleta sa arhetipom vođe ili pak pastira, film bi poprimio potpuno drugu konotaciju. Reditelj bi morao, za potrebe takve ideje, *mijenjati* i *prilagođavati* jedno drugome, Pavličevića sa vođom i pastirrom, da bi se što više slagali i model i kopija tog modela. Na samom kraju time se ne bi dobilo ništa osim usiljenosti i takav dokumentarni film bi poprimio oblik paraboličnog karaktera. U uporednoj paraleli Andrije Pavličevića Koleta i, možemo reći, arhetipa pastira, pokušaćemo da osporimo tvrdnju da se radi o dokumentarnom filmu koji presudno prikazuje alegoriju o pastiru, vođi i tome slično. Pastir se u simboličkom značenju tumači kao osoba koja uvijek bdi, koja je uvijek „budna“ i prisutna. Uvijek za svoje stado bira posebnu *hranu*, osjeća kada se približe vukovi. Vjerovatno da Andrija Pavličević Kole posjeduje gotovo sve ove osobine. Ali, da li ga one čine pastirom? Pastirima je, takođe, suđena nepripadnost, duša koja se nikada nije nastanila, duša koja je uvijek u prolazu...³ Da li je to slučaj sa Pavličevićem? Mišljenja smo da nije, jer Pavličević je itekako prisutan. Njegov život postoji. Njegova biografija je izvjesna. Neću se ogriješiti ako kažem da i budućnost jeste! A kod pastira, svakako, da je budućnost neizvjesna, ako pretpostavimo da se njegova duša nikada nije nastanila. Tu sada dolazimo do zaključka da potencijalna aluzija ipak ne pripada umjetničkom metodu aluzije, već da je ona urođena osobina, koja u nama proradi kada istorija (re)produkuje slične ljude, događaje ili pak stanja.

Drugo polazište ove analize je isključivo profesionalnog karaktera. Dakle, krenimo od pretpostavke, da će ovaj film različito biti percipiran od

³ J. Chevalier, A. Gheerebrant, *Rječnik simbola*, Zagreb 1989, 480-481.

svih koji ga budu gledali. Kada kažemo na „svakog“, prvenstveno mislimo na grupacije ljudi. Dakle, ovaj film, navodim primjer, neće isto doživjeti u Crnoj Gori, Njemačkoj i Japanu, jer u svim navedenim sredinama vladaju različite društvene i životne koncepcije pod čijom jurisdikcijom društvo živi. Samim tim, na reditelju je da prilikom rada na filmu ima na umu kako da tretira određenu temu i ideju. U tom smislu reditelj mora voditi računa o tome da svoj rad mora „ispuniti“ autentičnošću koja je svojstvena za određeno podneblje. Ali svakako mora voditi i računa o simbolima koji poprimaju univerzalni karakter. Ali, u pokušajima uvažavanja navedenih zahtjeva, krije se i mala zamka. Kada je reditelj Vladimir Perović u pitanju, mišljenja smo da je on itekako bio uspješan u tome. Gotovo je neizvodljivo da u istoj stvari, u istom detalju (uzimajući okolnosti), dva gledaoca uvide istu stvar. Tu nastupa umjetnička borba da se upravo svi ti detalji u kojima pojedinci vide različite stvari, sagledaju kao cjelina. Jer, stvarnost u filmu se razlikuje od same stvarnosti, pogotovu ako uzmemo u obzir i oči posmatrača, do te mjere da ni sama stvarnost više nije *stvarnost* sama po sebi. Zapitaćemo se kako onda, ako smo u tolikom neskladu, da sagledamo tu stvarnost kao objektivnu? Kako da svaki posmatrač u toj „objektivnoj“ stvarnosti vidi umjetničku namjeru? Kako da tu stvarnost koja je nedokučiva, koja je skrivena od očiju posmatrača, učinimo *objektivnom*? Kako da približimo nešto što je iščezlo iz memorije, ili će ubrzo iščeznuti, a opet je za sobom ostavilo neki trag?

Što se tiče antropološke dimenzije ili smjera iz koga je moguće analizirati „Eohu“, opet je potrebno poći od pretpostavke. Naime, pretpostavimo da je vrijeme Andrije Pavličevića Koleta prošlo, i da od njega isključivo imamo samo dokaz, izvore o njegovom životu. Iz njih možemo saznati kako je Pavličević živio, i gdje i kako je izgledao prostor u kojem je boravio. Ruku na srce, to nije uopšte malo. Međutim, na osnovu svih tih podataka možemo samo imati naše osjećanje i mišljenje o Pavličevićevom životu. Ali nas, kada gledamo dokumentarni film, zanima šta je Andrija Pavličević Kole mislio, kako se osjećao. Prava istina (pa ako hoćete i istorija), se krije u nevidljivim kanalima mišljenja i osjećanja. Ne u opšte primjetnom kanalu kojim teku sveukupne informacije. U tome se upravo kriju čari i tajne dokumentarnog filma.

Iz prvog smjera smo mogli saznati da svako vrijeme ima svoju ekskluzivnu stvarnost i da se baš u tom ekskluzivitetu čini njegova tajna suština. Tu nastupa snaga dokumentarnog filma. Reditelj ima ekskluzivitet da okom objektiva hvata diskretne čari jednog vremena. Ta stvarnost se ne može objašnjavati, ona je takva kakva je, a dokumentarista je misleće biće koje mora pro-

mišljati tu stvarnost. Pedagoški zahtjevi dokumentarnom filmu od strane televizije i njenih prohtjeva ili pak od strane NV organizacija, koje dokumentarni film koriste u propagandne svrhe, pokazali su se krajnje pogubnim i krajnje degutantnim za same umjetničke i sazajne domete dokumentarnog filma.

Drugi segment rada upućuje na isti zaključak, samo ne o djelu i temi već o nama kao tvoriteljima tog djela. Dokumentarista je čovjek i on je stvarnost za sebe. On se ne podudara ni sa jednim drugim živim bićem, samostalan je i sopstven. Svi živimo u ovoj, kako je nazivamo, objektivnoj stvarnosti. Ali, ta stvarnost kako smo ustanovili, svima nama šalje različite poruke. Dakle, objektivno ne postoji. Ako i postoji, ono ne treba da umjetnika zanima, u ovom slučaju dokumentaristu, jer mu nije dostupno. Čak iako mu je objektivna stvarnost dostupna, dostupna mu je isključivo posredstvom intuicije i mašte. Dakle, baš zbog toga dokumentarni film je personalno i imaginativno viđenje tajanstvene stvarnosti kroz objektiv dokumentariste.

Treća važna dimenzija filma koji analiziramo je praksis. On nam poručuje da je bavljenje dokumentarnim filmom mukotrpa analiza, u kojoj na osnovu šturih činjenica saznajemo nešto više o subjektu kojeg tretiramo. Takođe, time vrlo lako možemo ući u zamku, ako stvari ne istažujemo temeljno. Ustanovili smo da nam je neophodno da vidimo kako naš subjekt misli, kako se osjeća i kako djeluje. Međutim, ako ovako ne pristupimo, već podlegnemo tome da na osnovu činjenica, često šturih, objasnimo tu stvarnost, onda samo skidamo ljušturu stvarnosti.

Kroz naprijed izloženo, umnogome je precizirano šta podrazumijeva bavljenje dokumentarnim filmom i možda je čak donijet zaključak šta ga to ne čini više nego li šta ga čini. Samim tim nama ostaje da pokušamo da dođemo do toga šta dokumentarni film čini kvalitetnim ili da se zapitamo kako da prepoznamo kvalitetan dokumentarni film. Da bismo dobili valjan odgovor, treba se kretati u pravcu da ustanovimo šta je suština dokumentarnog filma, kakva mu je forma, kakva mu je uloga i na kraju, kakva je njegova uloga u materijalističkom i kapitalističkom svijetu. U krajnjem potrebno se zapitati da li je dokumentarni film lišen obaveze da se osvrne za sobom i straha da pogleda naprijed. Sve to treba ustanoviti na narednom primjeru filma, koji je takođe režirao Vladimir Perović. Naslov tog filma je, „Život je“.

3.2 „Život je“ (2010./2011.)

Reditelj i scenarista: Vladimir Perović; Saradnik na scenariju: Momčilo Jovanović; Produkcija: Vladimir Perović, uz podršku: CZK /Centara za kulturu Tivat/ i

Ministarstva kulture Crne Gore; *Zemlja proizvodnje: Crna Gora 2010/2011. godine*
*Trajanje: 48:20 minuta.*⁴

U prethodnom poglavlju na kratko smo odložili određena pitanja nad kojim treba sada izvesti moguće zaključke.

Idealna forma dokumentarnog filma ne postoji. Ako je dokumentarni film loš, onda mu ni forma ne valja. A ako je dokumentarni film dobar, kakva da je i forma mu je dobra. Dokumentarnom filmu, kao što se često može čuti, nema granica. On ne poznaje ni vremenske ni prostorne granice. Dokumentarni film se može zanimati i za prošlost i za sadašnjost. Što se tiče budućnosti on može funkcionisati jedino ako se budućnost tretira kao repeticija prošlosti. Uspješan primjer filma takve forme je „Put u vječnost: Film za budućnost“. Sadašnjošću i prošlošću dokumentarni film se može baviti na više načina. Možemo se baviti poetsko – metafizički, zatim na način da kroz aktera, koji priču priča iz prvog lica, posmatramo svijet, potom možemo metodama rekonstrukcije koje mogu biti jako efektne. Naravno, postoji još čitav niz metoda, ali o njima ćemo govoriti drugom prilikom. Postoji bezbroj načina na koje možemo tretirati neku temu koja nas podstakne da uradimo dokumentarni film. U narednom segmentu reći ćemo nešto o jednom od načina, onom na kojem je upravo urađen drugi navedeni film reditelja Vladimira Perovića – „Život je“.

*

Stajne tačke iz kojih ćemo posmatrati ovu oblast usko se vezuju za samo određenje kako pristupiti realizaciji teme i ideje, koje smo prethodno odredili kao polaznu tačku za rad na dokumentarnom filmu.⁵

1. Poetični (poetsko – filozofski) dokumentarni film
2. Promišljanje realnosti, ne faktografisanje.
3. Filmsko poigravanje realnošću.
4. Odusustvo naracije, dijaloga, komentara.
5. Bez upotrebe „Talking head – sa“.
6. Slike koje *pričaju* i *žive*.
7. Bez slučajno uhvaćene stvarnosti.
8. Rediteljeva realnost.

⁴ Postoji i kraća verzija filma. Dakle, film postoji u dva oblika: kao srednjemetražni, koji će biti predmet rada, i kao kratkometražni dokumentarni film.

⁵ Stavke će biti pobrojane sljedećim načinom: Osam stavki i svaka će biti objašnjena usporedbom sa filmom „Život je“ (Navodim primjer: stavka jedan će biti *poetsko – filozofski dokumentarac*, jer je film „Život je“ ta kategorija dokumentarnog filma. Dakle, da je „Život je“ etnografski dokumentarac tako bi se zvalo prvo poglavlje.)

Poetični pristup dokumentarnom filmu nije stran reditelju Vladimiru Peroviću. U prethodnom segmentu smo, kroz artistski pristup, pokušali da proniknemo u Perovićevu estetiku, da se na momente približimo njegovom izrazu. „Život je“ je snažno filmsko djelo, za razliku od „Eohe“, o ljudima u kršu. Iz samog naslova možemo naslutiti da je tema ovog filma život, ali ne bilo kakav, već život u kršu. Život ljudi na području Katunske nahije, konkretnije Cuca, u jugozapadnoj Crnoj Gori. Film počinje, dugim, *totalom*⁶ u kojem u prvom planu vidimo područje Cuca koje ima izgled brda. U kadru, prvih nekoliko trenutaka, u prvom planu dominira priroda. Potom se pojavljuje ljudska figura – čovjek u godinama koji korača uzbrdo. On korača i povremeno na trenutke se zaustavi, vrlo kratko, i nastavlja prema vrhu brda. U tom prvom kadru sadržane su tema i ideja ovog filma. Ovako tretiran i postavljen kadar nije slučajnost i čak je, usudili bismo se reći, poslužio kao inspiracija za film.

Poetičnost ovog filma ogleda se u nekoliko stvari: način na koji reditelj Perović tretira grupu ljudi, koji su glavni akteri u filmu, dramaturgiji i estetici ovog filma. Nakon prvog kadra, gledaoci, opservativno posmatraju, u prvih nekoliko minuta, istog aktera iz prvog kadra kako korača penjući se po kršima. Nakon ispisa „Život je“, pojavljuje se drugi akter. Perović je u ovom filmu pristupio fragmentarnoj dramaturgiji. Sedam aktera paralelno obavljaju svoje radnje. Na samom startu gledalac biva zatečen jer, relativno brzo, se smjenjuju različiti akteri koji samo idu pravo, lagodno *skakućući* sa krša na krš. Ovakvu, fragmentarnu, strukturu filma pojačava jedan isti cilj koji imaju likovi u filmu. Oni dolaze do cilja na kojem obavljaju svoj posao. Bračni par iz drveća vadi med, srednjovječni čovjek kalemi drvo, dok starac, jedan od, okopava vrt u kom uzgaja krompir. Tako postavljenu priču, iz fragmenata, Perović, tretira bez senzacije, bez informative i bez egzotike. Ovaj film je, moglo bi se reći, urađen „pješke“.⁷ Perović koristi metod opservacije koji mu omogućava da poetsko – filozofski pristupi dokumentarnom filmu. On pažljivo posmatra svoje aktere, razmišlja intezivno o njima i upotrebom upečatljivog vizuelnog stila, koji na momente zalazi u slikarstvo, oslikava ono što njegove aktere muči.

Perović za osnov uzima činjenice koje čine određenu stvarnost. Potom tu stvarnost promišlja, ne faktografiše je. Iako možda izgleda tako. I te naizgled „obične“ situacije koje vidimo u filmu, a koje akteri proizvode nisu pos-

⁶ Vidi: „Plan, opšti“ u: Marko Babac, *Leksikon filmskih i televizijskih pojmova*, Fakultet dramskih umjetnosti Beograd, Beograd 1997.

⁷ Termin preuzet iz „Minnesota deklaracije“, autora Vernera Hercoga.

ljedica faktografije, već posljedica strpljivog posmatranja i promišljanja stvarnosti. Perović traga za istinom. Fakti mu nisu bitni. U ovom njegovom filmu postoje neki dublji slojevi istine, te istine su tajanstvene i neuhvatljive, a Perović ih stvara upotrebom mašte i stilizacije. Upravo ovdje dolazimo do treće stavke. Filmsko poigravanje stvarnošću je osnov Perovićevog filmskog postupka. Sama stvarnost nikad nije izvjesna, a tek filmska! Perović nam na trenutke u ovom filmu otkriva veliku muku i borbu za egzistenciju, koja se graniči sa apsurdnošću, a koju žive likovi, da bi nam već u drugom trenutku otkrio intimnu povezanost tih ljudi sa takvim načinom života. Posebno bi se u tom smislu mogao izdvojiti segment filma u kojem bračni par iz šupljine u drvetu vadi med. U jednom trenutku, uprkos otežanim uslovima u kojima nema elementarnih uslova za bavljenjem pčelarstvom. Upečatljiva je scena u kojoj muž i žena, bez zaštitnih odijela pokušavaju da otjeraju pčele i izvade med. I dok ta neprestana borba sa pčelama traje u jednom trenutku kao da se vrijeme zaustavlja, kao da više nijesmo na tom istom mjestu, žena uzima pčelinje saće i kuša med koji se sliva. Potom ga spušta u kesu i vidimo je kako stoji na kameanu. Vidimo njenu čitavu figuru i ruke umazane medom, na koje se skuplja roj pčela, koje, iz te percepcije, više nijesu prijetnja, nego prijatelji. Taj neuhvatljivi trenutak u kojem se žena poigrava sa pčelama okrećući ruke gore dolje je upravo ta tajanstvena i nevidljiva stvarnost. To su ti dublji slojevi istine koji služe za filmsko poigravanje. U ovom filmu vlada apsolutno odsustvo dijaloga, monologa, naracije i komentara. Izuzev na samom kraju kada najmlađi akter filma na vrhu brda izgovara riječ "Halo". Za ovu vrstu meta – stvarnosti dijalozi i bilo kakav oblik naracije i komentara nije potreban. Perovićevo djelo je sastavljeno isključivo od slike, dok je zvuk u službi oživljavanja iste koju vidimo. Dijalozi ovdje ne bi našli svoje mjesto, oni bi bili samo pokazatelji nemoci. U tom slučaju bi ovaj film učinio informativnim, a evidentno i primjetno je da reditelj Perović to izbjegava. Njegovim filmovima nijesu potrebne riječi da bi objasnile nešto. Objašnjenja ne postoje, postoji jaka povezanost sa filmom, u transferu ideja – gledalac. Perovićevi filmovi žive i dišu iznutra, ne spolja! Ono što je moguće suvišno za ovaj dokumentarac, jeste da postoji upotreba talking head – sa.⁸ Ovi likovi nemaju potrebu da pričaju, nemaju potrebu da komentarišu. Oni jednostavno, i iskreno, žive svoju svakodnevicu pred kamerom. Oni djeluju kao da kamera nije tu. Kao da je to još jedan od uobičajenih

⁸ Talking head – Slika (kadar) osobe koja priča. Najčešće u krupnom i srednje krupnom planu. Priča u kameru. Slično spikeru na televiziji.

jenih dana u njihovom životu. Kada se stvari ovako postave, nema potrebe za dijalogom i komentarima, niti za mogućim objašnjenjima. Snaga ovog filma leži u slici!

Likovi ovdje žive svoju svakodnevicu, ali ona nije ista u realnosti. Pomenuli smo da Perović traga za skirvenom stvarnošću. A ona se svakako ne krije u običnosti. Do nje se dolazi opservacijom i promatranjem stvarnosti koju žive ovi likovi, a koju Perović tretira kao rediteljevu stvarnost. Bez te rediteljeve stvarnosti (koja je umnogome objašnjena u artističkom pristupu u segmentu „Eoha“), ovaj film ne bi bio ovakav. Reditelj razmišlja o ljudima u kršu, promišlja njihov život. I život uopšte! I spram toga određuje stvarnost. Tako se stvara umjetnost, a već smo u nekoliko navrata ustanovili da je dokumentarni film umjetnost.

4. Zaključak

Priroda ovakvih dokumentarnih filmova mora da bude suština stvarnosti koja se opisuje, nipošto prazna forma. Za ovakve dokumentarne filmove, ako su uspješni, možemo reći da su magijski pokušaji da se, na osnovu raspoloživih činjenica, ljudi, situacija, oživi duh vremena, ideje i osjećanja. Nije cilj ovakvih dokumentarnih filmova, niti dokumentaraca uopšte, da pokažu kako određeno doba izgleda, već kakvo je. I to ne nama, već njima. Ako to nije cilj dokumentarnog filma, onda to postaje: istorija, istoriografija, biografija, sociologija, antropologija kulturologija... i mnogo toga još. Rezultati svih ovih disciplina su materijal koji reditelju i njegovoj mašti kroz filmsko djelo udahnuje život. Možda je potrebno da se desi revolucija kojom ćemo izmijeniti percepciju o dokumentarnom filmu. Ta revolucije nije moguća bez spoznaje o prošlosti i sadašnjosti. Koju upravo postižemo ovakvim dokumentarnim filmovima...

Misaono najdublji i umjetnički najsavršeniji dokumentarni filmovi uvijek su bili antimaterijalistički, i svakako antikapitalistički.

Literatura

Babac, M. (1997), *Leksikon filmskih i televizijskih pojmova*, Fakultet dramskih umjetnosti, Beograd.

Chevalier, J., Gheerebrant, A. (1989), *Rječnik simbola*, Zagreb.

Pekić, B. (1984), *Tamo gdje loze plaču*, Beograd 1984.

LINGUISTIC AND CULTURAL ANALYSIS OF ADVERTISING: HOW
IDEOLOGIES AND LANGUAGE SHAPE CONSUMER PERCEPTION

LINGVO-KULTUROLOŠKA ANALIZA REKLAMA: KAKO IDEOLOGIJA I
JEZIK OBLIKUJU PERCEPCIJU POTROŠAČA

BRANKICA BOJOVIC, PhD, Assoc. Prof.
University of Montenegro

Abstract: *The discourse of advertising is intrinsically multidisciplinary, as it involves linguistic, social, psychological, economic, political and cultural factors that have all played a significant role in the history of advertising. As the process of globalisation gains momentum, so does the expansion of businesses and economies and the migration of populations. Yet, the uniqueness of individual cultures prevails and demonstrates that the process of communication and translation are matters of not only linguistic, but also cultural transferral. Therefore, even the world of business and advertising – a world of fast food, fast production and fast living – is programmed in accordance with the uniqueness of those cultures. This paper will address, through illustrative examples, the fact that culture, beliefs, ideologies, values and societal expectations permeate the sphere of advertising. This paper aims to showcase that the combination of linguistic and culturological analysis of the discourse of advertising gives a conceptually broader analysis than individually. It employs a method of comparative overview of previous academic research in linguistic analysis of advertising and of cultural and social studies that have contributed to a demystification of the discourse of advertising.*

Key words: *Culture, Ideology, Linguistic Analysis in Advertising, Linguistic and Visual Metaphors, Propaganda*

Apstrakt: *Reklamni diskurs je suštinski multidisciplinaran, jer obuhvata jezičke, društvene, psihološke, ekonomske, političke i kulturne*

faktore koji su zajedno odigrali značajnu ulogu u istoriji reklame. Kako se proces globalizacije širio, istim tempom se šire i biznisi i ekonomije i migracije stanovništva. Ipak, preovlađuje specifičnost individualnih kultura koja pokazuje da su procesi komunikacije i prevođenja pitanja ne samo lingvističkog, već i kulturološkog transfera. Stoga, čak i svijet biznisa i reklama - svijet brze hrane, brze proizvodnje i brzog života - programiran je u skladu sa specifičnošću tih kultura. U ovom radu će se kroz ilustrativne primjere obratiti pažnja na činjenicu da kultura, uvjerenja, ideologije, vrijednosti i društvena očekivanja prožimaju sferu reklama. Rad ima za cilj da pokaže da kombinacija lingvističke i kulturološke analize reklamnog diskursa daje konceptualno šire analizu od individualne. Upotrebljavan je metod komparativne analize prethodnih akademskih istraživanja u lingvističkoj analizi reklama, kao i kulturoloških i društvenih studija koje su doprinijele demistifikaciji diskursa reklama i marketinga.

Ključne reči: *Kultura, ideologija, lingvistička analiza u reklamama, lingvističke i vizuelne metafore, propaganda*

1. Introduction

The discourse of advertising messages is primarily characterised by persuasiveness, which is achieved through linguistic and visual means, and most frequently by a combination of both. The linguistic content of advertisements cannot be analysed in isolation, but as part of a complex system that is formed of language, context, visual and audio means.¹ The area of marketing and advertising is particularly suitable for linguistic research as a result of the global proliferation of advertisement messages. With globalisation and the ever-intensifying expansion of advertising, which has spread from newspapers and television onto the internet and social media, further intensified by big data management, there seems to be no escape from the impact of advertising.

Despite the fact that technological innovations render the advertising process rather straightforward, advertisements must still have substance, and must be creative in order to appeal to the target audience. For this particular reason, language and visual material play a major role in advertising, and a

¹ G. Cook, *The Discourse of Advertising*, 2nd ed., New York: Routledge, 2001, pp. 3-9.

great deal of financial resources are dedicated solely to marketing departments in a range of industries.² Pop-up advertisements that emerged as a phenomenon in the 1990s are still in existence at present. However, internet users can, and quite frequently do, eliminate pop-ups from their browsers with various ad-blocking extensions. The trend of ad-blocking is on the increase as a result of ad-proliferation, but visual material is still invariably present on the radio and TV, in print media, on billboards, in leaflets, as well as on social media platforms.

The persuasive discourse of advertising is non-reciprocal, i.e. communication only flows in one direction, which means that the recipient of the message cannot possibly give communicative feedback as he/she would in a conversational discourse.³ This is why persuasiveness implies passivity: the recipient is exposed to stimuli, without having control over the source of those stimuli. However, the recipients are also expected to have a reaction to advertisements, preferably a positive one. Ideally speaking, the relationship between the sender and the recipient would end at that particular point where one side makes a profit, and the other, i.e. the recipient, receives goods that match their needs or tastes.

However, research that looks into the cultural aspects of advertising clearly demonstrates that the relationship between the sender and the recipient is not one of a pure exchange of goods; instead of selling a product, the sender is selling an ideology or an idea which the product embodies. In addition to providing an overview of empirical research in this area, this paper will look into the history and evolution of advertising, propaganda and public relations. Advertising implies utilising persuasive techniques of communication, via mass media, with the aim of reaching a large target audience, informing them about products or services and presenting the product in accordance with the desires of the buyers.⁴ Therefore, the product itself is subject to manipulation and the final objective is to manipulate the clients' perception of the product so as to induce appeal, desirability and identification with the brand.

² A. O'Connell, "Should marketing or R&D have more power?", *Harvard Business Review*, July 2014.

³ R.T Lakoff, "Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising" in *Analyzing Discourse: Text and Talk*, D. Tannen, Ed. Washington DC: Georgetown University Press, 1981, pp. 25-42.

⁴ S. Moriarty, N. Mitchel, and W. Wells, *Advertising and IMC*. England: Pearson Education, 2012.

In an attempt to provide insight into the linguistic aspects of the analysis of advertisement messages, this paper will also address the formation of slogans and brands, with particular focus on metaphors and the combination of linguistic and visual content in advertising.

2. Cultural aspect of advertising

Plenty of research has been conducted with the aim of comprehending the full spectrum of the impact of advertising messages. A historical overview of the development of advertising as a discipline points to the early 1900s as the origin of the manipulation of public opinion, i.e. propaganda.

Edward L. Bernays, the “father of propaganda”, and his work have been the subject of criticism from multiple aspects.

Noam Chomsky, one of the most zealous opponents to propaganda and media manipulation, has written volumes on the subject matter (e.g. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, 1988; *Propaganda and the Public Mind*, 2001; and *On Power and Ideology*, 1987), including the institutions and means of manipulation of the minds of the public. The gist of Chomsky’s argument in *Manufacturing Consent* is that the ultimate objective of propaganda is to “inculcate individuals with the values, beliefs, and codes of behaviour that will integrate them into the institutional structures of the larger society (...) In countries where the levers of power are in the hands of a state bureaucracy, the monopolistic control over the media, often supplemented by official censorship, makes it clear that the media serve the ends of a dominant elite”.⁵

Yet, Bernays presents the act of manipulating the public opinion as one of the privileges of democracy, an act that was once exclusive to kings and tribal leaders, and an act that rightfully stood at everyone’s disposal at the onset of the 20th century.⁶ It was his firm belief that mass manipulation was absolutely necessary, and primarily employed by new leaders and the advocates of new ideas, in a social struggle against inertia. Thus, what is at present criticised as mass manipulation of the population was once advocated as a social necessity in the process of annihilating the weight of traditional beliefs,

⁵ S. Herman, N. Chomsky, and E. Said, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988, pp. 5-16.

⁶ E. L. Bernays, “Manipulating the public opinion: the why and the how”, *American Journal of Sociology*, Vol. 33, No. 6, pp. 958-971, 1928.

stereotypes, oppressive and tyrannical ideologies, but also as an industrial necessity, which is where advertising comes into play. It is remarkable that Bernays does address the issue of potential abuse of propaganda tools to instil fascist, racist or generally discriminatory ideals, yet claims that propaganda simultaneously educates the public on the severity of its impact.⁷ This stance stands in direct opposition to Chomsky's, formulated six decades after Bernays' views on the need to manipulate public opinion was published.

Among the first subjects of Bernays' advertising work was the tobacco industry in the USA at the end of the 1920s. In the meantime, his work had become so popular among the industrialists that he formed the first council for public relations, and the manipulation of public opinion became the most dominant factor in the relationship between industries and consumers.⁸ His most prominent campaign was launched for Lucky Strike, and it nearly coincided with the suffrage movement in the USA, and the adoption of the 19th Amendment in 1920. The essential objective of the Lucky Strike campaign was to capitalise on the momentum that the suffrage movement had gained and promote smoking as an act that women freedom-fighters could identify with, since smoking had been a symbol of men's social superiority over women.

In the Lucky Strike *Reach for a Lucky* campaign, Bernays worked under Lucky Strike's management, which had ambitions of doubling their market, and, while trying to produce an ideal campaign for targeting female users, participated in the creation of the ideal appearance of the female form.⁹ The campaign revolved around promoting cigarettes as a method of losing weight, certified and intensively promoted by doctors and scientists in the print media. Thus, Bernays managed to tap into the values of a culture, and partake in the moulding of a new female identity that would remain dominant for decades. His initial theory became a self-fulfilling prophecy – "As for the companies interested in gaining acceptance for new inventions, how can they over-

⁷ *Ibid.*

⁸ A. M. Brandt, *The Cigarette Century: The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product that Defined America*. New York: Basic Books, pp. 26-49, 2007.

⁹ *Ibid.*

come the inertia of the public without applying some stimulus to the public opinion?"¹⁰

Advertising went beyond the role of merely promoting a product; it turned products into symbols with which consumers could identify at an ideological level. The values of a society – the culture of a society – are, in part, represented by ideologies, along with the beliefs, norms, traditions and preferred modes of behaviour.¹¹ The impact of propaganda in advertising is evident from the previously provided example, especially if we bear in mind the fact that smoking had been considered taboo among women prior to the intensive campaign led by Bernays. It triggered a new current in advertising that has managed to prevail to this day.

Evidently, the implications of advertising or of the *stimulus to public opinion* have played an important role in the evolution of cultural identities worldwide. Since the implications are not necessarily positive, as Bernays claimed, the use of the means of propaganda in advertising – the instilment of ideologies, beliefs and values – has undergone harsh criticism and such views are by no means a novel phenomenon. Durand and Lambert reflect upon an array of studies that addressed allegations regarding the distastefulness and offensiveness of advertising, and the assumptions that it manipulates people into thoughtless consumerism.¹²

Empirical studies on the cultural and ideological implications of advertising contain analyses of the political, social and economic factors of the second half of the 20th century. Some of those studies have brought to light the layers of sexism, chauvinism, racism, discrimination and stereotyping that underlined advertising in the 1950s, 1960s and 1970s. Over time, these matters have become a regular discussion topic, and much has been done in the previous decade by governments (in the EU, and globally), as well as on social media (e.g. Facebook) to prevent further expansion of discriminatory advertising.

Criticism of advertising has prevailed until the present day. One of the major topics is the abuse of women's sexuality, i.e. the creation of a narrative

¹⁰ E. L. Bernays, "Manipulating the public opinion: the why and the how", *American Journal of Sociology*, Vol. 33, No. 6, pp. 958-971, 1928.

¹¹ R. D. Lewis, *When Cultures Collide: Leading Across Cultures*, 3rd ed. London: Nicholas Brealey Publishing, 2005, pp. 9-15.

¹² R. M. Durand, and Z. V. Lambert, "Alienation and criticism of advertising", *Journal of Advertising*, Vol. 14, No. 3, pp. 9-17, 1985.

of ever-present and ever-desired sexuality – a phenomenon known as the *hypersexualised Eve*. The hypersexualised Eve is a feminist narratological analysis of how modern advertising recounts the tale of Genesis, with the focus on Eve, the archetypal woman, and the ideal symbol of femininity. Bernay's ideas on propaganda are an integral part of the narrative that modern advertisements "featuring Eve are selling not only products, but also conceptions of womanhood and femininity".¹³

This effect can be explained by the fact that the subtext of advertisements involves objects of appeal and sexuality, which explains the anticipation of pleasure among consumers – the pleasure that the act of purchasing a product brings. Within that context, sexuality represents the foundation of modern consumerism.¹⁴

The conceptions of womanhood and femininity pitch a product to the reader by eroticising the woman who is the focal point of the advertisement. Devoid of the original context of Genesis, the archetypal woman is reduced to sexuality. Therefore, women, as the target audience, are asked to embrace that sensual form of sexuality by purchasing the product (whether it is perfume, make-up, a watch, clothes, etc.). The reduction of women's identity and femininity to sexuality is the focal point of criticism of advertising, particularly within the feminist discourse. It is perceived as repressive (regardless of the original intentions of the advertiser), as it imposes unrealistic expectations on both sexes regarding the ideal female form.

Advertising imposing ideal body images on both men and women has also been a widely discussed topic in the academia, public debates, and the social media. Zotos and Tschla¹⁵ provide an overview of the academic research at a global level conducted since the 1970s up to the present day, dedicated to studying the role of women in advertising, which ranges from the housewife, a sex object, the subordinate of men or a decorative object. These themes have acted as solid anchors in advertising and still dominate the advertising discourse today. The ideal body image is most frequently presented

¹³ S. Colette, "Eroticizing Eve: a narrative analysis of Eve images in fashion magazine advertising", *Journal of Feminist Studies in Religion*, Vol. 31, No. 2, pp. 5-24, 2015.

¹⁴ A. A. Berger, *Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society*, 5th Ed. Maryland: Rowman & Littlefield, 2015, pp. 99-118.

¹⁵ Y. C. Zotos, and E. Tschla, "Female stereotypes in print advertising: a retrospective analysis", *Procedia – Social and Behavioural Sciences*, Vol. 148, No. 1, pp. 446-454, 2014.

through the role of the woman as a sex (rather than the previously discussed sexualised) object.

A similar piece of research encompasses only advertisements on the territory of the USA, and covers a period of five decades, 1950–2010. The study concludes that advertisements that promote the role of the woman as a housewife and as someone incapable of making important decisions are decreasing. However, it also reaches the conclusion that the role of the woman as a sex object has been increasingly present in advertisements, which has a detrimental impact on both sexes, and is further fuelled by consumerism.¹⁶

It is interesting to note that the rise of feminism, as symbolised by the suffrage movement, was the ideology that Bernays leveraged for his campaigns with the tobacco industry, and yet feminist ideals are seen as a victim of 20th-century advertising campaigns. Naturally, there are notable exceptions to this, otherwise, standard practice, such as the series of campaigns that Dove launched with plus-size models, in an attempt to promote the natural looks of real women (*Real Beauty*, *Love Your Curls*, *Evolution* and other campaigns). The advertisements include women of different colours, nations, shapes and sizes, which initially yielded a positive reaction among the public.

However, there is a body of criticism addressing the negative aspects of the pro-natural-beauty Dove campaign.¹⁷ Once again, the view of the woman was perceived as restrictive, reverting back to imposing the role of the traditional, “domestic” wife, and to presenting another artificial model of what a natural look is supposed to be. The campaigns were also perceived as attempts at boosting feminist consumerism.¹⁸

Despite the fact that internet users can easily eliminate distracting advertisements in either visual or audio form, advertising continues to dominate the lives of the general public through mass media and mass consumption. As Bernays explained, in the age of mass production, mass distribution of ideas is

¹⁶ J. Mager, and J. G. Helgeson, “Fifty years of advertising images: some changing perspectives on role portrayals along with enduring consistencies”, *Sex Roles*, Vol. 64, No. 1, pp. 238-252, 2011.

¹⁷ K. Beale, H. Malson, and I. Tischner, “Deconstructing real women: Young women’s readings of advertising images of plus-size models in the UK”, *Feminism and Psychology*, vol. 26, no. 3, pp. 378-386, 2016.

¹⁸ J. Johnston, and J. Taylor, “Feminist consumerism and fat activists: a comparative study of grassroots activism and the Dove Real Beauty campaign”, *Signs*, Vol. 33, No. 4, pp. 941-966, 2008.

required.¹⁹ The future of advertising and its impact on individual and group ideologies remains to be seen.

3. LINGUISTIC ASPECTS OF ADVERTISING – BRANDS AND SLOGANS

Phonetic symbolism is a major point of interest in advertising.²⁰ The topic of symbolism of particular sounds, and how they affect the recipients of the message is particularly significant. Therefore, this was mostly addressed in the context of brand naming, where the phenomenon of sound symbolism plays a critical role. Prozac, Amazon, Aspirin, Chanel, Nivea, AxE, Toyota, etc. are all examples of phonetic symbolism put to use in brand naming. *Lexicon* is one of the leading companies in this field and the creator of brand names such as Pentium, BlackBerry, Swiffer, Verizon and many others.

Illustrations of how effective sound symbolism is, although it transcends the level of a human's conscious interpretation, can be found in both linguistic and psychological research. Wolfgang Köhler, in his work *Gestalt Psychology* illustrates sound symbolism through the so-called Köhler's puzzle. The participants in his study were asked to associate words with meaningless shapes, and the study established that fricatives and affricates were linked with sharp objects, and vowels, glides and nasals were linked with rounded ones.²¹

Sound symbolism is certainly not a modern phenomenon. Edward Sapir wrote *A Study in Phonetic Symbolism* in 1929, and Paul Debouille wrote *Poésie et Sonorité* in 1961, where he tried to prove empirically the suggestive power of phonemes in poetry. A subset of phonetic studies, called acoustic phonetics, studies and classifies sounds according to their acoustic signal, i.e. frequency, amplitude and harmony.

The phonetic effects of brand names on consumer judgments have been subject to empirical studies. The ultimate aim of this empirical research has been the evaluation of the impact of brand names on consumers. Yorkston

¹⁹ E. L. Bernays, "Manipulating the public opinion: the why and the how", *American Journal of Sociology*, Vol. 33, No. 6, pp. 958-971, 1928.

²⁰ M. G. Boltz, G. M. Mangigian, and M. B. Allen, "Phonetic symbolism and memory for advertisements", *Applied Cognitive Psychology*, Vol. 30, No. 1, pp. 1088-1092, 2016.

²¹ W. Köhler, *Gestalt Psychology: An Introduction to New Concepts in Modern Psychology*. University of Michigan: Liveright, 1947.

and Menon provide an overview of previous research, and conduct their own study, illustrating that sound symbolism affects brand perception, and brand evaluation.²² Additionally, there is evidence that phonetic symbolism also influences how memorable brand names are.²³

Unlike brand names, slogans are not as frequently studied from the perspective of sound symbolism, but rather from a pragmatic viewpoint. Slogans do rely on rhetorical devices and word plays, but they also serve the purpose of sending a message to the general public – there is a sender and a recipient of the message – and can be viewed through the prism of Speech Act Theory.²⁴ Three different types of speech acts may be isolated:

The locutionary act is the grammatically correct, meaningful act of speech; An illocutionary act is the pragmatic force of the speech act, i.e. the speaker's intention to apologise, pose a question, command, promise, guarantee, convince, etc. through the act itself.

A perlocutionary act is the act's effect – whether the recipient is persuaded, scared, enlightened, inspired, surprised, convinced, etc., which means that the recipient's state, knowledge, experience and stance are being affected by the sender.²⁵

Slogans such as Nike's *Just Do It*, Sainsbury's *Try Something New Today*; Sony's *Be Moved*, Walmart's *Save Money, Live Better*, HSBC's *The World's Local Bank* and DHL's *Excellence. Simply Delivered* – are all examples of commands (to just do it, to try something new, to be moved, to save money), promises (of simple delivery of excellence) and guarantees of quality and success. Thus, the sender of the message, i.e. the advertiser, is performing the illocutionary act by recommending, suggesting, advising or guaranteeing the quality of a certain product or service.

Graphology is a minor point that needs to be addressed within the context of brand names and slogans, although it falls within the scope of the visual, rather than linguistic, aspect of advertising. Advertising uses paralan-

²² E. Yorkston, and G. Menon, "A sound idea: phonetic effects of brand names on consumer judgments", *Journal of Consumer Research*, Vol. 31, No.1, pp. 43-51, 2004.

²³ M. G. Boltz, G. M. Mangigian, and M. B. Allen, "Phonetic symbolism and memory for advertisements", *Applied Cognitive Psychology*, Vol. 30, No. 1, pp. 1088-1092, 2016.

²⁴ M. Kissine, "Locutionary, Illocutionary, Perlocutionary", *Language and Linguistics Compass*, Vol. 2, No. 6, pp. 1189-1202, 2008.

²⁵ M. Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard, and M. K. Hogg, *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 3rd Ed. Essays: Pearson Education Limited, 2006, pp. 74-78.

guage to a large extent, even in written form, and particularly through iconic use of letters, i.e. the shape, size, colour and the overall design, but also through the use of general signs and, at present, emoticons.²⁶ Advertisements frequently resort to the usage of graphology with the aim of evoking an emotion or a mood in the recipient of the message. Graphology also leaves room for creativity in the context of graphical intertextuality, cases in which advertisements contain a particular typeface or font.

Memorable, smart, witty and convincing slogans and sonorous brand names are important in the process of retention of the brand and the product/service. Engaging slogans have an effect that resembles that of deciphering a metaphor – the recipient of the message must invest time and effort in order to understand the hidden meaning, and is consequently more likely to form a positive association with the advertisement.²⁷ Similarly, the more effort that is required to interpret a slogan, the more likely it is that the recipient of the message will store it in his/her long-term memory.²⁸

The knowledge structures in which information gets stored are referred to as *spider webs* because the nodes (pieces of information) are connected with other nodes via *associative networks*. In this manner, consumers form positive associative links between the concepts that the advertisements promote (such as the concept of femininity and womanhood placed in the previously mentioned examples of the hypersexualised Eve), and the product that the advertisement sells. For this particular reason, celebrities are frequently featured in advertisements, as consumers are prone to associating the product with the fullness of the appeal of the featured celebrity, as illustrated in Figure 1.

4. Metaphors and Translation in Advertising

Metaphor and metonymy are among the most powerful tools used by advertisers in the process of eliciting an emotional response among consumers.²⁹ The reason behind the frequent use of rhetorical devices in advertising is

²⁶ G. Cook, *The Discourse of Advertising*, 2nd ed., New York: Routledge, 2001, pp. 3-9.

²⁷ A. A. Berger, *Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society*, 5th Ed. Maryland: Rowman & Littlefield, 2015, pp. 99-118.

²⁸ M. Solomon, G. Bamossy, S. Askegaard, and M. K. Hogg, *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 3rd Ed. Essays: Pearson Education Limited, 2006, pp. 74-78.

²⁹ A. A. Berger, *Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society*, 5th Ed. Maryland: Rowman & Littlefield, 2015, pp. 99-118.

the fact that the recipient of the message invests more time and mental energy into understanding and interpreting a rhetorically coded message, derives pleasure from the process, and thus remembers and appreciates the advertisement.³⁰

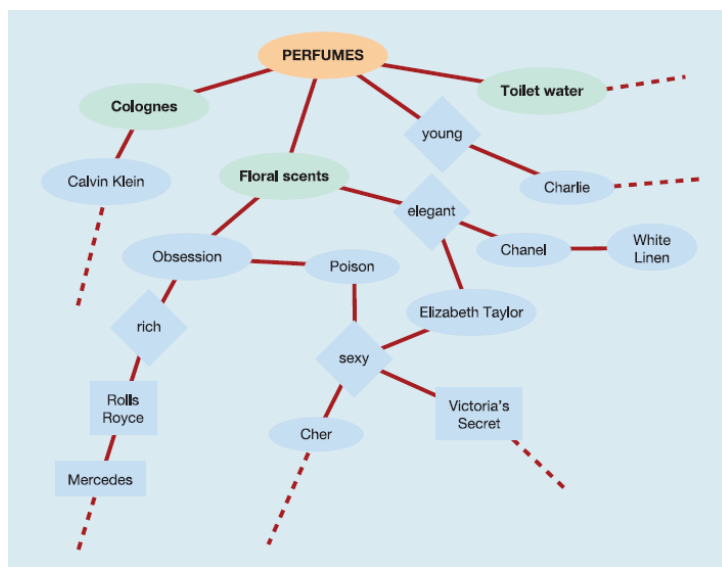


Figure 1: An example of the *associative network* for perfumes [20]

Forceville was among the first researchers to provide an overview of studies on the presence of visual and linguistic metaphors in advertising in the 1980s and early 1990s.³¹ The most frequent form of visual metaphor literally enacts the linguistic metaphor. Cook provides the example of an insurance company's advertisement in which their competitor literally *steals the shirt from one's* [i.e. their customers'] *back*).³²

Lakoff and Johnson's Cognitive Metaphor Theory (CMT) proposes that the majority of our concepts are abstract, and that they "are defined metaphorically in terms of concepts that are more concrete and more clearly struc-

³⁰ A. Van Hooft, M. Van Mulken, and U. Nedertigt, "Cultural differences? Visual metaphor in advertising: comprehension and tolerance of ambiguity in four European countries", in *Advances in Advertising Research*, Vol. 4: *The Changing Role of Advertising*, S. Rosengren, M. Dahlén, and S. Okazaki, Eds. Springer Gabler, 2013, pp. 351-364.

³¹ C. Forceville, *Pictorial Metaphor in Advertising*. London: Routledge, pp. 19-21, 1996.

³² G. Cook, *The Discourse of Advertising*, 2nd ed., New York: Routledge, 2001, pp. 3-9.

tured on their own terms", such as "he has a wealth of ideas", where the concept of an idea is defined by the concept of money.³³ As each concept contains a domain, metaphors are, in actuality, cross-domain mappings in the conceptual system.³⁴ Since metaphors are cognitive concepts, and not just linguistic devices, they are remarkably influential tools for persuasion³⁵.

CMT has been used in numerous studies on visual metaphors in public advertisements because it serves as a solid theoretical foundation for the interpretation of the effect of advertisements on consumers. Alosque scrutinises visual wine metaphors in advertisements and introduces the CMT as the theoretical framework that explicates how cross-domain mapping enables the interpretation of visual metaphors.³⁶ "In the cognitive view, visual metaphor is the pictorial representation of a metaphorical concept".³⁷

The examples used in this study clearly illustrate that visual metaphors present a certain product as being tasty, of high quality and elegant through a conceptual similarity between the product itself (the domain of wines) and the positive domains of beauty, art or lavishness. For example, the domain of wines, visually represented by a glass of wine, is conceptually linked with the domain of lavishness, visually represented by a man in a dinner jacket holding the glass. In a similar study, the same author proposes that similarity between two domains is not necessarily conceptual; it may also have a perceptual basis (e.g. the golden colour of beer may be perceptually associated with a golden anvil).³⁸

Visual advertisements are frequently used in combination with text, which acts as a support for the visual metaphor, or completely reveals the meaning of the image.³⁹ Telibaşa and Zantides reach the same conclusion in

³³ G. Lakoff, and M. Johnson, "The metaphorical structure of the human conceptual system," *Cognitive Science*, Vol. 4, No. 1, pp. 195-208, 1982.

³⁴ G. Lakoff, and M. Johnson, *Metaphors we live by*, University of Chicago Press, 1980.

³⁵ E. Zantides, "Visual metaphors in communication: Intertextual semiosis and déjà vu in print advertising", *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, Vol. 18, No. 3, pp. 65-74, 2016.

³⁶ I. N. Alosque, "Visual wine metaphor and metonymy in ads", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 173, No. 1, pp. 125-131, 2015.

³⁷ I. N. Alosque, "The role of text in the identification of visual metaphor in advertising," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 212, No. 1, pp. 309-315, 2015.

³⁸ I. N. Alosque, "Determining the Rhetorical Nature of Visuals in Advertising", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 173, No. 1, pp. 234-240, 2015.

³⁹ *Ibid.*

their studies on food advertisements and on visual metaphors – that of the metaphor facilitating the transfer of the message of the advertisement, and rendering the product more appealing and easier to remember for the consumers.⁴⁰

This point is further emphasised by studies asserting that the successfulness of metaphors in advertisements is measured by how efficiently they are encoded and retrieved. Peterson et al. propose that *fusion* is the most successful form of metaphor in advertisements (two distinguishable images/ objects fused together), followed by *juxtaposition* (two distinguishable images/objects placed next to each other).⁴¹

Intertextuality in advertising is achievable with metaphors, as well as graphology and general verbal content. Intertextual metaphors are culturally conditioned because, as is the case with intertextuality in general, the recipient of the message must be aware of the context and the pretext. In advertising, it serves the purpose of triggering familiar concepts in the minds of the receivers of the message, and, ultimately, inducing the desire to purchase a product.⁴²

Culturally conditioned content in advertising poses a particular difficulty for translators, especially if advertisements cross cultural, as well as linguistic, boundaries. Ho summarises the body of research on translating advertisements with a note that cross-cultural translation is far more than adaptation and transfer.⁴³ As is the case with the translation of metaphors, when conceptual domains from the source language ought to be decomposed, understood, and then recomposed in the target language⁴⁴, advertising messages must be converted into language that is adapted to the mindset of the target-language culture (both linguistically and ideologically). Therefore, translation is a process of intercultural communication, and translators ought to provide

⁴⁰ G. Telibaşa, Metaphor: "Image and representation. The language of food advertisements", *Interstudies*, Vol. 18, No. 1, pp.127-135, 2015.

⁴¹ M. Peterson, K. Wise, Y. Ren, Z. Wang, and J. Yao, "Memorable metaphor: how different elements of visual rhetoric affect resource allocation and memory for advertisements", *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, Vol. 37, No. 1, pp. 65-74, 2016.

⁴² E. Zantides, "Visual metaphors in communication: Intertextual semiosis and déjà vu in print advertising", *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, Vol. 18, No. 3, pp. 65-74, 2016.

⁴³ G. Ho, "Translating advertisements across heterogeneous cultures", *The Translator*, Vol.10, No. 2, pp. 221-243, 2004.

⁴⁴ Z. Maalej, "Translating metaphor between unrelated cultures: A cognitive-pragmatic perspective", *Sayyab Translation Journal (STJ)*, Vol. 1, No. 1, pp. 60–82, 2008.

marketing services and understand the basics of marketing in order to be able to interpret an advertisement as a whole.⁴⁵

An illustration of this argument can be found in the analysis of metaphors in advertisements, provided by Filipović-Kovačević.⁴⁶ The author analyses advertisements in English, focusing on the structure, the pragmatic, the conceptual and the textual-visual level of the message, and translates them into Serbian. The given method provides a way of integrating logically incompatible domains, or a mental mechanism for constructing meaning. One such example is an advertisement for Heinz ketchup – a bottle of ketchup standing next to a semi-burned potato chip, with the slogan “Heinz hot ketchup”. Structural analysis encompasses the title and the image. At the pragmatic level of analysis, it can be inferred that the logical incompatibility between concepts stems from the fact that ketchup is not hot in terms of temperature; therefore, it cannot burn food. At the conceptual level, the domains that come into play are those of spiciness and heat. Finally, this leads to the conceptual metaphor in the advertisement that ‘intensity is heat’. Thus, “Heinz vruć/vreo kečap” would serve as an adequate translation of the example at hand. Another slightly more challenging example is that of Spyware Doctor (a spyware computer program). The image of a big, black dog standing next to a small, black-and-white dog is featured (the big dog is the smaller dog’s guardian). The bottom left corner of the advertisement contains a box with an image of a doctor and a stethoscope, saying “Spyware Doctor”, and the line “When it comes to your protection against spyware, choose the solution that has as much bite as it has bark!” At the pragmatic level of analysis, it is possible to spot the logical incompatibilities between the concepts of: protecting computers and protecting children (the big dog guarding the small one); protecting computers and protecting patients (the doctor has a stethoscope); protecting computers and protecting owners (the dogs both bark at and bite potential attackers). At the conceptual level, the domains that come into play are child protection, patient protection, owner protection and computer protection. The integration process revolves around the analogy between the different kinds of protection, forming a long line until the concept of computer protection is

⁴⁵ C. Valdés-Rodríguez, “Globalization and localization in advertising translation: a love hate relationship?” *Revista de Lenguas para Fines Especificos*, Vol. 22, No. 2, pp. 130-153, 2016.

⁴⁶ Filipović-Kovačević, S. (2013). *Implicirana značenja u reklamama na engleskom i srpskom jeziku*. Filozofski fakultet, Novi Sad.

reached. The process of decomposing an underlying metaphor results in a thorough understanding of the interplay between the conceptual domains, which can then be successfully transferred into other languages. It is even possible to identify the metaphors that dominate a particular register and explain their characteristics. One such example is the exploration of register metaphors in advertisements for internet security programs, which demonstrates how frequently such programs are anthropomorphised.⁴⁷ For example, the dominant domains for anti-virus programs are medicine, war, intelligence, androids and crime ("Kaspersky Anti-Virus 2011 is very effective at blocking new malware attacks" – the domain of war; "Worried about cybercrime? ESET will protect you..." – the domain of crime). Similarly, backup programs are projected as mechanics and ghosts (TuneUp Utilities 2012 – the domain of mechanics; StorageCraft Shadowprotect Desktop 4 – the domain of ghosts).⁴⁸ Clearly, an in-depth exploration of metaphors in advertisements from a conceptual standpoint can provide an insight into how the products that are being advertised are perceived from an ideological standpoint. This aspect of analysis is critical in understanding how a particular product falls into the associative network of concepts that it is surrounded by. Consequently, this type of analysis is a prerequisite for the successful transfer of the linguistic and visual content that comprise metaphors in advertisements.

Translation of advertisements has been on the rise, hand in hand with the process of globalisation, business expansion through global and inter-governmental trade deals and international marketing. Cultural barriers (ideologies, beliefs, values etc.) do pose a problem in translation, but global non-translated campaigns may not always prove to be a solution to this problem, as such a strategy may cause certain ideological tensions between cultures.⁴⁹ The strategy of non-translation is certainly useful for brands that are competitive on the international market and wish to establish themselves as universal brands. However, even in a period as dynamic as the 21st century, a *lingua franca* fails to dominate the global market. Even within Europe, advertise-

⁴⁷ Filipović-Kovačević, S. "Is your computer a victim? Conceptual metaphors in advertisements for internet security programs", *Languages and Cultures in Time and Space*, Vol. 1, pp. 563-571, 2013.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ C. Valdés, "Advertising translation", in *Handbook of Translation Studies*, Vol. 2, Y. Gambier, and L. Van Doorslaer, Eds. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2011, pp. 1-6.

ments in English are translated for practical needs or as a result of institutional norms, such as the Toubon Law, in France, which protects the French language from the influx of Anglicisms into it.⁵⁰ After all, despite the effects of globalisation, every culture contains a unique set of values and beliefs, archetypes, history, myths and symbols, and cognitive maps, within which any new information must be fed, which is why advertisements are frequently subject to adaptation to other markets.⁵¹ The second available translation strategy is that of combining non-translation (of the main body of the advertisement) with localisation of the marginal content. The third strategy is localisation. Localisation entails not only linguistic transfer, but also the creation of an entity that the recipients in the target language culture can recognise, thus crossing cultural barriers.⁵²

Unlike with metaphor translation, which, according to Mandelblit's Cognitive Translation Hypothesis⁵³, is concerned with successful transference of the cognitive domains of metaphors, translation of advertisements is concerned with successfully meeting the needs of the consumers⁵⁴. Therefore, the essence of the process of translating advertisements is the retention of the persuasive function of advertising. Consequently, their persuasiveness must be adapted to the criteria of the target-language culture. Translating only the linguistic content in advertising, whilst ignoring the cultural content, is like painting only the tip of an iceberg in the hope that the entire iceberg gets painted⁵⁵.

5. Conclusion

An in-depth analysis of advertising messages would require a resourceful and meticulous approach to all the critical aspects that comprise the art and science of advertising, and all the areas of human existence that are

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ M. De Mooij, "Translating advertising: painting the tip of an iceberg", *The Translator*, Vol. 10, No. 2, pp. 179-198, 2004.

⁵² C. Valdés, "Advertising translation", in *Handbook of Translation Studies*, Vol. 2, Y. Gambier, and L. Van Doorslaer, Eds. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2011, pp. 1-6.

⁵³ N. Mandelblit, "The cognitive view of metaphor and its implications for translation" in *Translation and Meaning*, Part 3, T. Marcel and B. Tomaszcyk, Eds. Maastricht: Universitaire Press, pp. 482-495, 1995.

⁵⁴ G. Ho, "Translating advertisements across heterogeneous cultures", *The Translator*, Vol.10, No. 2, pp. 221-243, 2004.

⁵⁵ M. De Mooij, "Translating advertising: painting the tip of an iceberg", *The Translator*, Vol. 10, No. 2, pp. 179-198, 2004.

affected by it. If the mission of the translator in the context of advertising messages is to understand marketing as much as he/she understands translation, then the mission of the researcher in the same context is to be an economist, a psychologist, a sociologist, a linguist and a research analyst. Even a purely linguistic analysis must have a strictly defined scope so as to reach valid and verifiable conclusions.

The starting premise of this paper is that language and culture cannot be isolated from each other in the study of the discourse of advertising. That initial premise has dictated the structure of this paper, placing particular emphasis on the areas where language and culture overlap. The exploration of the translation of advertisements is particularly illustrative of this matter, as it demonstrates the complications that translators encounter in transferring the content of an advertisement in its entirety across cultural boundaries. The nuances that the subtext and the paralanguage of the advertisement carry may make perfect sense in one culture, but may cause unwanted errors and misunderstandings in another.

Since advertising messages have a strong *persuasive function*, pragmatic research of advertising messages certainly has the potential to elaborate the functional aspect of advertising to a great extent. However, it is only by merging disciplines that the full scope of impact of advertising can be comprehended. Such an encyclopaedic endeavour would need to cover almost two centuries of socio-economic development, in the form of a comparative analysis, so as to provide valid conclusions regarding the nature and impact of advertising.

Bibliography

Alosque, I. N. (2015), "Visual wine metaphor and metonymy in ads", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 173, No. 1, pp. 125-131.

Alosque, I.N. (2015), "Determining the Rhetorical Nature of Visuals in Advertising", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 173, No. 1, pp. 234-240.

Alosque, I.N. (2015), "The role of text in the identification of visual metaphor in advertising," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 212, No. 1, pp. 309-315.

Beale, K., Malson, H., Tischner, I. (2016), "Deconstructing real women: Young women's readings of advertising images of plus-size models in the UK", *Feminism and Psychology*, vol. 26, no. 3, pp. 378-386.

Berger, A.A. (2015), *Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society*, 5th Ed., Maryland: Rowman & Littlefield, pp. 99-118.

Bernays, E.L. (1928), "Manipulating the public opinion: the why and the how", *American Journal of Sociology*, Vol. 33, No. 6, pp. 958-971.

Boltz, M.G., Mangigian, G.M., Allen, M.B. (2016), "Phonetic symbolism and memory for advertisements", *Applied Cognitive Psychology*, Vol. 30, No. 1, pp. 1088-1092.

Brandt, A.M. (2007), *The Cigarette Century: The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product that Defined America*, New York: Basic Books, pp. 26-49.

Colette, S. (2015), "Eroticizing Eve: a narrative analysis of Eve images in fashion magazine advertising", *Journal of Feminist Studies in Religion*, Vol. 31, No. 2, pp. 5-24.

Cook, G. (2001), *The Discourse of Advertising*, 2nd ed., New York: Routledge, pp. 3-9.

De Mooij, M. (2004), "Translating advertising: painting the tip of an iceberg", *The Translator*, Vol. 10, No. 2, pp. 179-198.

Durand, R.M., Lambert, Z.V. (1985), "Alienation and criticism of advertising", *Journal of Advertising*, Vol. 14, No. 3, pp. 9-17.

Filipović-Kovačević, S. (2013), "Is your computer a victim? Conceptual metaphors in advertisements for internet security programs", *Languages and Cultures in Time and Space*, Vol. 1, pp. 563-571.

Filipović-Kovačević, S. (2013), *Implicirana značenja u reklamama na engleskom i srpskom jeziku*. Filozofski fakultet, Novi Sad, pp.106-168.

Forceville, C. (1996), *Pictorial Metaphor in Advertising*. London: Routledge, pp. 19-21.

Herman, S., Chomsky, N., Said, E. (1988), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, pp. 5-16.

Ho, G. (2004), "Translating advertisements across heterogeneous cultures", *The Translator*, Vol.10, No. 2, pp. 221-243.

Johnston, J., Taylor, J. (2008), "Feminist consumerism and fat activists: a comparative study of grassroots activism and the Dove Real Beauty campaign", *Signs*, Vol. 33, No. 4, pp. 941-966.

Kissine, M. (2008), "Locutionary, Illocutionary, Perlocutionary", *Language and Linguistics Compass*, Vol. 2, No. 6, pp. 1189-1202.

Köhler, W. (1947), *Gestalt Psychology: An Introduction to New Concepts in Modern Psychology*. University of Michigan: Liveright.

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

Lakoff, G., Johnson, M. (1982), "The metaphorical structure of the human conceptual system," *Cognitive Science*, Vol. 4, No. 1, pp. 195-208.

Lakoff, R.T. (1981), "Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising" in *Analyzing Discourse: Text and Talk*, D. Tannen, Ed. Washington DC: Georgetown University Press, pp. 25-42.

Lewis, R.D. (2005), *When Cultures Collide: Leading Across Cultures*, 3rd ed. London: Nicholas Brealey Publishing, pp. 9-15.

Maalej, Z. (2008), "Translating metaphor between unrelated cultures: A cognitive-pragmatic perspective", *Sayyab Translation Journal (STJ)*, Vol. 1, No. 1, pp. 60-82.

Mager, J., Helgeson, J.G. (2011), "Fifty years of advertising images: some changing perspectives on role portrayals along with enduring consistencies", *Sex Roles*, Vol. 64, No. 1, pp. 238-252.

Mandelblit, N. (1995), "The cognitive view of metaphor and its implications for translation" in *Translation and Meaning*, Part 3, T. Marcel and B. Tomasczyk, Eds. Maastricht: Universitaire Press, pp. 482-495.

Moriarty, M., Mitchel, N., Wells, W. (2012), *Advertising and IMC*. England: Pearson Education.

O'Connell, A. (2014), "Should marketing or R&D have more power?", *Harvard Business Review*, July 2014.

Peterson, M., Wise, K., Ren, Y., Wang, Z., Yao, J. (2016), "Memorable metaphor: how different elements of visual rhetoric affect resource allocation and memory for advertisements", *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, Vol. 37, No. 1, pp. 65-74.

Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., Hogg, M.K. (2006), *Consumer Behaviour: A European Perspective*, 3rd Ed. Essays: Pearson Education Limited, pp. 74-78.

Telibasa, G. (2015), "Image and representation. The language of food advertisements", *Interstudia*, Vol. 18, No. 1, pp.127-135.

Valdés, C. (2011), "Advertising translation", in *Handbook of Translation Studies*, Vol. 2, Y. Gambier, and L. Van Doorslaer, Eds. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 1-6.

Valdés-Rodríguez, C. (2016), "Globalization and localization in advertising translation: a love hate relationship?" *Revista de Lenguas para Fines Específicos*, Vol. 22, No. 2, pp. 130-153.

Van Hooff, A., Van Mulken, M., Nedertigt, U. (2013), "Cultural differences? Visual metaphor in advertising: comprehension and tolerance of ambiguity in four European countries", in *Advances in Advertising Research*, Vol. 4: The Changing Role of Advertising, S. Rosengren, M. Dahlén, and S. Okazaki, Eds. Springer Gabler, pp. 351-364.

Yorkston, E., Menon, G. (2004), "A sound idea: phonetic effects of brand names on consumer judgments", *Journal of Consumer Research*, Vol. 31, No.1, pp. 43-51.

Zantides, E. (2016), "Visual metaphors in communication: Intertextual semiosis and déjà vu in print advertising", *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, Vol. 18, No. 3, pp. 65-74.

Zotos, Y.C., Tschla, E. (2014), "Female stereotypes in print advertising: a retrospective analysis", *Procedia – Social and Behavioural Sciences*, Vol. 148, No. 1, pp. 446-454.

KURZFILME IM DAF-UNTERRICHT

USE OF SHORT FILMS IN TEACHING GERMAN-AS-A- FOREIGN-LANGUAGE (GFL)

ADMIRA KALABIC, magistrant
Glossa - centar za njemački jezik Tuzla

Abstrakt: In den letzten Jahrzehnten wird viel Wert darauf gelegt, den Fremdsprachenunterricht „schmackhaft“ zu machen, vor allem den DaF-Unterricht. Die deutsche Sprache gilt als eine schwere Sprache und es ist nützlich, wenn der Unterricht interessant, motivierend und innovativ ist. Die technische Entwicklung hat allgemein viel Gutes bewirkt, wie z.B. dass die Lehrenden so Zeit sparen, dass sowohl ihnen als auch den Lernenden die Unterrichtsprozesse erleichtert werden usw. Mit der technischen Entwicklung sind auch die Anforderungen gestiegen. Die Tatsache, dass heutzutage jeder Handys, Laptops, PC-s, Tablettis usw. benutzt, erleichtert den Einsatz der Filme im DaF-Unterricht in erheblichem Maße. Im DaF-Unterricht werden diese Medien immer häufiger verwendet. Dass Filme besonders für den Fremdsprachenunterricht geeignet sind, bezeugen vor allem die Autoren Blažević (2007), Brandi (1996), Huneke/Steinig (2005) und Pjanić (2006). Wir haben uns in dieser Arbeit konkret für die Kurzfilme im DaF-Unterricht entschieden, weil sie im Gegensatz zu Spielfilmen (langen Filmen) kurz sind und so im Laufe einer Unterrichtsstunde effizienter bearbeitet werden können. Im ersten Teil werden Kurzfilme an sich bearbeitet, d.h. es werden die kognitiven Hintergründe genannt, welche Arten der Kurzfilme es gibt und welche Voraussetzungen des Kurzfilmeinsatzes im DaF-Unterricht erwähnenswert sind und warum. Die erste wichtige Zielsetzung der Arbeit ist es herauszufinden, welche Lehrende Kurzfilme am meisten benutzen, welche Art von Kurzfilmen sie benutzen, wie die Rezeption der Lernenden dabei ist, ob die Lehrenden eine Fortbildung in dem

Bereich besucht haben. Die Ergebnisse der kleinen Untersuchung werden durch Graphiken veranschaulicht. Es wird angenommen, dass die Lehrenden an den Sprachschulen in Erwachsenenkursen am meisten Kurzfilme benutzen. Der Grund könnte die mangelnde technische Ausrüstung sein. Die betreffende Umfrage wurde in Tuzla, Bosnien-Herzegowina durchgeführt, und zwar bei 40 Lehrenden (zehn Grundschullehrer, 10 Mittelschullehrer, 10 Lehrer an der Uni und zehn Lehrer an der Sprachschule in Erwachsenenkursen). Im zweiten Teil der Arbeit widmen wir uns den Übungen und Aufgaben und im dritten Teil wird von den Gründen des Kurzfilmeinsatzes die Rede sein. Eine weitere Zielsetzung dieser Arbeit ist es, zu erforschen, ob auch bloße Anfänger (A 1.1) Kurzfilme mit Tonbegleitung bearbeiten können. Aus dem Grund wurde noch eine weitere kleine Untersuchung gemacht, um diese Annahme zu bestätigen oder darzulegen, dass es nicht der Fall ist.

Schlüsselwörter: *Deutsch, Fremdsprache, Film, Kurzfilm, Unterricht, Fremdsprachenunterricht, Lehrende, Lernende, Anfänger, A 1.1 Niveau, technische Entwicklung, Medien*

Abstract: *In the past decades there has been a substantial emphasis on making foreign language teaching more 'palatable', foremostly GFL teaching. The German language is considered to be difficult and it is hence advantageous for lectures to be interesting, motivating and innovative. The development of technology has greatly had a beneficial effect in this regard, for example, enabling teachers to save more time and making the learning processes easier to both teachers and learners. Along with the technological development, the use of requirements has increased as well. The ubiquitous use of smartphones, laptops, PCs, tablets etc., facilitates the implementation of films in the GFL teaching considerably. For that reason, these media have been applied in the GFL classes. The authors, such as Blazevic (2007), Brandi (1996), Hunege/Steinig (2005) and Pjanic (2005), have asserted that there is particular suitability of incorporating films in foreign language teaching. Therefore, in this study we have opted for short films in GFL teaching specifically, because, unlike feature films, they are shorter and thus can be more efficiently processed in the duration of a single class. In the first part of this study we will deal with the*

short film itself, i.e. we will consider the cognitive background of a short film, different types of short films and the notable preconditions for the implementation of short films in the GFL teaching. The main objective of this study is to find out which films are most frequently used by teachers, what type of short films they use, how students react to them and whether teachers attend any kind of academic education in this field. The results of this small research project will be illustrated by means of graphs. It is generally assumed that short films are prevalently used by language school teachers in adult courses. The reason for this could lie in the lack of technological equipment. The survey was conducted in Tuzla, Bosnia and Herzegovina, with 40 teachers being examined (10 elementary school teachers, 10 secondary school teachers, 10 university teachers and 10 teachers working at language schools teaching adult courses). In the second part of the study we will focus on the exercises and assignments and, in the third part, we will look into the reasons for short film implementation. A further objective of this study is to examine whether sheer beginners (A1.1) can process short sound films. For that reason, an additional small survey has been made in order to prove or disprove these hypotheses.

Key words: *German, foreign language, film, short film, teaching, foreign language teaching, teachers, students, beginners, level A1.1, technological development, media*

1. Einführung

Im Folgenden widmen wir uns dem Oberbegriff des Kurzfilms, und zwar dem „Film“. Pjanić (2006:9) gibt folgende drei Definitionen von Filmen an:

- Der Film ist die siebte Kunst.
- Der Film ist die jüngste Kunst.
- Der Film ist die Kunst des bewegten Bildes mit Ton, die beinhaltet: eine Kunstkomponente der Malerei (Licht-Schatten, Linie, Farbe), das Wort als eine literarische Komponente, die Schauspielkunst als eine Theaterkomponente und die Musik.

Unter anderem werden die Filme je nach Länge in *lange, mittellange und kurze Filme*, bzw. *Kurzfilme* aufgeteilt, wie Pjanić (2006:24) es anführt. Lange

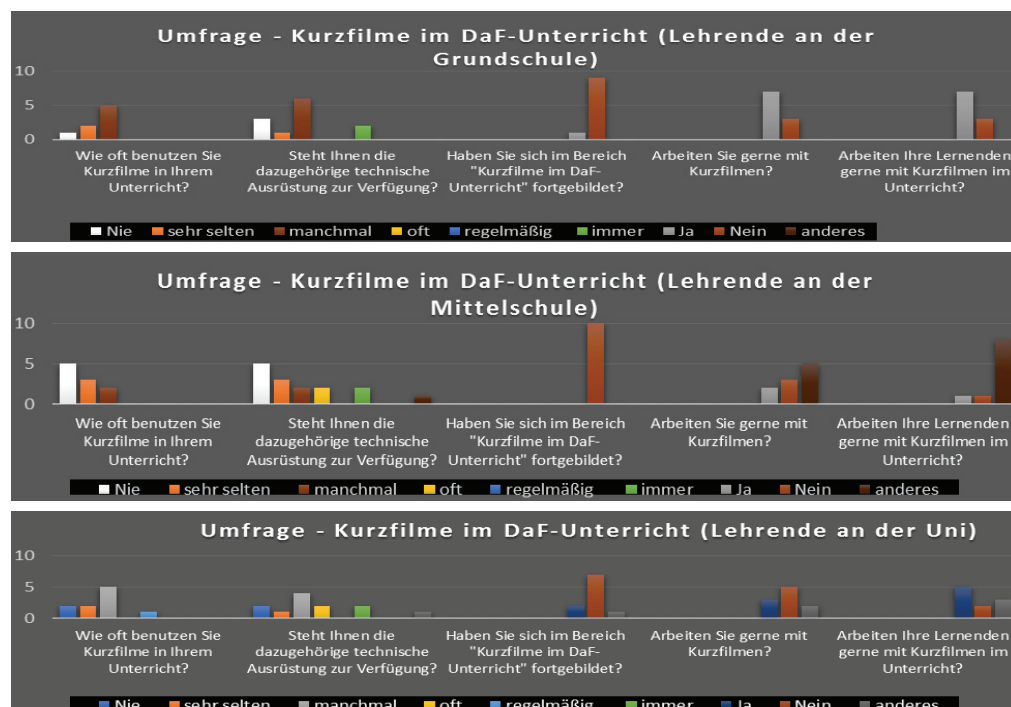
Filme dauern um die 90 Minuten und haben um 2500 Meter Filmband, mittellange Filme dauern um die 60 Minuten und haben 1000-1500 Meter Filmband, wohingegen Kurzfilme um die 30 Minuten dauern und 220-550 Meter Filmband haben.

2. Umfrage

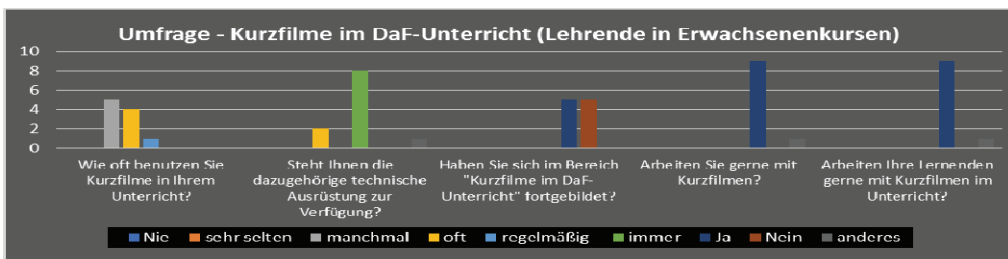
Um herauszufinden, ob die Lehrenden in ihrem DaF-Unterricht mit Kurzfilmen arbeiten, ob sie und ihre Lernenden gerne damit arbeiten, ob sie sich in diesem Bereich fortgebildet haben und ob ihnen die technische Ausrüstung zur Verfügung steht, haben wir eine anonyme Umfrage durchgeführt. Dabei wollten wir auch erfahren, welche Lehrenden die Kurzfilme am meisten benutzen. An der Umfrage haben insgesamt 40 Lehrende teilgenommen (zehn Grundschullehrer, zehn Mittelschullehrer, zehn an der Uni Lehrende und zehn Lehrende in Erwachsenenkursen). Alle Befragten arbeiten in Bosnien-Herzegowina, Stadt Tuzla.

2.1 Ergebnisse der Umfrage

Es folgen vier Graphiken, die zeigen, wie die Lehrenden auf die Fragen geantwortet haben:



Kommentare der Lehrenden: - „Kurzfilme eignen sich besonders gut im Rahmen des Literaturunterrichts und der Kulturgeschichte., denn sie haben sich für Lernende wegen ihrer Kürze als besonders einprägsam bewiesen.“ – „Studierende beschäftigen sich gerne mit Filmen im Unterricht. Sie scheinen sie mehr anzusprechen (visuell) als Printmedien.“ – „Der Unterricht erfolgt stets mit den Grundunterrichtsmitteln. Aber auch wenn die technischen Mittel zur Verfügung stehen, werden sie nicht verwendet, weil es für die in Betracht genommenen Teilnehmer auf erstem Niveau allzu kompliziert sein könnte.“¹



Aus den Graphiken, bzw. Ergebnissen kann man entnehmen:

- dass die Lehrenden, die in Erwachsenenkursen unterrichten, am meisten Kurzfilme benutzen und die Lehrenden, die an der Mittelschule unterrichten, am wenigsten. Es könnte daran liegen, dass die Hälfte nie die technische Ausrüstung zur Verfügung hat. Außerdem haben die Lehrenden an Sprachschulen durch den Aufbau des Lehrplans mehr Freiheit.
- dass an Mittelschulen und Grundschulen die technische Ausrüstung ein Problem sein könnte und an der Uni und an Sprachschulen eher nicht.
- dass sich die Lehrenden generell im Bereich der Kurzfilme nicht fortgebildet haben. Am meisten haben sich die Lehrenden fortgebildet, die Erwachsene in Kursen unterrichten.
- dass am liebsten die Lehrenden und die Lernenden in Erwachsenenkursen mit Kurzfilmen im Unterricht arbeiten. Bei Lehrenden an der Mittelschule und an der Grundschule ist die Meinung geteilt.
- dass die Lehrenden und Lernenden in allen Fällen fast gleich gerne Kurzfilme im Unterricht bearbeiten. Es ist zu erschließen, dass die Rolle der Lehrenden, ihre Lernenden zu motivieren, am größten ist.

2.2 Kognitive Hintergründe

Seebauer (1987:12f) definiert das Lernen als jede überdauernde Verhaltensänderung, die durch Übung oder Beobachtung entstanden ist und meint, dass diese Verhaltensänderung jedoch nicht durch Reifung, Ermüdung, Drogeneinfluss oder ähnliches entstanden sein darf. Weiter gibt er an, dass Lernen die in der Auseinandersetzung mit der Umwelt erworbene zweckmäßige Veränderung von Verhaltens- und Leistungsdispositionen ist; Entstehung oder Änderung einer Reaktion R in der Situation S, eine persönliche Verarbeitung von Lebenserfahrungen, die uns für unsere Lebensgestaltung zur Verfügung stehen. Vor allem können wir die Stichpunkte „Verhaltensänderung“ und „Auseinandersetzung mit Umwelt“ in Zusammenhang mit Kurzfilmen bringen. In Kurzfilmen, auch in Filmen oder Videos überhaupt, kann man diese beobachten, und zwar mit Hören und Sehen während des Zuschauens und vor dem Zuschauen und nach dem Zuschauen sogar mit Lesen und Schreiben.

Im Anschluss zu den oben genannten Begriffserklärungen geht Seebauer (1987:13) davon aus, dass es drei Arten von Lernen gibt und keine davon würden wir an dieser Stelle auslassen, weil sie – wie aus folgenden Definitionen zu sehen ist – mit der Wahrnehmung an sich im weiteren Sinne und der Wahrnehmung und Kognition in Bezug zu bringen sind:

1. *Sensomotorisches Lernen*: die Sinne und den Bewegungsablauf betreffend.
2. *Kognitiv*: erkenntnismäßig, bezeichnet psychische Funktionen (Wahrnehmung, Gedächtnis, Denken), die im Zusammenhang mit der Aufnahme, Speicherung und Verarbeitung von Reizen¹/Informationen stehen.
3. *Affektives Lernen*: bezogen auf den Erwerb von Einstellungen und Verhaltensweisen Objekten oder Personen gegenüber oder auch: das Gefühlsleben ansprechend.

An dieser Stelle sind Storchs (2001:22) „direkte Lernerstrategien“² zu erwähnen:

¹ „Reiz, der - äußere oder innere Einwirkung auf den Organismus, z. B. auf die Sinnesorgane, die eine bestimmte, nicht vom Willen gesteuerte Reaktion auslöst. (DUDEN 2007:1380).

² „Strategien, die unmittelbar mit der Fremdsprache operieren, d.h. unmittelbar bei der Verwendung oder beim Lernen aktiviert werden“ (Storch 2001:22).

- a) *Gedächtnisstützende Strategien*: z.B. mentale Bezüge zwischen Wörtern herstellen (Assoziationen bilden, Kontexte erfinden usw.) oder sprachliche Phänomene in immer größer werdenden Zeitabständen und in jeweils neuen Kontexten wiederholen.
- b) *Kognitive Strategien*: z.B. Hypothesen über den Inhalt eines Textes bilden oder einen Text zusammenfassen.
- c) *Kompensationsstrategien*: z.B. einen sprachlich schwierigen Sachverhalt umschreiben oder gezielt nonverbale Elemente (Mimik, Gestik usw.) einsetzen.

Unserer Meinung nach sind alle drei Strategien während der Arbeit mit Kurzfilmen im DaF-Unterricht umzusetzen, weil Kurzfilme sowohl Assoziationen hervorrufen (gedächtnisstützende Strategie), als auch Hypothesen über den Inhalt bilden (kognitive Strategie) und Mimik und Gestik beim Verstehen von Kurzfilmen eine große Rolle spielen (Kompensationsstrategie).

Im Kontext „Kurzfilme“ und „kognitive Hintergründe“ sind die verschiedenen Lernertypen erwähnenswert³:

Visueller Lerntyp

Der visuelle Lerntyp lernt am besten über das Sehen. Lesen, Anschauen und Beobachten sind für ihn die besten Möglichkeiten, um Informationen und Inhalte aufzunehmen. Bildliche Darstellungen, Schaubilder, Visualisierungen und grafisch strukturiertes Lernmaterial unterstützen seinen Lernprozess.

Auditiver Lerntyp

Hören ist der bevorzugte Wahrnehmungskanal des auditiven Lerntyps. Die Inhalte, die er akustisch wahrnimmt, kann er besonders gut verarbeiten. Vorträge, mündliche Erläuterungen, lautes Vorlesen und eigenes Verbalisieren helfen ihm beim Lernen.

Haptischer Lerntyp

Der haptische Lerntyp lernt besonders gut über das Anfassen und eigenes praktisches Tun. Sein Lernerfolg ist am größten, wenn er Inhalte mit den Händen begreifen und selbst aktiv werden kann. Auch Bewegung hilft ihm beim Lernen.

³ <https://www.tutoria.de/schule-ratgeber/lerntypen> (Zugriff 16.12.2016 um 11.56 Uhr)

Kommunikativer Lerntyp

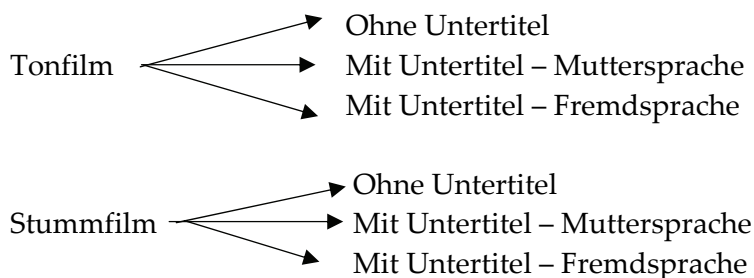
Dieser Lerntyp lernt am besten über die Kommunikation und den Austausch mit anderen. Erklärungen, Fragen, eigene Vorträge und Diskussionen erzielen bei ihm die besten Lernergebnisse.

Wir vertreten die Ansicht, dass alle angeführten Lerntypen mit Hilfe von Kurzfilmen unmittelbar oder mittelbar beansprucht und angesprochen werden. Der visuelle Lerntyp wird unmittelbar beansprucht, weil das Geschehen zu sehen ist und der auditive, weil es auch zu hören ist. Der haptische und der kommunikative Typ wird mittelbar beansprucht, weil man die Kurzfilme so didaktisieren kann, dass Übungen und Aufgaben vorkommen, die zum „Berühren“ und zu Diskussionen einladen. Auch diese Arten von Übungen und Aufgaben wird man im Kapitel 3 erkennen können.

2.3 Arten von Kurzfilmen

Während der Recherche über die Aufteilung von Kurzfilmen sind wir auf keine für den Kurzfilm spezifische Aufteilung gestoßen, so dass wir in diesem Unterkapitel unsere Aufteilung darstellen, die im Hinblick auf den DaF-Unterricht angewendet werden kann. Deren Bezeichnungen dienen als Anhaltspunkt für die Didaktisierung.

Wir teilen die Kurzfilme nach Tonbegleitung:



Was die Genres betrifft, so können Kurzfilme wie Spielfilme je nach Thematik Aktionsfilme, Liebesfilme, Komödien etc. sein. Im Wesentlichen hängt es von der Wahl der Lehrkraft oder vom Interessengebiet der Lernenden ab. Es bedarf an dieser Stelle keiner weiteren Ausführung.

2.4 Voraussetzungen für Kurzfilme im DaF-Unterricht

Nach der Idee, einen Kurzfilm im Unterricht einzusetzen, wird einem in sehr kurzer Zeit klar, dass das alleine nicht ausreicht und dass es eine Liste von Voraussetzungen erfordert, die wir zusammengestellt haben:

Technische Ausrüstung

Damit ein Kurzfilm abgespielt wird, wird Folgendes benötigt:

- PC/Laptop
- Projektor
- Fernseher (anstatt PC/Laptop und Projektor)
- evtl. CD, USB...
- evtl. Internet (z.B. Youtube)
- evtl. externe Lautsprecher

Materialien

Ein Kurzfilm wird im Unterricht nicht nur geschaut, sondern er wird auch bearbeitet. Damit ihn die Lernenden bearbeiten können, muss er vorher didaktisiert worden sein. Die Lehrenden bereiten Materialien vor (z.B. Arbeitsblätter, Unterrichtsblätter, Realien usw.). Diese bestehen aus Übungen und Aufgaben, die sich auf den Kurzfilm beziehen.

Motivierte Lehrende

Obwohl alle Voraussetzungen von großer Bedeutung sind, kann man unbestritten behaupten, dass motivierte Lehrkräfte eine der wichtigsten Rollen bei der Umsetzung und dem Einsatz von Kurzfilmen im DaF-Unterricht spielen. Nicht nur dass sie motiviert sein sollen, um etwas Neues und Innovatives zu probieren, sondern sie sollten sich auch dessen bewusst sein, dass sie sich in diesem Bereich fortbilden müssen. Der Grund ist, dass die Didaktisierung der Kurzfilme eine besondere Hingabe fordert, was im Laufe dieser Arbeit an mehreren Stellen schaubar sein wird. Wenn die Lehrer motiviert und fleißig sind, macht es den Lernenden ebenfalls mehr Spaß und sie lernen mit viel Lust und Laune.

Motivierte Lernende

Einer der wichtigsten Faktoren bei dem Einsetzen von Kurzfilmen im DaF-Unterricht ist ohne Frage „motivierende Lernende“. Um motivierende

Lernende zu haben, muss ein angenehmes Klima herrschen. Um dies zu erzielen, bedarf es viel Mühe, Geduld, Respekt, Kreativität, Zusammenarbeit usw.

Der Zielgruppe angepasste Themen und Inhalte

Das Interessengebiet der Lernenden sollte berücksichtigt werden, d.h. sowohl die Themen als auch die Inhalte sollten der Zielgruppe angepasst sein. Wenn man einen Kurzfilm abspielt und ihn bearbeiten lässt, muss er interessant sein. Sonst demotiviert man die Lernenden und als Konsequenz könnte Desinteresse an solch einer Art von Unterricht auftreten. Ein Vorschlag wäre z.B., die Lernenden selbst den Kurzfilm aussuchen zu lassen.

Progression

Unter Progression wird in der Didaktik und Methodik dieses Fremdsprachenunterrichts die Anordnung des Lehrstoffes im Lern-, Lehr- und Übungsmaterial in einer bestimmten Menge und in einer bestimmten Abfolge verstanden.⁴ Im Kontext des Kurzfilms verstehen wir die Progression in dem Sinne, dass man beachten muss, dass in dem Kurzfilm nicht zu viele unbekannte Wörter und Strukturen vorkommen (die nicht bearbeitet wurden). Man muss in Betracht ziehen, dass zu „schwierige“ oder zu „leichte“ Kurzfilme die Lernenden entmutigen, bzw. langweilen können. Beides würde eine Abneigung gegenüber Kurzfilmen auslösen. Demzufolge braucht die richtige Wahl auch Zeit.

3. Übungen und Aufgaben für Kurzfilme im DaF-Unterricht

Arbeit mit Kurzfilmen kann der audiovisuellen Methode zugeschrieben werden. Neuner/Huhnfeld (1993:62) erklärt, dass der Ausdruck „audiovisuell“ aus zwei Wörtern lateinischen Ursprungs besteht, und zwar aus *audire* (hören) und *videre* (sehen). Der Unterrichtsprinzip der audiovisuellen Methode bestehe darin, Sprache, wo immer möglich, mit optischem Anschauungsmaterial zu verbinden.

Damit die Lernenden einen Kurzfilm bearbeiten, bereitet der Lehrende Übungen und Aufgaben vor. Man sollte aber zwischen Übungen und Aufgaben unterscheiden. Funk et al. (2014:14) meinen, dass Übungen die Aufgaben vorbereiten, indem sie Wortschatz, Aussprache, Strukturen oder einzelne Fer-

⁴ <https://www.goethe.de/resources/files/pdf96/2clil-fruehes-fremdsprachenlernen.pdf> (Zugriff 16.12.2016 um 20.58 Uhr)

tigkeiten gezielt trainieren und dass Übungen sinnvoll sind, wenn sie einen klaren Bezug zum Ziel = Aufgabe haben. Im Gegensatz dazu sind Funk et al. (2014:11) der Meinung, dass Aufgaben all jene sprachlichen Aktivitäten sind, die einen „Sitz im Leben“ haben, d.h. die in dieser Form nicht nur im Kursraum stattfinden: Wie kann ich nach dem Weg fragen? Wie erzähle ich jemandem davon, was ich gelesen habe? Wie schreibe ich einen Lebenslauf? usw.

3.1 Übungen

Brandi (1996:18) teilt die Übungen zur Arbeit mit fiktionalen Filmbeispielen auf:

1. *Übungen vor dem Sehen*
 - Einstieg über die Tonspur
 - Einstieg über ein Assoziogramm
 - Einstieg über unterschiedliches Bildmaterial (Bildkarten, Standfotos...)
 - Einstieg über unterschiedliche Vorgaben (Transkripte oder Wortkarten)
2. *Übungen während des Sehens*
 - Übungen zur Bildinformation
 - Übungen zur sprachlich-inhaltlichen Information
3. *Übungen nach dem Sehen*
 - Eine Filmfortsetzung schreiben
 - Einen Fragebogen zur Hauptperson im Film ausfüllen
 - Eine Filmkritik verfassen
 - Eine Filmkritik verstehen und sich zu ihr äußern

Wenn man sich die Definition von Aufgaben im Kapitel 3 ansieht, merkt man, dass die Übungen nach dem Sehen als Aufgaben aufgefasst werden können: Sie sind produktiv und haben einen „Sitz im Leben“.

Die oben angeführte Aufteilung ist unserer Ansicht nach auch für Kurzfilme anwendbar.

3.2 Aufgaben

Wie bereits erwähnt, sind Aufgaben produktiv und haben einen Bezug zur Realität. Wenn man diese beiden Elemente in Betracht zieht, bekommt man im Zusammenhang mit Aufgaben: Schreibenanlass und Sprechanlass. Schreiben und Sprechen sind produktive Fertigkeiten.

Kast (1999:130f) listet Schreibanlässe auf und erklärt sie. Wir übernehmen diese, modifizieren sie aber für Kurzfilme:

1. *Visuelle Vorlagen als Schreibanlass* – Gegenstand: Die Lehrkraft kann die Lernenden bitten, in die nächste Stunde je einen Gegenstand zu bringen, der sie auf den Kurzfilm assoziiert. Danach sollen sie erzählen, warum er sie auf etwas Bestimmtes assoziiert; Gedicht zu einem Bild: Die Lehrkraft stoppt den Kurzfilm an einer Stelle. Dieses Bild nutzen die Lernenden, um ein Gedicht zu schreiben; Ein Bild beschreiben: Die Lehrkraft stoppt den Kurzfilm an einer Stelle. Dieses Bild beschreiben die Lernenden.
2. *Ganzer Kurzfilm/ein Teil des Kurzfilms als Vorlage* – Bildergeschichte: Die Lernenden schreiben eine Bildergeschichte zum Kurzfilm; eine Geschichte schreiben: Die Lernenden schreiben, wie der Kurzfilm weitergehen könnte; einen Brief schreiben: Die Lernenden schreiben einen Brief an eine der Figuren aus dem Kurzfilm; den Kurzfilm umschreiben: Die Lernenden schreiben, wie der Kurzfilm anders hätte ausgehen können.

Schatz (2006:43) hat sich mit der Fertigkeit Sprechen und Sprechanlässe beschäftigt und eine Übungstypologie erstellt. Wir widmen uns den Aufgaben, die unserer Ansicht nach für Kurzfilme geeignet sind. Zu diesem Zweck modifizieren wir sie:

1. *Interviews* – Die Lernenden simulieren Interviews mit den Figuren aus dem Kurzfilm.
2. *Diskussionen* – Die Lernenden diskutieren über eine Situation oder ein Thema/eine Problematik aus dem Kurzfilm. Variante: Pro- und Kontra-Diskussion.
3. *Nacherzählen* – Die Lernenden erzählen den Kurzfilm nach.
4. *Rollenspiele* – Die Lernenden spielen Situationen aus dem Kurzfilm nach.

Außer Frage ist, dass die Anzahl der Aufgaben, die für Kurzfilme geeignet sind, weitaus größer ist, als hier aufgelistet wurde. Wir haben die in Betracht gezogen und angepasst, die Kast (1999) und Schatz (2006) hervorgehoben haben.

4. Projekte

Im Unterschied zu Übungen und Aufgaben sind Projekte komplexe Lernaufgaben.

„Projekte sind gekennzeichnet durch ein konkretes Ziel, das als Aufgabe formuliert ist, durch eine gemeinsame Planung der Bearbeitung der Aufgabe in kleinen Schritten und Arbeitsgruppen, durch eine weitestgehende selbstständige Bearbeitung/Recherche durch die Lernenden, durch einen Bezug zur Welt außerhalb des Klassenzimmers und durch eine anschauliche Präsentation der Projektergebnisse“ (Funk et al. 2014:175).

Wir sind der Ansicht, dass die Projektarbeit besonders für Kurzfilme geeignet ist. Damit ist gemeint, dass die Lernenden selbst einen Kurzfilm drehen. Die Liste der Gründe für solch eine Art Unterricht ist lang. Funk et al. (2014:130f) geben folgende Gründe für Projektunterricht allgemein an, diese kann man aber auch auf Kurzfilme als Projekte übertragen:

- Außerschulische Wirklichkeit
- Gebrauch der Fremdsprache im Klassenzimmer
- Alltags- und Wirklichkeitsbezug
- Interkulturelle Orientierung
- Ganzheitliches Lernen
- Prozessorientierung
- Produktorientierung
- Förderung der Lernerautonomie
- Interaktionsorientierung

Unseren Erachtens nach kann man noch hinzufügen: - Die Lernenden lassen ihrer Kreativität freien Lauf. – Die Lernenden lernen, mit der Zeitplanung umzugehen. – Der Unterricht wird interessanter. – Die Lernenden können sich mit fachübergreifenden Themen beschäftigen. u.Ä.

Wir sind zu der Auffassung gekommen, dass vor dem Beginn des Projekts, d.h. bevor sich die Lernenden mit dem Projekt auseinandersetzen, folgende drei Schritte nötig sind:

Schritt 1: Vor dem eigentlichen Drehen sollte der Lehrende einen Anlass für den Kurzfilm geben und diesen mit den Lernenden mit passenden Übungen und Aufgaben bearbeiten. Beispiele für Anlässe können sein:

- Ein Bild/ein Foto
- Eine Bildergeschichte
- Ein Text (oder mehrere)

- Ein Buch (auch Lektüre)
- Ein Gegenstand (oder mehrere)
- Geräusche
- Ein Theaterstück
- Ein isoliertes Thema/eine Problematik⁵
- Ein Film/ein Kurzfilm/eine Serie/ein Videoclip...
- etc.

Schritt 2: Bevor die Lernenden anfangen, sich mit dem Projekt zu beschäftigen, wäre es sinnvoll, dass der Lehrende mit seinen Lernenden die Merkmale eines Kurzfilms bespricht (Dauer, Bestandteile, welche technische Ausrüstung benötigt wird, wer was spielt usw.). Dafür eignet sich ein Assoziogramm sehr gut.

Schritt 3: Wenn Projekte dieser Art zum ersten Mal im Unterricht realisiert werden, liegt die Rolle des Lehrenden zunächst darin, den Lernenden die einzelnen Schritte der Projektarbeit zu veranschaulichen, zu erklären und Beispiele zu geben. Die Lehrkraft zieht sich danach zurück und greift zu, wo und wann es nötig ist, steht als Hilfe und Unterstützung zur Verfügung und motiviert (lobt z.B.). Die Lehrkraft kann mit den Lernenden einen beliebigen Plan erstellen (im Kontext passend), aber das Projektplanungsraster von Funk et al. (2014:156) kann als Grundlage dienen:

Leitfragen für die Planung und Durchführung eines Projekts

1. Welches Ziel verfolgt das Projekt?	
2. Welche Teilaufgaben müssen bearbeitet werden?	
3. Welche Arbeitsschritte sind notwendig?	
4. Wer arbeitet mit wem zusammen? Wer übernimmt in der Gruppe welche Aufgabe?	
5. Welche Materialien/Hilfsmittel sind nötig?	
6. Welches Produkt/welche Produkte entstehen?	
7. Welche Präsentationsform eignet sich für die Vorstellung der Projektergebnisse?	
8. Wie wird die Arbeit im Projekt ausgewertet?	

⁵ Die Lernenden haben z.B. über ein Thema/eine Problematik in einem anderen Schulfach oder auch im DaF-Unterricht gesprochen, dass kreativ in einem Kurzfilm dargestellt werden kann.

5. Medien

Storch (2001:271) zufolge versteht man unter Medien in der Fremdsprachendidaktik alle Lehr- und Lernmittel: Bilder, Video, Realien, Overheadprojektor, Tonkassette, Computer usw., auch Lehrbücher, Tafel und Kreide bzw. das Tafelbild. Heutzutage gibt es unserer Meinung nach noch mehr Medien, wie z.B. Tablett, Handy, Laptop, Projektor usw.

In der Literatur kann man viele Aufteilungen von Medien finden, aber wir entscheiden uns für die von Huneke/Steinig (2005:178f):

Visuelle Medien:

- Tafelbilder und Overheadfolien,
- Wandbilder,
- Arbeitsblätter und Wortkarten,
- Zeichnungen (Karikaturen, Bildergeschichten, Comics...),
- Fotos und Kunstbilder,
- Gegenstände, die in den Unterricht mitgebracht werden,
- Lesetexte – seien es didaktisierte, speziell für Lehrzwecke hergestellte Texte im Lehrbuch, authentische Gebrauchstexte (Zeitungstext, Gebrauchsanweisung...) oder literarische Texte (Kurzprosa, Jugendroman...).

Auditive Medien:

- Ausspracheübungen und Sprachlaboraufgaben,
- Authentische Tondokumente in der Zielsprache, d.h. Hörtexte wie Lautsprecherdurchsagen, Jugendprogramme aus dem Radio, Hörspiele und Musikkonserven (Lieder).

Audiovisuelle Medien:

- Spezielle Lehrfilme für den Sprachunterricht bis hin zu dem kompletten Fernsehsprachkurs Alles Gute,
- Spielfilme und Videoproduktionen,
- Authentische Fernsehsendungen (Werbespot, Wetterbericht, Nachrichtensendung, Feature...).

Kurzfilme gehören zu den audiovisuellen Medien. Blažević (2007:168) betont, dass audiovisuelle Medien gleichzeitig Informationen über Auge und Ohr übertragen und dass sie eine neue Dimension in den Fremdsprachenunterricht einbringen. Weiter wird angeführt, dass diese Medien die fremdsprachliche Welt ins Klassenzimmer bringen und dem Lernenden einen Einblick in die fremde Welt geben. Dem können wir uns nur anschließen.

6. Begründung des Kurzfilmeinsatzes im DaF-Unterricht

Blažević (2007:168) führt Gründe zum Einsetzen von Videos an sich an. Anhand ihrer Schlussfolgerung nehmen wir an, dass es auch für Kurzfilme gilt:

- Arbeit mit Videos steigert die Motivation,
- Man lernt dabei über die Kultur der Fremdsprache,
- Die Lerner werden mit authentischen Situationen konfrontiert und Körpersprache, Gestik, Mimik usw. wird sichtbar,
- Wenn Text und Bilder parallel laufen, können die Lernenden den Kontext besser verstehen,
- Durch die Visualität kann man sich besser an die Wörter, Dialoge usw. erinnern,
- Landeskundliche Phänomene werden visualisiert.

Die oben angeführte Liste kann ergänzt werden. Anhand der bis jetzt gesammelten Erfahrungen in der Erwachsenenbildung (Niveau A 1 – C 2), in Kinderkursen (Niveau A 1 – B 1), in der Grundschule (Klasse 6 – 9) und an der Uni (Fach Sprachübungen) nennen wir zusätzliche Gründe:

- Kurzfilme steigern die Kreativität,
- Arbeit mit Kurzfilmen ist fachübergreifend,
- Anhand von Kurzfilmen können Projekte entstehen,
- Heutzutage kann man die Technik gar nicht wegdenken, so dass sich die Lernenden freuen, diese auch im Unterricht zu haben. Sie fühlen sich „zu Hause“,
- Kurzfilme bieten abwechslungsreichen Unterricht, weil ein breites Spektrum von Übungen und Aufgaben möglich ist,
- Spaßfaktor ist vorhanden,
- Weniger interessante Themen können auf eine interessante Art und Weise bearbeitet werden,
- Lernende hören die gelernten Strukturen innerhalb von Kontexten (Anwendbarkeit).

Wenn man sich die Liste anschaut, merkt man, dass sich die aufgelisteten Gründe auch auf Filme an sich beziehen können. Ein Grund für Kurzfilme ist aber ausschlaggebend, und zwar der, dass man einen Kurzfilm aufgrund seiner Länge, bzw. Kürze innerhalb einer Unterrichtsstunde (45 Minuten) bearbeiten kann. Wenn in mehreren Unterrichtsstunden ein Film angeschaut wird, und man ihn noch bearbeitet, fangen die Lernenden an, sich zu lan-

gweilen und vergessen den Ablauf von letzter Stunde. Außerdem kann es leicht passieren, dass man bei längeren Filmen den Faden verliert, besonders bei Anfängern.

Noch ein nicht zu verachtender Grund, Kurzfilme einzusetzen, ist, dass die Kurzfilme auch für Anfänger geeignet ist. Während der Recherche sind wir auf keine Kurzfilme für das Niveau A 1.1 mit Tonbegleitung gestoßen. Alle waren Stummfilme. Wir haben den Kurzfilm mit Tonbegleitung „Steffi gefällt das“⁶ (Dauer 5 Minuten) von Philipp Scholz, der eigentlich ab A 2/B 1 vorgesehen ist und didaktisiert wurde, ausgesucht und haben uns neue Übungen und Aufgaben ausgedacht. Den Kurzfilm haben zwölf Kursteilnehmer auf

dem Niveau A 1.1 bearbeitet, die im Glossa – Zentrum für die deutsche Sprache Tuzla⁷ einen Erwachsenenkurs besuchen.

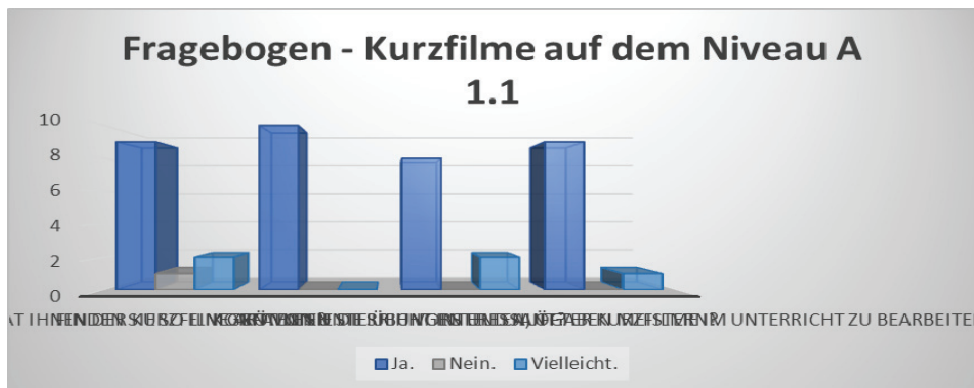
Das Arbeitsblatt:



⁶ Der Kurzfilm wurde vom Goethe-Institut in Form von einer Audio-CD zur Verfügung gestellt, die aus rechtlichen Gründen nicht kopiert werden darf.

⁷ Bei Glossa – Zentrum für die deutsche Sprache handelt es sich um ein für die deutsche Sprache spezialisiertes Zentrum, das vom Goethe-Institut Bosnien-Herzegowina akkreditiert wurde.

Nach der Unterrichtssequenz haben die Kursteilnehmer einen Fragebogen ausgefüllt. Die Graphik zeigt die Ergebnisse:



Fazit ist zum einen, dass es möglich ist, schon auf dem Niveau A 1.1 Kurzfilme mit Tonbegleitung zu bearbeiten und zum anderen, dass sie sowohl etwas gelernt haben als auch Spaß dabei hatten.

Der Lehrende hat folgenden Kommentar abgegeben:

„Ich arbeite mit dieser Gruppe erst seit knapp einem Monat. Wir haben bisher nur Grundsätzliches gelernt und deswegen hatte ich am Anfang Zweifel, ob es mit dem Kurzfilm auch wirklich klappt. Ich bearbeite zwar Kurzfilme im Unterricht, jedoch ab dem Niveau A 2. Ich war überrascht, als ich sah, wie viel Spaß meine Lernenden am Kurzfilm haben und wir gut sie die Übungen und Aufgaben gemacht haben. Außerdem ist das Thema ansprechend, denn jeder hat heutzutage Facebook. Auf jeden Fall werde ich die Art Unterricht auch auf Anfängerniveaus häufiger machen“ (M.J.).

7. Schlussfolgerung

Kurzfilme sind aus vielen Gründen ein Vorteil im DaF-Unterricht, vor allem wegen ihrer Kürze. Außer Frage steht, dass sie im Unterricht gut und leicht einsetzbar sind. Heutzutage sind visuelle Medien fast nicht wegzudenken. Im Unterricht verstehen sie sich mittlerweile von selbst. Das hängt damit zusammen, dass nicht nur die Jugend, sondern auch jüngere und ältere Menschen im alltäglichen Leben sehr viel Technik benutzen.

Im ersten Teil war die Rede von Kurzfilmen an sich, von den kognitiven Hintergründen, den Arten von Kurzfilmen und den Voraussetzungen für Kurzfilme im DaF-Unterricht. Die erste Zielsetzung war es herauszufinden, ob

die Annahme stimmt, dass die Lehrenden an den Sprachschulen in Erwachsenenkursen auf Grund der technischen Ausrüstung am meisten Kurzfilme benutzen. Diese Annahme wurde mit Hilfe einer Umfrage bestätigt. In dem Zusammenhang kam es zum Vorschein, dass die Lehrenden sich in dem Bereich von Kurzfilmen fortbilden sollten, denn daran mangelt es, wie die Umfrage ergeben hat. Die Umfrage wurde in Tuzla, Bosnien-Herzegowina gemacht, und zwar bei 40 Lehrenden (zehn Grundschullehrer, 10 Mittelschullehrer, 10 Lehrer an der Uni und zehn Lehrer an der Sprachschule in Erwachsenenkursen). Im zweiten Teil wurde es klar, dass sich Übungen von Aufgaben unterscheiden, weil Übungen auf die Aufgaben vorbereiten, während Aufgaben einen „Sitz im Leben“ haben. Außerdem wurde es klar, dass man ein breites Spektrum von beiden zur Verfügung hat, wenn man Kurzfilme bearbeiten möchte. Im dritten Teil wurden letztendlich die Gründe des Kurzfilmeinsatzes genannt, in dem betont wurde, dass sich Kurzfilme wegen ihrer Kürze besonders gut für den Unterricht eignen. Der wichtigste Grund ist, dass sich die Kurzfilme auch für bloße Anfänger (A 1.1) eignen, was man vorerst als nicht für möglich gehalten hätte. Diese These wurde bewiesen, indem wir einen Kurzfilm mit Tonbegleitung, der eigentlich ab A 2/B 1 gedacht ist, neu didaktisiert haben. Wir haben die Übungen und Aufgaben auf das Niveau A 1.1 angepasst. Den Kurzfilm hat eine Lehrerin mit ihren Lernenden an einer Sprachschule gemacht. Alle waren begeistert. Sie könnten sich vorstellen, öfter so zu lernen. Damit wurde unsere zweite Annahme auch bestätigt.

Literaturverzeichnis

Blažević, Nevenka (2007): Grundlagen der Didaktik und Methodik des Unterrichts Deutsch als Fremdsprache. Rijeka: Filozofski fakultet u Rijeci.

Brandi, Marie-Luise (1996): Video im Deutschunterricht. Eine Übungstypologie zur Arbeit mit fiktionalen dokumentarischen Filmsequenzen. Berlin – München – Wien – Zürich – New York: Langenscheidt.

Duden (2007): Deutsches Universalwörterbuch. Mannheim: Dudenverlag.

Funk, Hermann et al. (2014): Aufgaben, Übungen, Interaktion. München: Klett-Langenscheidt.

Huneke, Hans-Werner, Steinig, Wolfgang (2005): Deutsch als Fremdsprache. Eine Einführung. 4. Aufl. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Kast, Bernd (1999): Fertigkeit Schreiben. Berlin – München – Wien – Zürich – New York: Langenscheidt.

Neuner, Gerhard, Hunfeld, Hans (1993): Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts. Eine Einführung. Berlin – München – Wien – Zürich – New York: Langenscheidt.

Pjanić, Ratmira (2006): Film u nastavi maternjeg jezika (bosanskog, hrvatskog, srpskog). Sarajevo: Svjetlost.

Schatz, Heide (2006): Fertigkeit Sprechen. Berlin – München – Wien – Zürich – New York: Langenscheidt.

Seebauer, Renate (1987): Einführung in die Lernpsychologie. Wien: Verlag Leitner.

Storch, Günther (2001): Deutsch als Fremdsprache – Eine Didaktik. München: Wilhelm Fink Verlag.

Literatur aus dem Internet

<https://www.tutoria.de/schule-ratgeber/lerntypen> (Zugriff 16.12.2016 um 11.56 Uhr)

<https://www.goethe.de/resources/files/pdf96/2clil-fruehes-fremdsprachenlernen.pdf> (Zugriff 16.12.2016 um 20.58 Uhr)

BEZBJEDNOSNI SISTEM I MEDIJSKI UTICAJI

SYSTEM OF SECURITY AND MEDIA INFLUENCES

dr DRAŽEN CEROVIĆ, vanredni profesor
Pravni fakultet, Univerzitet Crne Gore

Apstrakt: Reorganizacija i modernizacija institucija bezbjednosnog sektora, opšti je trend u tranzicionim zemljama, naročito onima koje se ubrzano kreću ka evroatlantskim integracijama. Ovaj specifičan segment izvršne vlasti, po svojoj prirodi se drastično razlikuje od njenog ostatka, po kriterijumu posjedovanja posebnih ovlašćenja za primjenu monopola sile i prinude. Zato je njegova sorsishodna upotreba uvijek uslovljena kvalitetom kontrole, koja se u odnosu na njegov rad vrši kako od strane političkih i pravnih institucija, tako i od strane javnog mnjenja. U tom smislu, praćenje njegovog rada od strane medija, predstavlja pitanje od naročitog prioriteta za proces demokratske kontrole ovog sistema i njegovog ustrojavanja po standardima moderne države dvadeset prvog vijeka. Posebnu pažnju je potrebno posvetiti ambivalentnoj potencijalnoj ulozi medija, kako u stvaranju bezbjednosti, tako i njenom narušavanju.

Ključne riječi: Bezbjednost, mediji, kontrola, društvo, Zapadni Balkan, geo-politički interesi

Abstract: Reorganization and modernization of security sector institutions is a general trend in transition countries, especially those that are moving rapidly towards Euro-Atlantic integration. Security sector, as a segment of executive power, by its nature is drastically different from the rest of executive power by criteria of possession of special authorizations for the use of the monopoly of force and coercion. That is why meaningful use of security sector is always conditioned by the quality of control, which is carried out by political and legal institutions, as well as public opinion. In that sense, the monitoring of

its work by the media is a matter of particular priority for the process of democratic control of this system and its establishment according to the standards of the modern state of the twenty-first century. Particular attention must be paid to their ambivalent potential role, both in creating security and in its violation.

Key words: *Security, Media, Control, Society, Western Balkans, Geo-political interests.*

1. Uvod

Reorganizacija i modernizacija institucija bezbjednosnog sektora, opšti je trend u tranzicionim zemljama, naročito onima koje se ubrzano kreću ka evroatlantskim integracijama. Ovaj specifičan segment upravne vlasti, po svojoj prirodi se drastično razlikuje od njenog ostalog dijela, po kriterijumu posjedovanja posebnih ovlašćenja za primjenu monopola sile i prinude. Zato je njegova svrshodna upotreba uvijek uslovljena kvalitetom kontrole, koja se u odnosu na njegov rad vrši kako od strane političkih i pravnih institucija, tako i od strane javnog mnjenja.

Odnos bezbjednosnog sistema i medijskih uticaja, neophodno je promatrati kroz prizmu cjelovitog razumijevanja oblika ljudske komunikacije u socijalnoj konstrukciji stvarnosti. Naročito analizom uloge medija u društvu uopšte, a naročito u socijalnoj kontroli savremenog društva i u oblasti bezbjednosti sa osvrtnom na njihovu ambivalentnu potencijalnu ulogu, kako u stvaranju bezbjednosti, tako i njenom narušavanju.

Veoma je važno prepoznati ambivalentnu ulogu medija u stvaranju i izgradnji, ali takođe i u narušavanju bezbjednosti, kako na najopštijem nivou u smislu promovisanja i održavanja društvenog sistema vrijednosti, tako i u označavanju sasvim konkretnih pojava njegovog narušavanja. Neophodno je razumjeti i potencijalne uticaje medija na pojedine subjekte sistema bezbjednosti. Ova vrsta razumijevanja pomenutih procesa je od značaja u kritičkom pristupu i analizi mnogih bezbjednosnih fenomena. Društvo XXI vijeka, u mnogo čemu bi se moglo nazvati *civilizacijom medijske stvarnosti*, koja za razliku od realnog života nudi reprezentativnu sliku kao žurnalističku percepciju procesa i dešavanja uočenih u sopstvenom okruženju.¹ Tu se kriju mnoge

¹ Zoran Jevtović, Zoran Aracki, *Medijski uticaji, političke elite i društvena moć u Srbiji na početku 21. veka*, Fakultet za kulturu i medije, Beograd, str. 160.

potencijalne opasnosti po javni interes i bezbjednost društva. Stvaranje virtualne slike svijeta, osnov je i podloga svake vrste manipulacije i ugrožavanja bezbjednosti u krajnjem slučaju.

Za razumijevanje pomenutog, potrebno je objasniti ulogu različitih vrsta komunikacije u socijalnom kreiranju stvarnosti i to odnos između medija, ugrožavanja bezbjednosti, posebno kriminaliteta i kaznenog pravosuđa. Takođe, od značaja je i uloga masovnih medija u socijalnoj konstrukciji realiteta kroz medijsko konstruisanje slike bezbjednosti i posebno slike kriminala. Ovdje je relevantna i usaglašenost (ili neusaglašenost) izvještavanja sa službenim podacima, kontekst kriminaliteta i pravde u dnevno informativnim medijima i zabavnim medijima, uticaj informativnih medija na procesuiranje aktuelnih slučajeva, uticaj medija na nivo nasilja i kriminaliteta u društvu.

Ogroman značaj za analizu ove tematike imaju i odnos medija i terorizma, uticaj medija na stvaranje i podizanje bezbjednosne kulture, medijska prezentacija policije, službi bezbjednosti, sudova i kaznenih ustanova, odnos medija i žrtve, uloga masovnih medija u kriznim situacijama, i ostali aspekti.

Geografska disperzija događaja (vijesti o važnim političarima, teroristima, atentatima, međunarodnoj saradnji, ratovima, nepogodama, nesrećama i sl.) svakog dana se širi ekranima i stranicama novina širom planete, stvarajući utisak o zajedničkim brigama i životu, ali i prikrivajući integrisanu, centralizovanu hijerarhiju oličenu u distributerima sadržaja (vodeće svjetske medijske kuće određuju značaj, složenost, idejnu angažovanost i ugao informacija).²

Kako na globalnom, tako na regionalnom i lokalnom planu, mediji igraju presudnu ulogu u kreiranju javnog mnjenja u praktično svakoj oblasti društvenih procesa. To im daje nevjerovatno veliku količinu moći, koju je potrebno usmjeravati u pravcu zadovoljenja javnog interesa. Koliko mediji doista doprinose ostvarivanju javnog interesa u pojedinim društvima, otvoreno je pitanje, koje, kao i sva pitanja, ima svoje odgovore.

2. Pozitivne i negativne strane medijskih uticaja

Uprkos svim stranama medijskog izvještavanja u kontekstu bezbjednosti, prvo se moraju konstatovati one dobre strane izvještavanja od strane medija kada je u pitanju doprinos sigurnosti i kvalitetnijem radu bezbjednosnih službi.

² Opširnije na: <http://www.nspm.rs/kulturna-politika/medijski-uticaji-politicke-elite-i-drustvena-moc-u-srbiji-na-pocetku-21.-veka.html?alphabet=l>

Rigidnost i autarhičnost, koje su inherentne vrsti sistema kakav je bezbjednosni, imaju svoju veoma izraženu negativnu stranu. Bezbjednosni sistem je zbog svoje zatvorenosti, slabe distribucije informacija van njega (izvjesne konspirativnosti, koja je u određenoj mjeri i razumljiva, naročito kad se u obzir uzme priroda i vrsta posla kojom se on bavi), ipak podložan deformitetima u radu, što može imati svoje posebno negativne posljedice, budući da se radi o institucijama, kojima ovlašćenja daju monopol nad korišćenjem sredstava prinude.

Ovaj dio upravne vlasti, koji je zadužen za pitanja bezbjednosti države i svih njenih građana, zbog pomenutih obilježja predstavlja vrlo jak i potencijalno opasan mehanizam, koji se u pojedinim slučajevima opire kontroli i ugrožava javni interes.

Prirodna tendencija svakog moćnog sistema u pojedinim momentima je da se otrgne kontroli. To se naročito dešava u situacijama nestabilnog političkog sistema, nedostatnog pravnog poretka, tranzicije sistema u najširem smislu (ekonomskom, pravnom, političkom, itd).

U tom smislu, javna kritika, utemeljena na valjanom radu i izvještavanju medija, koja doprinosi podizanju nivoa svijesti kod građana i kreiranju zdravog javnog mnjenja ima ogroman značaj za kontrolu institucija bezbjednosnog sistema i u krajnjoj liniji – demokratizaciju ukupnog društva. No, da li je uvijek tako?

Više karakterističnih slučajeva, ključnih za sudbinu Zapadnog Balkana, na prvi pogled nepovezanih, a zapravo povezanih nego što bi iko pomislio, desili su se i dešavaju se, naročito od 2003. godine do danas, kako u našem neposrednom okruženju, tako u određenim elementima slično i kod nas u Crnoj Gori. Ovi slučajevi ne navode na zaključak da su mediji izvršili svoju društvenu misiju na valjan način, koji bi donio optimizam u ovom pogledu.

3. Slučaj Srbije

Čitajući obrazloženje presude za ubistvo predsjednika Vlade Republike Srbije, koja je donijeta u ime naroda, predsjedavajuća Sudskog vijeća Nata Mesarović je rekla: "Doktor Zoran Đinđić ubijen je u vreme nakon demokratskih promena u Srbiji, kada je većina građana ove zemlje verovala da je u Srbiji došlo vreme kada se Srbija može promeniti. Neću govoriti o tome koliko nam je bilo teško da postupamo u ovom krivičnom postupku. Mislim da je najteže od svega saznanje da živimo u zemlji u kojoj predsednika Vlade, kao predstavnika državnog organa jedne zemlje, može ubiti organizovana krimi-

nalna, neprijateljska, organizacija, i to u dvorištu zgrade Vlade, radi ostvarenja svojih kriminalno-političkih interesa. U konkretnom slučaju, to nije bilo obično ubistvo. Radi se o krivičnom delu koje je upereno protiv države."³

Proces optuženima za atentat na Zorana Đindjića je bio test spremnosti sudstva i srpskog društva za suočavanje sa pravim razlozima zbog kojih je prvi demokratski premijer brutalno ubijen. Istovremeno, njegov ishod pokazao je i mjeru nespremnosti Srbije da u dovoljnoj mjeri raskine sa nasljeđem režima Slobodana Miloševića i njegovom ratnom politikom. Takva ključna odrednica determinisala je i tragičnu ličnu sudbinu Zorana Đindjića. Atmosfera koja je prethodila i najavila njegovo ubistvo karakterisala je i tok sudskog procesa. Nastavljeno je sa opstrukcijama i diskreditacijama, ne samo ubijenog Zorana Đindjića, već i svih svjedoka koji su njegovo ubistvo stavljali u politički kontekst bez kojeg se ono ne bi bilo mogće.⁴

Poguban uticaj velikog dijela medija, elektronskih i pisanih, u velikoj mjeri je doprinio ishodu u kome je premijer jedne države, zbog permanentne medijske manipulacije od strane velikog dijela javnog mnjenja - doživljavao kao kriminalac, kontraverzni političar, nemoralna ličnost. Pokojni premijer Đinđić je javno u kontinuitetu diskreditovan godinama, čime je obavljena medijska priprema atentata, uz ne malu moderaciju cijelog procesa od strane djelova bezbjednosnih službi i pojedinaca u njima, koji su zloupotrebjavali svoje pozicije moći za realizaciju ličnih i političkih interesa.

U percepciji običnog građanina, podložnog medijskim manipulacijama, stvorena je konstrukcija po sistemu da je očekivano i normalno da premijer države koji je navodno kriminalac, na kraju bude i ubijen. Na takav način, obavještajno-medijskim manipulacijama, stvorena je društvena klima u kojoj je moguć atentat na jednog predsjednika vlade. Takođe, na ovaj način je unap-

³ Opširnije na: <https://insajder.net/sr/sajt/tema/455/>

⁴ Zbog namjerno izazvane konfuzije koja se kreirala u društvu, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji je stavio na uvid javnosti jedno od ključnih svedočenja sa ovog sudskog procesa. Riječ je o Vladimiru Bebi Popoviću, bliskom saradniku premijera Zorana Đindjića, koji je, s obzirom na položaj na kojem se nalazio, stekao uvid u mnoge intrige i zakulisna mešetarenja. Bez tog uvida nije moguće razumjeti pozadinu koja je do ubistva dovela. Njegovo svjedočenje je autentični dokument o duhu vremena i okolnostima koje su uspjeli da spriječe Zorana Đindjića u njegovom iskrenom naporu da reformiše i modernizuje Srbiju. Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji je dao svoj doprinos razumijevanju konteksta i kroz izvještaj o toku procesa, koji se nalazi u aneksu, kao i optužnica protiv okrivljenih. *Svedočenje pred Specijalnim sudom Vladimira Popovića na suđenju za ubistvo Zorana Đinđića*, Helsinški komitet za ljudska prava u Srbiji, ISBN – 86-7208-115-3, <http://www.helsinki.org.rs/serbian/doc/Dokument%20-%20BP.pdf>

rijed pripremljeno javno mnjenje da se minimalizuju posljedice po one koji su ovakav razvoj događaja organizovali, podsticali i na kraju – operativno izveli. Upravo zbog tekstova, poput onih, objavljivanih u različitim medijima, tipa tabloida „Identitet”, u periodu prije atentata na Đinđića, izvedena je medijska „satanizacija” njega i vlade koju je vodio, čime je stvoren „ambijent” za njegovo ubistvo. Vremenski period, protekao nakon toga i analize su pokazale da se odgovornost medija sastoji se u tome što su u okviru kampanje koja se vodila protiv premijera Đinđića, nekritički preuzimali informacije koje su dobijali od političkih stranaka i tajnih službi i onda ih objavljivali, stvarajući na takav način medijsku uvertiru u ubistvo premijera.⁵

Takav neodgovoran i manipulantski pristup medija i pojedinih urednika i novinara u njima, samo je pokazatelj niskog nivoa razvijenosti medijske kulture, kao i opšte kulture i nivoa javnog mnjenja. Kontekst u kome je cijela ova obavještajno-medijsko-(anti)bezbjednosna operacija mogla uspješno biti izvedena, pokazuje da je veliki dio Zapadnog Balkana još uvijek u „raljama” sprege političko-obavještajno-medijskih struktura, koje velikoj mjeri kontrolišu ove prostore.

4. Slučaj Crne Gore

Anti-NATO agenda tvrdokornih nacionalističkih krugova na Zapadnom Balkanu, dodatno je ojačana negativnim globalnim trendovima nastalim u odnosima između Rusije i Zapada usljed čega su, za spoljnopolitičke aspiracije zvanične Moskve, posebno interesantnim postali oni djelovi Balkana u kojima je Rusija vjekovima unazad imala tradicionalna uporišta uticaja. Usljed nastalih okolnosti ovaj dio svijeta postao je gotovo idealan kandidat za ulogu u realizaciji globalnih ambicija Rusije da se preuzme uloga izazivača dosadašnjoj neprikosnovenoj svjetskoj dominaciji Sjedinjenih Američkih Država. Iz tih razloga Rusija je, počev još od 2006. godine, nastojala da na Balkanu, kao neintegrisanom prostoru smještenom u pozadini najisturenijih spoljnih istočnih granica NATO-a, uspostavi što širi spektar svog uticaja počev od zaokruživanja energetske zavisnosti regiona od Rusije, pa sve do pojačanog obavještajnog, medijskog i propagandnog prisustva i djelovanja u regiji.

U uslovima nepotpune integrisanosti regiona u sistem kolektivne bezbjednosti pod okriljem NATO-a, postojala je stalna opasnost od ponovnog aktiviranja starih zamrznutih antagonizama koja je, po pravilu, dodatno bila

⁵ Opširnije na: <http://www.politika.rs/sr/clanak/36050/Medijska-pozadina-atentata>

pojačavana stalnim intenzivnim miješanjem zainteresovanih stranih sila. U odsustvu slobodne kopnene veze sa regionom, za Rusiju i realizaciju njenog koncepta hibridnog ratovanja od ključnog je značaja bilo to da Crna Gora, kao jedina priobalna zemlja regiona van NATO-a, ostane vojno „neutralna“ i time prohodna za eventualne ruske akcije u dubini Balkanskog poluostrva.⁶

U tom cilju Rusija je, neposredno nakon pada Miloševićevog režima, preko tadašnjeg predsjednika SRJ Vojislava Koštunice pokušala da za potrebe svoje mornarice dobije vojnopomorsku bazu u Kumboru u Crnoj Gori, baš kao što je, sa druge strane, namjenski usmjeravala investicione aktivnosti svojih državljana u smjeru obimnog ulaganja u kupovinu nekretnina na crnogorskom primorju, naročito u periodu nakon uspješno održanog Referenduma o državnoj nezavisnosti, nastojeći na taj način da ojača ekonomske veze Crne Gore sa Rusijom i time obezbijedi dodatne izvore meke moći i kanale za rusko prisustvo i uticaj u toj zemlji.⁷

Planiranje postizbornog državnog udara u Crnoj Gori i nešto kasniji događaji koji su ukazali na ozbiljnu ugroženost najviših crnogorskih državnih zvaničnika, čak i državnih zvaničnika u susjednoj Srbiji, predstavljaju upozoravajući lakmus o postojanju snažnih interesa i ozbiljnih nastojanja da se region Zapadnog Balkana vrati u mračne devedesete, kao stanje u kome bi mogao da predstavlja najpogodniju „monetu za potkusurivanje“ u aktuelnoj globalnoj igri moći. I dok je javnost u regionu o uznemirujućim događajima uglavnom informisana u unaprijed zadatim i instrumentalizovanim interpretativnim okvirima, a činjenice nerijetko ustupale mjesto ranije već viđenim konstrukcijama i teorijama zavjere, upadljivo su izostala objašnjenja o dubljim suštinskim uzrocima, zašto je baš sada i baš na ovim prostorima, došlo do pokušaja oživljavanja onih vremena za koja se vjerovalo da su nepovratno ostala u prošlosti.⁸

Ono što je već na prvi pogled bilo uočljivo u vještački kreiranoj gomili medijskih dezinformacija, manipulacija i iskrivljenog prikazivanja stvarnosti, jesu već više puta viđeni obrasci kako u ponašanju pojedinih političkih aktera i centara moći tako i njihove medijske logistike zadužene za stvaranje odgova-

⁶ Opširnije na: <http://www.anti.media/medunarodna-bezbednost/nezavisna-medijska-mreza-zapadni-balkan/crna-gora-u-nato-zaokruzivanje-sistema-kolektivne-bezbednosti/>

⁷ Ibid.

⁸Opširnije na: <http://www.anti.media/medunarodna-bezbednost/nezavisna-medijska-mreza-zapadni-balkan/putinov-udar-na-crnu-goru/>

rajuće atmosfere i usmjeravanje javnosti u smjeru unaprijed nametnutih zaključaka. Pažljivom analizom ponašanja samih aktera u posljednjim događajima na Balkanu, oživljavanja njihovih davno zaboravljenih uloga i istorijskim podsjećanjem na slične situacije iz prethodnih decenija, jasno se može uočiti okolnost da se u složene balkanske igre uključio novi inostrani činilac, životno zainteresovan za oživljavanje i radikalizaciju djelovanja poraženih nacionalističkih snaga koje je svojevremeno, zarad interesa svoje vladavine, obilato koristio režim Slobodana Miloševića. Otuda ne treba da čudi što su se najprije u Podgorici, a potom i u Beogradu, odigrali događaji koji su neodoljivo podsjetili na dešavanja na podgoričkim ulicama 14. januara 1998. godine, odnosno u srpskoj prijestonici uoči 12. marta 2003. godine.⁹

Posebno je zabrinjavajuća okolnost to što su mnogi mediji i u Srbiji i Crnoj Gori od glavnog demokratskog korektiva vlasti u velikom broju slučajeva svoju djelatnost redukovali na puke instrumente za širenje dezinformacija i naručenih "istina" što, posebno u uslovima globalnog informativno-obavještajnog rata koji se vodi među najvećim svjetskim silama, predstavlja potencijalno smrtonosnu opasnost po očuvanje krhke stabilnosti i demokratskih institucija u zemljama regiona. To je ujedno možda i poslednje alarmanto upozorenje za sve društvene i političke aktere u regionu Zapadnog Balkana o potrebi ulaganja dodatnih napora i sveobuhvatnog angažovanja na izgradnji stabilnosti, demokratskih institucija i vladavine prava kao poslednjih linija odbrane pred naletom onih koji u proizvodnji haosa i nasilja vide priliku za realizaciju svojih sebičnih interesa.¹⁰

5. Zaključak

Mnogobrojni su oblici negativnog uticaja na novinarsku profesiju, u izmjenjenom društvenom i političkom kontekstu, uticaji iz političkih i biznis centara moći, nestajanje masovne publike, a izrazita tendencija fragmentacije, usitnjavanja i segmentacije, problemi generisani iz same profesije kao što je nepoštovanje profesionalnih i etičkih standarda, zanemarivanje solidarnosti i polarizacija po političkoj osnovi, posebno u ovom regionu. Okolnosti u kojima rade novinari i mediji, posebno su otežane neprincipijelnim uticajima vlasnika medija, izdavača, oglašivača i službi za odnose sa javnošću iz političkog i komercijalnog polja.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid.

Spora digitalizacija i neadekvatna primjena novih tehnologija, smanjivanje resursa za prikupljanje i obradu informacija, zapošljavanje nedovoljno obrazovanih i za rad u novinarskoj profesiji pripremljenih kadrova, zanemarivanje uloge novinarskih udruženja, netransparentno vlasništvo, dovode profesiju u marginalan položaj.¹¹

Ovakvi nepovoljni uslovi, medijski sektor čine ranjivim u odnosu na uticaje političkih i bezbjednosnih izazova koji se naziru na horizontu dešavanja. Sve pomenuto ima i duboke posljedice u bezbjednosnoj sferi. U tom smislu sve države Zapadnog Balkana jos dugo moraju raditi na usavršavanju i bezbjednosnog okvira i medijske politike, kako bi u vremenima koja dolaze obezbijedile javni interes svojih građana.

Pored dalekosežnog vojno-bezbjednosnog i strategijskog značaja pristupanja Crne Gore NATO-u, ovaj čin će imati i veoma bitne pozitivne političke posledice po demokratske procese u čitavom regionu. Primjer postepenog sazrijevanja crnogorskog društva od tačke žarišta balkanske mitomanije do realizacije vizionarskog državničkog poduhvata modernizacije zemlje tokom kojeg je najprije ostvarena njena nezavisnost, a potom i uspješno okončan proces pristupanja NATO-u, može poslužiti kao model i primjer za nastavak promjena koje se poslednjih godina događaju i u drugim državama Zapadnog Balkana.

Literatura

Ericson, R., Barenek, P., Chan, J. (1991), *Representing order: crime, law and justice in the news media*. Toronto: Open University Press.

Jevtović, Z., Aracki, Z. (2011), „Medijski uticaji, političke elite i društvena moć u Srbiji na početku 21. veka“, *Kultura polisa*, god. VIII, br.15, str. 159-176.

Kešetović, Ž. (1996), „Izazovi Internet-a: Putevi i stranputice svetske kompjuterske mreže“, *Bezbednost*, br. 6, str. 743-750.

Kešetović, Ž. (2000), *Odnosi policije sa javnošću*, Beograd: VŠUP.

Svedočenje pred Specijalnim sudom Vladimira Popovića na suđenju za ubistvo Zorana Đinđića, Helsinški komitet za ljudska prava u Srbiji,

¹¹ Opširnije na: <http://kodex.me/clanak/56634/konferencija-u-bijelom-polju-novinarstvo-jeste-u-krizi>

Web linkovi

<http://www.nspm.rs/kulturna-politika/medijski-uticaji-politicke-elite-i-drustvena-moc-u-srbiji-na-pocetku-21.-veka.html?alphabet=l>

<http://kodex.me/clanak/56634/konferencija-u-bijelom-polju-novinarstvo-jeste-u-krizi>

<https://insajder.net/sr/sajt/tema/455/>

<http://www.helsinki.org.rs/serbian/doc/Dokument%20-%20BP.pdf>

<http://www.politika.rs/sr/clanak/36050/Medijska-pozadina-atentata>

<http://www.anti.media/medunarodna-bezbednost/nezavisna-medijska-mreza-zapadnibalkan/crna-gora-u-nato-zaokruzivanje-sistema-kolektivne-bezbednosti/>

<http://www.anti.media/medunarodna-bezbednost/nezavisna-medijska-mreza-zapadni-balkan/putinov-udar-na-crnu-goru/>

IDENTITET EVROPE I MIGRANTSKA KRIZA

EUROPE IDENTITY AND MIGRANT CRISIS

dr SRDJAN VUKADINOVIĆ, redovni profesor
Centar za društvena istraživanja - Podgorica

Apstrakt: *Migrantskoj krizi i izbjeglicama koje dolaze iz zemalja koje su opustošene i uništene globalizacijskim neoliberalnim eksperimentima se ne nazire kraj. Svi migranti bez obzira da li su iz Sirije, Iraka, Avganistana, Libije ili neke druge u suštini i de facto nepostojeće zemlje su usmjereni prema Zapadnoj Evropi, osobito prema Republici Njemačkoj i Skandinaviji. Jedna je to dobro osmišljena, nečija, politika koju neko usmjerava. Usmjerava neko iz centra neoliberalne dominacije te ljude na pomenute prostore. S druge strane, migranti koji dolaze na južnoslovenski prostor s namjerom daljeg prolaska su organizovani. Dolaze, nekim plovilima, pa autobusima i vozovima. Nesporo je da se radi o siromašnim ljudima koji su zadnje novce svoje mukom stečene ušteđevine uložili u put u jednom smjeru. Njih neko upućuje na te rute. Vodi ih i prebacuje. Dakle, postoje neke sile kojima migrantska kriza i putešestvoje sirotih ljudi odgovara. A sve se to plaća. Neoliberalnom centru je bitno da se novac okreće i da se izvuče iz slamarica i kuća. Pa i po cijenu stradanja žena i djece, starih i iznemoglih. Percipirajući pozadinu cijele migrantske krize na način globalnih pre-tumbacija od strane neoliberalizma zavladao je strah u tzv. satelitskim zemljama Evropske unije, kao što su: Hrvatska, Mađarska, Češka, Slovačka. Strah od drugoga. Strah od različitosti. Sve zbog toga, što valjda, ta društva uče načela interkulturalnog modela života, kao i života sa, i u razlikama.*

Migrantska kriza projektovana od strane imperijalnog globalizma je, zapravo, kriza identiteta Evrope. Stiče se utisak da je Evropa skup različitih naroda i zemalja egoistički nastrojenih. Nema tu jedinstva, niti zajedničke platforme. I to vlada Evropom. Zapažaju se veoma ve-

like razlike u evropskom shvatanju življenja, a osobito primanja novih ljudi. Različitih i drugačijih nego što su Evropljani. To ne bi trebalo da bude problem. Već, naprotiv određena komparativna prednost. Ali, profit, broj i kvantitet koji su obilježja imperijalnog globalizma ne poznaje i ne tretira kulturološke vrednosne modele. Dok je tako migrantska kriza će potrajati, sa izbjeglicama iz ove ili one zemlje koju ima naum razoriti globalni imperijalizam, dok će novi, drugi vještački proizvedeni konflikti sa novim modalitetima skretati pozornost.

Ključne riječi: Evropski identitet, migrantska kriza, kriza identiteta, različitost, komparativna prednost, neoliberalni centar

Abstract: Migrant crisis and refugees coming from countries that are ravaged and destroyed by neoliberal globalization experiments is no end in sight. All migrants, regardless of whether they are from Syria, Iraq, Afghanistan, Libya or any other substantially and the de facto non-existent countries are directed towards Western Europe, especially the Republic of Germany and Scandinavia. One is that well-designed, someone, that someone directs policy. Directs a center of neoliberal domination of the people mentioned in the premises. On the other hand, migrants who come to the South Slavic area with the intention of further crossing are organized. Come, some boats, but buses and trains. It is indisputable that these are poor people who are the last of their money invested heavily acquired savings in time in one direction. They are some points to this route. Vodi them and switches. So, there are some forces that migrant crisis and difficult trip poor people responding. But all this is paid. Neoliberal center is essential to turning the money and get away from the pallet and houses. Even at the cost of suffering of women and children, the elderly and infirm. Perceiving the background of the entire migrant crisis in the way of global upset by neoliberalism reigned terror in so called satellite EU countries, such as Croatia, Hungary, Czech Republic, Slovakia. The fear of the other. Fear of diversity. All because, guess what, these companies are learning the principles of intercultural model of life, and the life, and the differences. Migrant crisis engineered by imperial globalism is, in fact, the crisis of European identity. One gets the impression that Europe is a collection of different peoples and countries egotistical minded. There is no unity, no common platform. And

it's on in Europe. There was an extremely large difference in the lives of European understanding, and particularly the acceptance of new people. Different points of view different than the Europeans. This should not be a problem. But rather a certain competitive advantage. But, profit, number and quantity of which are characteristics of imperial globalism does not know and does not treat cultural value models. While both migrant crisis will last, with refugees from this or that country, which has a plan to destroy the global imperialism and the new, artificially produced other conflicts with new modalities to divert attention.

Key words: *Europe Identity, Migrant Crisis, Identity Crisis, Diversity, Comparative Advantage, Neoliberal Center*

1. Uvod

Swijet je sredinom druge decenije trećeg milenijuma suočen sa najvećom migrantskom krizom od Drugog svjetskog rata. Veliki broj migranata smrtno strada na putu izlaska iz pakla u koji je pretvorena životna struktura njihovih zemalja. Samo u 2015. godini stradao je veliki broj migranata, oko 3.600. Najviše ih se utopilo u Sredozemnom moru u pokušaju da se domognu zemalja EU, u koje je od početka te godine, prema zvaničnim podacima, utočište našlo oko 350 hiljada migranata.

Raniji uzrok migracija, krajem XX i početkom XXI vijeka, bio je usko povezan sa ekonomskom situacijom. Većina građana u svim arapskim društvima nakon «arapskog proljeća» prinuđena je krenuti u potragu za rezervnim pasošem, zbog društvene nepravde. U slučajevima kada je neoliberalni kapitalizam razorio Libiju, Siriju, Irak, Avganistan i mnoge druge zemlje, građani toga dijela svijeta nemaju drugog izbora, u ovom slučaju, do otisnuti se u nepoznato kako bi spasili život.

2. Istorijski tok migracija

Postojali su pokušaji da se izračunaju i istraže predmoderne migracije. Izvjesni rezultati su pokazali da što se tiče brojki nije bilo mnogo nekih značajnijih promjena. Ali, migracije su mnogo više od brojki. One su proces(i). I zbog toga u prošlosti je migracijama prilaženo samo na osnovu statističkih pokazatelja. Talas migranata u nominalnim brojkama je bio izraženiji početkom XX vijeka, nego što je to sredinom druge decenije trećeg milenijuma.. U

tome razdoblju ili desetak godina prije Prvog svjetskog rata SAD su primale oko milion migranata godišnje. Ponekad, čak i više. Ukupna populacija SAD bila je manja od sto miliona (Bartel. 1988:67). Dakle, to je u procentualnom iznosu bilo oko 1% godišnje imigranata koji su ušli u SAD, uglavnom za boljim uslovima života.

Petnaeste godine trećeg milenijuma u Evropi je bilo oko dva miliona migranata sa izbjegličkim statusom. Uglavnom su to bile zemlje Evropske unije koje su primale migrante i što je njihova krajnja namjera i želja. Budući da Evropska unija ima oko 500 miliona stanovnika. To je bilo 0,4% migranata koji su došli u zemlje Unije od njene ukupne populacije.

Ako se uporede migriranja stanovništva na početku dva poslednja stoljeća (XX i XXI) i brojeke, može se zaključiti da koliko god da su bila neočekivana i znatna migraciona kretanja izbjeglica iz afričkih zemalja koje su opustošene ratnim zbivanjima, taj navedeni broj ne bi trebalo da je bio neki problem da se tako bogat i razvijen kontinent kao što je Evropa i sa tako snažnim institucijama prilagodi migrantima. I to na način koji neće dovesti do gradnje i podizanja ograde od bodljikave žice u većini zemalja Unije.

Razmatranje i poznavanje migracijske istorije može pomoći da se o migracijama raspravlja s manje drame (Angrist, 1999:124) i da se konstituiše dugoročno gledište koje te procese neće posmatrati i doživljavati tragično. Prvi je to korak koji se treba preduzeti u prevazilaženju migrantske drame koja je pogodila Evropsku uniju koja se pokazala nespremnom da se suoči sa tim fenomenima.

Iz navedenih razloga na migracije uvijek treba gledati dugoročno, a ne u datom trenutku ispoljavanja. Jer, nešto što se čini kada su migracije u pitanju jako važnim petnaeste ili šesnaeste godine trećeg milenijuma, može izgledati manje važno za pet ili deset godina od trenutka dešavanja. Na taj način se može smanjiti želja pojedinih političara da manje grade zidove prema drugostima i različitostima. Kroz istorijska razmatranja i pojašnjenja migracionih kretanja bitno je smanjiti popularnost zidova i bodljikavih žica, jer je očito da je ista kod nekih predstavnika zemalja koje su članice EU bila zaista «popularna» u naznačenom razdoblju.

3. Migranti vs. izbjeglice

Ne rijetko se u literaturi izjednačavaju pojmovi migranata i izbjeglica. Značajne su razlike u strukturnom smislu između dvije pomenute pojavnosti, odnosno grupacije.

Često puta se migranti uzimaju u nekom širem i opšteodređujućem značenju za grupacije koje napuštaju svoje zemlje porijekla i koje traže ulaz u druge zemlje. Međunarodno pravni dokumenti veoma jasno razlikuju migrante od izbjeglica. Tako se u članu 1. Konvencije o statusu izbjeglica definiše i određuje taj pojam. Pomenuta Konvencija definiše izbjeglice kao osobe koje su prisiljene da napuste svoju zemlju iz tačno određenih pet razloga. Razlozi koji nekoga svrstavaju u grupaciju izbjeglica su: pripadnost određenoj rasi, nacionalnosti, vjeroispovijesti, političkom uvjerenju i određenoj društvenog grupaciji ili skupini. Naravno, svemu tome se pridodaju okolnosti rata. Određenja su to koja su prihvaćena u međunarodnom pravu i koja su valjani razlog za dobijanje statusa izbjeglice. U drugom slučaju ako osoba ne ispunjava niti jedan od navedenih kriterijuma ili razloga, ako ne ispunjava niti jednu od okolnosti, već svoju zemlju napušta iz nekih drugih razloga, a najčešće su ti razlozi potraga za boljim životom i bolji ekonomski uzlovi za ostvarivanje kvaliteta života onda nije riječ o izbjeglicama već o migrantima.

To ne znači da su oni koji su migranti stavljeni mimo odredni međunarodnog prava, jer postoje isto tako i međunarodne konvencije koje se bave zaštitom migranata. Takođe, postoji i međunarodna organizacija za migracije koja štiti prava ove grupacije. Ali, ono što je bitno je da migranti ne spadaju pod pojam izbjeglica i njima se osigurava neka druga zaštita u postupku rješavanja njihovog statusa u zemljama u kojima ulaze kao migranti. U svakom slučaju zaštita migranata je slična kao i zaštita izbjeglica (Todaro, 1969:146), jer i jednoj i drugoj grupaciji se garantuje poštovanje temeljnih ljudskih prava sa jednom bitnom razlikom kada je u pitanju povratak u vlastite zemlje. Naime, načelo zabrane povratka u vlastitu zemlju ne vrijedi za migrante kao što to naravno vrijedi za izbjeglice.

U svakom slučaju i pored strukturnih razlika u tretiranju migranata naspram izbjeglica veoma je bitno da se za obje grupacije obezbijedi integracija u zemljama u koje pristižu koja se neće zasnovati na polarizaciji i neprihvatanju od strane većinskih grupacija, već na saglasnosti i razumijevanju.

4. Humano lice zapadnobalkanskih zemalja

Zatvaranje granica Balkana za migrante, na način kako su to radile neke zemlje sa periferije EU (Mađarska, Hrvatska, Slovačka), moglo se veoma loše odraziti po odnos prema migrantima (Sjaastad, 1962:86). Ali, takođe Balkan ne može postati sabirni centar za izbjeglice, kakvu mu je ulogu u tome i namijenila većina zemalja EU. Ni Srbija, ni Makedonija, kao prve zemlje koje

su na udaru migrantskom talasu, a kao kandidati za članstvo u EU ne smiju postati skladišta za izbjeglice koje odatle ne mogu da idu dalje. Logično je bilo da se mora naći evropsko rješenje za izbjegličku krizu. Ono nije nađeno ni do kraja 2016.godine, a zemlje zapadnog Balkana, prije svih Srbija i Makedonija su i dalje prepuštene da se same snalaze u rješavanju migrantskih problema.

Broj izbjeglica koje su stigle na granicu Turske bježeći pred ofanzivom(ama) različitih vojski i paravojski, u jednom mjesecu, porastao je na 35 hiljada. Turske vlasti su naglašavale da su spremne da im pomognu, ali unutar Sirije. Ostala je Turska otvorena svojoj politici tzv. otvorenih granica prema izbjeglicama i poslije toga. Ali, igrajući se i vješto izigravajući dogovore Turska nije navodila kada će hiljade sirijskih izbjeglica moći da uđu u Tursku.

5. Djeca migranti – trgovina ljudima - migrantima

Fenomen trgovine ljudima i djeca u tom lancu su uopšte velika opasnost u svijetu kada je u pitanju migrantski talas i migrantske rute. I društvo i država moraju učiniti jedan dodatni napor u presijecanju tih lanaca. U Srbiji, početkom 2017.godine, boravi 3055 maloljetnika koji pokušavaju da se bježeći od rata domognu zemalja Zapadne Evrope, što čini 47% migrantske populacije. 747 ove djece je bez pratnje roditelja.

I dok ova djeca bježe od rata i suočavaju se sa poteškoćama izbjeglištva ostala djeca u svijetu su suočena sa životom u siromaštvu. Migraciona kretanja koja su prouzrokovana ratnim uništavanjem mnogih država od strane imperijalnog globalizma ne smiju postati poligon za trgovinu djecom i još veće njihovo osiromašenje (Massey, 1993:442). Istina, imperijalni globalizam nastoji da svijet razori do kraja i učini ga što siromašnijim, jer tako jedino može opstati. To su njegovi «vrijednosni» kriterijumi uspostave rješenja po mjeri diktatora i otimača iz jednog centra.

6. Upravljanje migracijama

Iako su gotovo sve zemlje južnoslovenskog regiona odavno trasirale demokratski put integracija u oblasti migracija i napravile velike institucionalne i normativne korake, radi bezbjednijeg i humanijeg kanalisanja problema ilegalnih migracija neophodna je tješnja saradnja, ne samo subjekata unutar konkretne države, već i među zemljama regiona i šire. To iz razloga što migracije predstavljaju kompleksan društveni fenomen za koji je neophodna međunarodna saradnja u svakom pogledu.

Potrebna je zemljama regiona velika pomoć u suočavanju sa izazovima upravljanja migracija.

Agencija UN-a za migracije ima veoma važnu i odgovornu ulogu iskusnog partnera koji uvijek pokazuje spremnost da pruži savjet ili podršku, kao i partnerstvo u rješavanju problema migracija.

Izazovi sa kojima se suočavaju zemlje regiona u smislu upravljanja migracijama su višestruki i višestrani. Pored ostalog upravljačko strateški izazov (Harrrts, 1970:139) je i kako može svijet i UN podržati kretanje i tokove migracija. Čitajući novine i gledajući televiziju veoma je teško sredinom druge dekade trećeg milenijuma pozitivno gledati na migracije, zato što se migracije predstavljaju kao izazovi ili problemi. Ali, do toga dolazi ako se migracijama ne upravlja na pravi način. Kada se vide migranti u medijskom, bilo štampanom ili elektronskom prostoru, treba znati da iza njih stoji jedna čitava istorija. I uvijek je bilo migranata. Oni su ljudi kao svi drugi u svakoj zemlji. Imaju svoje potrebe, suze, očekivanja. Jedina stvar koju traže jeste bolje mjesto za život. Zato, kada se pomisli na njih treba imati na umu da iza statistike o broju migranata stoje ljudi.

Upravljanje migracijama pored navedenoga podrazumijeva i stvaranje uslova za ekonomski razvoj. Jer, oni koji upravljaju migracijama trebaju prepoznati u migrantima značajni potencijal (ekonomski, socijalni, kulturni, sportski) koji oni nose za sobom (Borjas, 1999:73). U talasu izbjeglica koji je prošao južnoslovenskim prostorom na putu ka EU prošao je veliki broj ljudi koji govore ne samo engleski i ruski, već i druge jezike. Značajan broj njih su i visokobrazovani i školovani ljudi. Među njima je mnogo ljekara, IT inženjera. I oni se ne bi trebali posmatrati kao teret, već kao određeni ljudski kapital. Takav kapital je značajan pokretač i ekonomskog, ali i kulturnog i drugih razvojnih segmenata društva u mnogim državama. Ne treba ni malo potisnuti u drugi plan jednu bitnu činjenicu kada je u pitanju razvojni i kreativni potencijal izbjeglica, a koju tretira i međunarodno pravo, odnosno međunarodno pravna zaštita izbjeglica sa temeljnim dokumentima. Sa tim odredbama nije predviđena za izbjeglice samo zaštita njihovih temeljnih ljudskih prava, koja su vezana i koja se tiču prava na život i zabranu povratka, nego i prava na zaštitu intelektualnog vlasništva, koje je jako potrebno u slučajevima kada su izbjeglice iz redova vrhunskih stručnjaka ili naučnika, ili vrhunskih umjetnika. Očito je da su i odredbe Konvencije o zaštiti izbjeglica i uopšte međunarodno pravne norme vodile računa o tome da izbjeglice mogu biti i vrlo koristan dio društva u državi njihovog prihvata.

Klasičan primjer za dobro upravljanje migracijama su SAD. U toj zemlji upravljanje migracijama je doprinijelo da se stvori jedna od najvećih i ekonomski najsnažnijih država na svijetu. Tako da migracije ako se njima pravilno upravlja mogu doprinijeti jednom opštem ekonomskom razvoju svake zemlje. Posmatranje fenomena izbjeglica kroz aspekt upravljanja migracijama i usmjeravanja njihovog, prije svega, ekonomskog potencijala je jedan od dva ključna načina, uz onaj međunarodnih obaveza, na koji treba tretirati pojavu izbjeglica.

7. Drugo lice Evrope i migranti

Pored humanog lica Evropa je u migrantskoj krizi pokazala i ono drugo manje humano i manje čovekoljubivo. U tim momentima jako su bili glasni ultradesničari u pojedinim zemljama EU. Iz tih njihovih stavova proizilazila je ksenofobija, islamofobija, kao i strah od nepoznatog, koji je potpuno neopravdan. Jedan od načina kojim se mogu prevazići takva djelovanja i stavovi sadržan je u činjenici i aktivnosti da se uopšte evropskoj populaciji objasne benefiti migracija. Migracije predstavljaju šansu za ekonomski razvoj (LaLonde, Robert, 1993:816). Tamo negdje 2014. godine predstavnici njemačkih instituta su izašli u javnost sa brojkom da je Njemačkoj potrebno oko 2,1 miliona ljudi kako bi održali nivo svog industrijskog razvoja.

Tako da se s pravom može postaviti pitanje; zbog čega jača desnica u Evropi?. Zbog migranata sigurno ne ili ne postoji razlog za to. Ali, to su, i takvi su pretežni stavovi zemalja poput, Češke, Mađarske, Slovačke i zemalja tzv Višegradske četvorke. Ali, opet to su stavovi koji su iskrivljeni i koji su u potpunosti u suprotnosti sa onim što su neke međunarodne obaveze u tom smislu. Te obaveze su sve zemlje članice EU preuzele od momenta kada su verifikovali evropsku Konvenciju o ljudskim pravima i Konvenciju o statusu izbjeglica iz 1951. godine. Pomenuti dokumenti vrlo precizno i tačno propisuju pravila na koji način treba postupati prema ljudima koji su ispunili uslove iz člana 1. Konvencije o statusu izbjeglica, a koji definiše izbjeglice i propisuje što to treba ispuniti da bi se neko smatrao izbjeglicom. Izbjeglica se postaje onog trenutka kada se napušta sopstvena zemlja porijekla u strahu od progona ili nasilja opštih razmjera. Izbjeglica se ne postaje onog trenutka kada će neka zemlja usvojiti jednu ili drugu politiku kojom će automatski praviti selekciju, recimo na ekonomske migrante ili ilegalne migrante ili neku potpuno treću kategoriju. Pravila su vrlo jasna, bez obzira o kojoj političkoj grupaciji se radi i bez obzira ko formira vlast o određenoj zemlji. I dokle god su države u

kojima jačaju desničari članice pomenutih međunarodnih ugovoranih do tada postoje takve obaveze i mogućnost njihove odgovornosti, ukoliko odluče da takve obaveze ne poštuju.

8. Novi evropski humanizam i Evropska unija

Izbjeglička priča na Balkanu je jedno žarište i to je čini se ta domicilna priča koja podrazumijeva jednu analogiju i pomenute evropske priče. Dosta je to slično kao što se dešavalo za vrijeme izbjegličkih kriza na zapadnom Balkanu od 1992-1995. godine. Kada je imperijalni globalizam pružanjem direktne vojne podrške nekim zemljama, a s druge strane istovaranjem tona i tona bombi i eksplozivnih naprava pokrenuo talas izbjeglica na balkanskom prostoru.

Po tom pitanju odnosi u EU nalaze se na periferiji humanog kapitalizma u funkciji submisije na tom, i u tom surovom dijelu globalističke imperijalizacije. Nekada, u pojedinim periodima, taj priliv izbjeglica bio toliki da je djelovao da će ugroziti EU. I on je prouzrokovao jačanje desnice u tim zemljama, ali i u Evropi. Pokret desničara nije u prilici da u prvoj polovini sedamnaeste godine trećeg milenijuma zavlada ni jednom od ozbiljnih država Evrope. Međutim, u EU ne treba da bude mjesta u navedenom trenutku nekom strahu da će ti desničari igrati neke važne faktore. Oni će rasti u mjeri da će biti dio parlamenta i da će uticati na neke odluke. Opet treba reći u nekoj mjeri. Ali, neki strahovi koji se kreiraju medijski i neka spinovanja da prijeti opasnost to prosto nemaju neko realno utemeljenje.

Priliv izbjeglica u pojedinim periodima je zaista bio toliki da je prijetio da stvarno ugrozi EU. Ali, on se postepeno smanjuje, bez obzira što i dalje utiče na blago i tinjajuće jačanje desničara i desnice.

Propusti na adekvatan odgovor migrantskoj krizi od strane EU su bili u tome što Evropa nema unutrašnje samoodređenje. Još, manje zna vanjsko političko, pravno i sigurnosno opredjeljenje. Jer ga Evropa u času pokreta migranata ne može iznjedrati pod hegemonijom SAD i okrenutošću protiv Rusije, odnosno protiv druge strane bića sebe. Nije u stanju Evropa sama riješiti svoje probleme. Velika je nezaposlenost od 28 miliona ljudi. Ne može Evropa ni rješavati problem svoga duga, nego ide u pravcu raspodjele nacionalnog bogatstva. Prema tome, Evropa ne može svoje probleme rješavati, a kamoli da rješava probleme koje joj je neko ipak nametnuo. A to su po svoj prilici SAD, kada je u pitanju taj problem imigracije Afrike, koja je Evropu, pa i Aziju i Latinsku Ameriku osiromašila do te mjere da ti, uglavnom siromašni

ljudi, nemaju kuda, osim za onim što im je oduzeto. Tako da Evropa nema instrumente da riješi migrantsku krizu.

Takvo stanje iziskuje potrebu neke nove percepcije Evrope, odnosno fokusiranje kako se vidi Balkan i pojedine zemlje toga areala u kontekstu EU. Slovenija i Hrvatska su već članice EU. Odnos ostatka regiona prema EU će se bazirati, uglavnom, na moguća (ne)širenja EU prema tim zemljama.

Ovakva kakva je EU sigurno je da neće ići u dalje širenje. Slijedi Evropskoj uniji policentrizam. Ono što EU predstoji i što je njena budućnost je jedan policentrizam, odnosno više centara moći. Znači, nakon razlaza kao izlaza. Na čelu sa Njemačkom ići će jedan broj zemalja kao što su Poljska, i baltičke zemlje Latvija, Letonija i Estonija. Sa Londonom će ići: zemlje oko njega i Sjeverna Evropa. Sa Francuskom će ići Belgija, Španija i Portugal. A sa Italijom preostaje onima koji su tu: Slovenija, Mađarska, Hrvatska, Srbija, BiH, Albanija, Crna Gora, itd. Znači to da koncepcija primanja u bivšu EU više ne postoji. Postojeće ona koncepcija (ne)prijema koja će ići do polarizacije koja će nastati nakon razlaza kao izlaza na navedena četiri centra te buduće moći. Dalje, to znači da su zadovoljene sve one snažne evropske zemlje u tome da imaju svoje satelite na koje se mogu oslanjati u nekoj narednoj budućnosti. Koncepcija budućeg prijema u članstvo u EU se bitno mijenja još danas, a kamoli nakon razlaza kao izlaza iz ovog projekta za koji se znalo da neće uspjeti, jer su mnogi autori na tu i upozoravali prije 25 godina. Taj period razlaza o kome govorim je 5-10 godina. Navedeni razlaz, odnosno policentrizam stvara mogućnost da se različito djeluje na težnje imperijalnog globalizma. Jer, isti hoće jedan centar koji upravlja ljudima kao šrafovim a neke mašinerije, a koji su za njega samo statistika i broj.

9. Zaključak

Trajućoj migrantskoj krizi se ne nazire kraj. Gotovo svi migranti su usmjereni prema Zapadnoj Evropi, osobito prema Republici Njemačkoj i Skandinaviji. To nije ni malo slučajno. Jedna duboka je to politika, koju neko usmjerava i upućuje te ljude na navedene prostore. S druge strane se zapaža da izbjeglice dolaze organizovano. Dolaze autobusima i vozovima. Brodovima i jednostavnim čamcima. Istina, je da to nisu ljudi nekog većeg imovnog stanja. Ali, njih neko upućuje na te rute. Vodi ih i prebacuje. Dakle, postoje neke sile i neki centri moći kojima to odgovara. A sve se to plaća. Poznato je da njemački Caritas pomaže gotovo duplo kao svi ostali na svijetu. Dakle Njemačka se prezentira kao zemlja blagostanja i razumijevanja. Njena Vlada čini

dobro djelo kada prima te ljude. Međutim, s druge strane je zavladao strah u satelitskim zemljama Evropske unije, slobodno se mogu nazvati tako, kao što su Hrvatska, Mađarska, Češka, Slovačka. Strah od drugoga. Strah od različitosti. Valjda zbog toga što su sve ovo društva i državne tvorevine koje su ne tako davno počeli «živjeti» demokratiju. Ne znaju u ovim društvima ili se bar tako čini što je suživot!? Ponovno se razjaruju neki strahovi davno prošlih vremena. I narod se izgubio. Često puta narod ne zna što bi. Kako bi reagovao.

Izbjeglička kriza je, zapravo, kriza identiteta Evrope. Iz pomenute situacije se da zapaziti da je Evropa skup različitih naroda i zemalja egoistički nastrojenih. Nema tu jedinstva niti zajedničke platforme. I to vlada Evropom. Vide se veoma velike razlike u evropskom shvatanju življenja, a osobito primanja novih ljudi. Različitih i drugačijih nego što su Evropljani.

Pokazalo se u migrantskoj krizi koja je pogodila Evropu i svijet, sredinom druge decenije, trećeg milenijuma da je jedan od odgovora na globalizaciju potreba da se usled priliva stanovnika drugih i realiteta kulturoloških obilježja, razvija potreba da se crtaju nove granice i da se podižu ograde. Jedan je to od paradoksalnih aspekata globalizacije. Jer s jedne strane prisutna je ekonomska i socijalna globalizacija koja traje, a s druge strane pojedine političke strukture se vraćaju uskogrudom nacionalizmu, za koji je unaprijed poznato da ne bi ništa riješio. Ali, očito da nacionalizam i raspirivanje suprotstavljenosti odgovara mnogima koji se iz dobrih ili ne baš dobrih razloga plaše globalizacije. Jer očito je da globalizacija proizvodi dobitnike i gubitnike.

Globalizacije se mogu plašiti mnogi pojedinci i grupacije, ali je ne mogu izbjeći. Jer, selidbe i migranti postojeće, vjerovatno, i u budućim nekim vremenima i to u većim statističkim brojkama. Ali, migracije moraju biti neka-ko organizovane. Ne mogu se samo otvoriti granice i reći da ko god želi da dođe u EU neka dođe.

Razdoblje u kojem se u Evropi dešava velika migracijska kriza je karakteristično po tome što u njemu ne postoji migracijska politika. Nema u konkretnim nastojanjima ništa što bi se u tom smislu moglo uporediti sa onim što rade Kanada i Australija. Nije sporno da je kontekst evropske migracijske krize bitno drugačiji od dolaska ljudu iz drugih zemalja u dvije navedene vanevropske zemlje. Ali, oni koji se bave migracijskom krizom trebaju imati na umu da mnogi njihovi potezi nepotrebno otežavaju život ljudima koji su pobjegli iz svojih zemalja pred ratnim vihorom i koji ne žele ništa drugo do život pristojan čovjeka, i za sebe i svoju djecu. Žele ne toliko bolji ekonomski kvalitet života koliko život bez trauma i stresova za svoje osnovno pravo na

život. Mnogi od migranata da bi tako nešto obezbijedili će posegnuti za nekim ilegalnim sredstvima i reskirati svoj život da nešto postignu. To što oni žele postići i što po svoj prilici nije mnogo ne nanosi neku veliku štetu i ne škodi zemljama u koje su se uputili, kao konkretnim imigracijskim društvima. Za rješavanje jedne od gorućih tema, makar, u petnaestoj i šesnaestoj godini trećeg mnilenijuma treba uvijek imati na umu da se o njoj može govoriti sa sličnim alatima kao i prije vijek ili vijek ipo, i da većinu stanovništva u svijetu čine nacije imigranata.

Literatura

Angrist, J.D., Kugler, A. (2003), *Protective or Counter-Productive? Labor Market Institutions and the Effect of Immigration on EU Natives*.

Bartel, A. (1988), *Where do the New U.S. Immigration Live?*, US Department of Labor Conference on Immigration, Washington D.C.

Borjas, G., Richard B.F., Lawrence F.K. (1992), "On the Labor Market Effects of Immigration and Trade", in: *Immigration and the Workforce: Economic Consequences for the United States and Source Areas*.

Harris, J.R., Todaro, M.P. (1970), "Migration, Unemployment and Development: A Two-Sector Analysis", *The American Economic Review*, Vol. 60, No.1.

LaLonde, R.J., Robert H.T. (1993), "Economic Impact of International Migration and the Economic Performance of Migrants", in: *Handbook of Population and Family Economics*, vol.1.

Massey, D.S., Arango, J., Hugo, G., Kouaouci, A., Pellegrino, a., Taylor, J.E. (1993), "Theories of International Migration: A Review and Appraisal", *Population and Development Review*, Vol. 19, No.3.

Ravenstein, E.G. (1985), "The Laws of Migration", *Journal of the Statistical Society of London*, Vol.48, No.2, Blackwell Publishing for the Royal Statistical Society, London.

Sjaastad, L.A. (1962), "The Costs and Returns of Human Migration", *Journal of Political Economy*, Vol. 70.

Todaro, M.P. (1969), "A model of labor migration and Urban unemployment in less Developed Countries", *The American Economic Reviews*, Vol.59.

ZAPAD – RUSIJA (FOBIJE, STEREOTIPI, PREDRASUDE)

THE WEST – RUSSIA (PHOBIAS, STEREOTYPES, PREJUDICES)

dr RADOVAN PEJANOVIĆ, redovni profesor
Univerzitet u Novom Sadu

Apstrakt: Autor razmatra ključni problem savremenih međunarodnih odnosa, odnos Zapada i Rusije, u svetlu savremenih dešavanja i novije literature o tom fenomenu. Reč je o tri kompetentna autora, pisaca aktuelnih dela, koja su predmet detaljne analize. Autori analiziranih dela daju nam pouke i šalju poruke o tome da su fobije, stereotipi i predrasude štetne i opasne i u nacionalnim, a posebno u međunarodnim politikama. Na primeru odnosa Zapada prema Rusiji vidi se pogrešnost jednostranih politika i štetnost hladnog rata. Na gubitku je svetska zajednica, a na dobitku su terorizam, ekstremizam, ksenofobija. Ključna pouka ovog rada i ovih knjiga je da su potrebne duboke promene u arhitekturi međunarodnih političkih i ekonomskih odnosa, kao i promene sistema vrednosti u međunarodnim odnosima i unutar pojedinih zemalja.

Ključne reči: Zapad, SAD, Rusija, međunarodni odnosi, fobije, stereotipi, predrasude, nužnost promena

Abstract: The author discusses the key problem of contemporary international relations, the relation between the West and Russia in the light of recent developments and modern literature on this phenomenon. Three competent authors, writers of pieces with ongoing topics, are the subject of this detailed analysis. The work of these authors, which is the subject of this analysis, gives us lessons and sends messages that phobias, stereotypes and prejudices are harmful and dangerous both in national, and especially in international politics. In the example of the Western attitude towards Russia we can see the error of unilateral politics and harmfulness of the Cold War. This is a loss for

the world community, and gain for terrorism, extremism, xenophobia. A the key message in these books is that radical changes are needed in the architecture of international political and economic relations, as well as changes of values in international relations and within certain countries.

Key words: *The West, USA, Russia, International Relations, Phobias, Stereotypes, Prejudices, the Necessity of Change*

1. Uvod

Odnosi Zapada i Rusije su ključni za funkcionisanje savremenih međunarodnih odnosa. Međutim, oni su već dugo vremena narušeni, i preko hladnog rata i na druge načine, prete svetskom miru i sigurnosti. Ovu hipotezu potvrđuju radovi velikog broja autora. Mi ćemo u ovom radu analizirati stavove Gi Metana, Noama Čomskog i Hanesa Hofbauera, kao i drugih autora i izvora.

Rusofobija se manifestuje u odnosima Zapad – Rusija, i ima svoju dugu istorijsku (hiljadugodišnju) pozadinu, duboke korene (još od Karla Velikog i čuvene šizme koja se desila u okviru hrišćanstva). Ovo su polazne hipoteze švajcarskog publiciste (novinara, kolumniste, javnog delatnika, autora nekoliko knjiga) **Gi Metana**, koje je izložio u svojoj sjajnoj knjizi „**Rusija – Zapad (hiljadu godina rata)**“, u izdanju Akademске knjige iz Novog Sada i Informatike iz Beograda (2017),¹ a koju je prethodno izdao u Ženevi 2015. godine.

Noam Čomski (1928) je profesor emeritus na prestižnom američkom Masačusetskom institutu za tehnologiju (MIT), čuveni lingvista, filozof i politički aktivista, jedan od vodećih svetskih intelektualaca. Autor je brojnih best-selera („Moć i teror“ i dr.) među kojima je i ova knjiga („**Ko vlada sve-tom**“). Reč je ne samo o velikom već i o hrabrom, nezavisnom, principijelnom intelektualcu, retkom u današnjem svetu, poznatom po britkoj kritičnosti.

Naziv ove knjige je istovremeno i provokativno pitanje koje nam se svakodnevno postavlja, posebno danas kada je svet ušao u haotično stanje, praćeno svekolikim krizama, poremećajima i rizicima. Zbog toga i odgovor na navedeno pitanje ne može biti ni jednostavan, ni konačan. Ono što može i što Čomski čini svojom knjigom jeste identifikovanje ključnih i uticajnih aktera u međunarodnim odnosima.

¹ Videti naš osvrt na knjigu: Pejanović Radovan: Predrasude Zapada o Rusiji, „Danas“, Beograd, 6 – 7 V 2017, str. XII.

Od kraja Drugog svetskog rata SAD se, naime, nameću kao „prve među nejednakima“, da bi u „novom imperijalnom dobu“ težile ka statusu „gospodara univerzuma“ smatra Čomski. Formiranje moći ove zemlje (ekonomske, vojne, političke, kulturne) odvijalo se dominacijom ekonomske elite i organizovanih grupa koje zastupaju poslovne interese i koji su imali i imaju permanentan uticaj na politiku. Nekoliko velikih interesnih grupa kontroliše celokupnu politiku. Kada je reč o Evropi, Čomski smatra da je formiranjem EU donošenje odluka o ključnim pitanjima prebačeno na briselsku birokratiju i finansijske snage koje ona u velikoj meri predstavlja.²

Austrijski istoričar **Hanes Hofbauer** u knjizi „**Slika neprijatelja – Rusija**“ (Albatros plus, Beograd, 2017) govori o metodama antiruske politike Zapada prema Rusiji. Te metode su različite i svode se na pokušaje eliminisanja konkurenata (Rusije), posebno od strane SAD, u međunarodnoj borbi za uticaj.

U ovom radu analiziramo, dakle, odnos zapadnih zemalja prema Rusiji, pri čemu koristimo metod kritičkog preispitivanja, **bez namere** da na taj način stavimo Rusiju u poziciju žrtve i osobodimo je njenih odgovornosti, niti da osporimo dostignuća Zapada u mnogim oblastima.

2. Metanov fenomen rusofobije

Rusofobija je, najkraće rečeno, strah od Rusije, koji se širi na Zapadu (mit o Rusiji kao neprijatelju). Reč je o patološkom strahu (antirusizmu), koji je prešao iz akutne u hroničnu fazu, i koji ozbiljno ugrožava međunarodne odnose, smatra Metan.

Metan dubinski istražuje fenomen „antiruske zapadne histerije“, tog moćnog i tvrdog zida predrasuda, istoriju iskrivljenih slika i percepcija koje je Zapad vekovima gomilao spram Rusije. Ovaj hrabri istraživač, poput njegovog zemljaka Arčibalda Rajsja (koji je pisao o Srbima), želi ovom knjigom da „otvori nove puteve promišljanja“. Po njemu, ovo delo, u osnovi, ima jednu ambiciju: da predoči da nije nužno mrzeti Rusiju kako bi se razgovaralo s njom. Pri tom, on naglašava da ovo istraživanje ni po čemu nije antizapadno. Utvrditi kolika je snaga mržnje prema Rusiji, ne znači, ističe on, poricati vrednosti demokratije, slobode i ljudskih prava koje Zapad promoviše od Fran-

² Videti naš prikaz knjige: Pejanović Radovan: Koje vrednosti vladaju svetom, „*Novosti*“, kultura, Beograd, 2. VI 2017., str. 19.

cuske revolucije naovamo. Kritikovati pogrešno ponašanje Zapada ne znači osloboditi Rusiju njenih nedostataka i grešaka, ističe s pravom Metan.

Rusofobija je duboko usađena u kolektivno nesvesno zapadnog čoveka, kako bi to rekli Frojd i Jung. Zbog toga su, vrlo često, kritike rusofoba odvojene od stvarnog ponašanja i objektivnog delovanja Rusije. Rusofobija je, ističe Metan, fenomen sličan antisemitizmu. Kao i antisemitizam rusofobija je način da se esencijalizuju određena pseudoobeležja – varvarstvo, despotizam i ekspanzionizam – da bi se opravdao ostracizam (grč. ostrakon – izgon, prognastvo). Još je Dostojevski u „*Dnevniku pisca*“ (1881) pisao o pogubnosti rusofobije: „U Evropi nas vide kao Azijate, parazite i robove, dok smo u Aziji viđeni kao gospodari, Evropljani. Prema Evropljanima, taj savez Slovena, to je osvajanje, otimanje, zloba, izdajstvo, uništenje budućnosti civilizacije, prosta mongolska horda. Tataři!“

Rusofobija je raznolika, transkulturna, višestruka, multietnična, transistorijska, sadrži snažan religiozni temelj i nije ograničena vremenom. Proteže se vekovima, neprestano se iznova pojavljuje u nepredviđenim okolnostima. Ona nestane, da bi ponovo nastala, iz misterioznih razloga ponovo bukne. Posebno je izražena u periodima hladnog rata. Kao i antisemitizam, ili kao antiislamizam – ima neospornu geopolitičku komponentu. Rusofobija je, isto tako, uvek povezana sa severnom katoličkom ili protestantskom hemisferom. Stoga su Anglosaksonci (Amerikanci i Englezi) doveli rusofobiju do vrhunca sofisticiranosti i delotvornosti.

Istražujući moć predrasude o Rusiji Metan polazi da činjenice da Rusija, nasuprot Kini, Mesopotamiji ili Egiptu, nije višemilenijumska civilizacija koja je izumela pismo pre Zapada, nije kolevka Hrista i Biblije. Zbog toga je ovu ogromnu, hladnu, pustinjsku i divlju (evroazijsku i slovensku) zemlju lakše bilo izložiti optužbi za varvarstvo, tiraniju, ekspanzionizam. Na Zapadu je nametnut stereotip da su Rusi, po sebi, nasilni i surovi jer ubijaju, šalju u progonstvo i muče etničke i verske manjine. Kao primer ističu se ratovi u Čečeniji, Staljinovi komunistički gulazi, Putinovo gušenje opozicije i prisajedinjenje Krima.³ Metan ovo ne osporava, ali navodi genocid nad starosedeocima na

³ Danas se na Zapadu smatra da su Rusija i Kina činioци svetskog nereda: politički teror i zlostavljanje opozicije, cenzura interneta, suspenzije sloboda, negativna uloga u Severnoj Koreji i Siriji, sistemska korupcija, itd. U Rusiji i Kini se, navodno, ubijaju novinari, likvidiraju politički protivnici. Staljinističko – Maoističkim metodama godišnji zbir žrtava državno-partijskog terora

američkom kontinentu, masovne progone jevreja od strane nacista,⁴ afrikanaca koje su izveli Španci, Portugalci, Francuzi i Englezi, ili mučenja zatvorenika u Gvantanamu, kao i civilne žrtve američkih bombardovanja u Somaliji, Avganistanu, Iraku, Libiji i Siriji tokom poslednjih četvrt veka, što je izazvalo migrantsku krizu. Ovome treba dodati divljačko bombardovanje Srbije od strane NATO-a 1999. godine. Zbog čega onda, zaglušujuća tišina, s jedne strane, i snažna uzbuna, s druge strane, pita se Metan? Na Zapadu se očito oprašta Nemačkoj, Francuskoj i SAD-u, ali ne i Rusiji.⁵ Oprašta se takođe i, italijanskoj i drugoj mafiji, ali se glasno govori da je najopasnija ruska mafija!

Rusofobija je na Zapadu postala način analize, tumačenja, „najudobniji lenji jastuk“, kaže Metan, i osigurala je značajan akademski i novinarski dobitak svima koji su ga koristili. Koji bi istraživač, ili koji bi novinar na Zapadu, pita se on, mogao izgraditi karijeru opovrgavajući kliše i stvarajući pravedniju sliku o Rusiji? Na sopstvenom iskustvu Metan opisuje etiketu „Putinov istomišljenik“ kao i „predrasude, antiruske kliše i sistematske pristrasnosti koje je usvojila većina zapadnih medija“. On navodi i svoje iskustvo iz Sarajeva 1993. godine, kada se govorilo samo o obavezi „da se krene protiv Srba varvara“. Da je Srbija bila unapred proglašena za zemlju neprijatelja svedoči i čuveni austrijski ključevnik Peter Handke, koji je zbog svog protivljenja bombardovanju Srbije bio i literalno osporavan u Evropi.

Nakon objašnjenja moći rusofobičnih predrasuda na Zapadu, na nizu primera, Metan utvrđuje istorijsko, religiozno, ideološko i geopolitičko poreklo koje stoji u osnovi mržnje prema Rusiji. On prati genologiju rusofobije kod više evropskih nacija od 13. veka, ustvari od kad je Karlo Veliki (osmi vek) osporio Vizantiji mesto naslednice Rimskog carstva. Ruski knez Vladimir, koji se krstio na Krimu 988. g., opredelio se za Vizant (Konstantinopolj), a ne za Rim. Već od tada se javlja kriza razumevanja. Metan, potom, opisuje funkcionisanje savremene rusofobije, koja se kreće u dve faze: konstruisanje antiruskog

u Rusiji i Kini gotovo je jednak žrtvama u nacističkom logoru Mauthauzenu, navodi publicista Nikola Samardžić („Danas“, Beograd, 12. V 2017, str. 7).

⁴ U SAD, uoči uništenja Indijanci su prikazivani kao kanibali, ili u Hitlerovoj nacističkoj Nemačkoj Jevreji su optuživani za ljudske žrtve i svetsku zaveru.

⁵ Versajskim ugovorom Nemačka je označena kao krivac za Prvi svetski rat u kojem je poginulo 15 miliona ljudi, dok je u Drugom svetskom ratu, koji je izazvala opet Nemačka, bilo preko 60 miliona žrtava. Prema studiji kanadskog centra za istraživanje globalizacije „SAD su od Drugog svetskog rata ubile 200 miliona ljudi u 37 zemalja žrtava uključujući i bivšu Jugoslaviju“ (Prema: „Politika“, Beograd, 18. V 2017, str.23).

diskursa u medijima i akademskom svetu, i stvaranje predstave o zlu – ta uloga je danas dodeljena Vladimiru Putinu, koji je upisan u meganarativ, tj. Mit-sku zaveru „krvoločnog ruskog medveda“ kojeg vodi štap „zlog predsednika“. Ovo, navodno, potvrđuje ukrajinska kriza, koja je nametnula na Zapadu narativ „zle Rusije“ koja navodno mašta o tome da porobi i uništi „čistu“ i „nevinu Evropu“.⁶ Pri tom mit o agresivnoj Rusiji ne funkcioniše bez verodostojnog „zlikovca“.

U zaključku Metan ističe da je ovaj negativni diskurs o ruskoj drugosti konstituisan za nikad dovršeni zapadni identitet. Evropa, podeljena u krizi, treba da bude ruskog neprijatelja kako bi ostvarila svoje jedinstvo. Isti sindrom važi i za SAD. Poput Snežanine maćehe, Zapad se neprestano preispituje pred ogleđalom ne bi li se ohrabrio, završava Metan bajkom o Snežani.

Kada je o hrabrosti reč Metan je to pokazao ovom knjigom, obrađujući tabu temu, koja se retko proučava na evropskim univerzitetima. Metan naglašava da su mu brojni citirani autori u ovoj knjizi rekli da su morali prekinuti istraživanje kako ne bi izgubili poziciju. Stoga autor preuzima rizik, kao i pisac ovog osvrta, jer i kod nas, ako želiš da budeš objektivan, kada je Rusija u pitanju, možeš lako da dobiješ etiketu „rusofila“.⁷ Zbog toga nam je potrebno više razumevanja, a razumevanje je ključ mira i tolerancije.

3. SAD kao vodeći igrač međunarodnih odnosa - kritika Noama Čomskog

Noam Čomski, u svojim knjigama, posebno u knjizi „Ko vlada svetom“ (Akademska knjiga, 2016) dao je „ubojitu“ kritiku savremenog američkog dru-

⁶ Veliki rusofob je američki senator Džon Mekejn, koji nas je nedavnom turnejom po Balkanu upozoravao „štetnim uticajem Rusije na Balkanu“. On panično izjavljuje da je „Vladimir Putin najveća pretnja za bezbednost sveta, čak veća od islamske države“ („Dnevnik“, Novi Sad, 30.V. 2017, str.8). Džejs Komi, doskorašnji direktor FBI nazvao je Rusiju „najvećom pretnjom među svim državama na zemlji“ („Danas“, Beograd, 11. V 2017, str. 15).

⁷ Da i u Srbiji postoji nerazumevanje Rusije potvrđuje i glavna urednica *Sputnjik Srbija* Ljubinka Milinčić, koja kaže: „Mislim da je odnos prema Rusiji kod nas izuzetno čudan, kao da je prešao u nešto genetsko, pa prosto volimo ili mrzimo.“ Ona smatra da „mi imamo stereotipe o Rusiji“, od onih „uvek su bili na našoj strani“, do onih „nikad nam nisu pomogli“. A „Rusija je velika zemlja, Rusi su veliki narod“ – nastavlja ona. „Naša psihologija je psihologija malog naroda, i mi i jedni druge vrlo često ne razumemo“ (Prema: „Danas“, Beograd, 6–7 V 2017, str. 19). Nasuprot ovom, Nikola Samardžić smatra da „oslonac na Rusiju razara naše demokratske institucije“. Stoga je, po njemu, dilema EU ili Rusija ustvari izbor: demokratija ili tiranija („Danas“, 7. VIII 2017, str. 5).

štva (politike) i njegovih institucija. Čomski argumentovano razotkriva savremeni američki politički, društveni i ekonomski moral, kao i vladajući sistem zapadnih vrednosti. Čomski u početku iznosi kratku sliku „užasnih zločina za koje Amerikanci snose veliki deo krivice“, navodeći podatak da je 2002. g. u Kolumbiji ubijeno više od 140.000 ljudi od strane paravojnih jedinica, koje su delovale u bliskoj saradnji sa vojskom SAD. Operaciju u vezi sa ubistvom Bin Ladena Amerikanci su nazvali „pravednom i neophodnom“, navodi Čomski, iako je meta bila nenaoružana i bez zaštite mogla da bude provedena, ona je jednostavno ubijena i bačena u more bez autopsije.

Nakon terorističkog napada na SAD 11. septembra 2001. godine sledila je američka invazija na Avganistan, potom i na Irak, a u skorije vreme vojne intervencije i u nekoliko drugih zemalja u tom regionu. Pri tom su vršena grozna masovna ubistva.

Njihova ubistva su, međutim, tek „slučajna i zbog toga nisu moralno izopačena kao što su protivnička“, ističe Čomski. Američke zločine prema Indijancima oni nazivaju „loše postupanje“. Čomski, međutim, iznosi Memorandum o torturi, koji je Bela kuća objavila 2008/09. i u kojima su objavljene metode kojima je Bušova administracija pribegavala da dokaže navodnu povezanost Al Kaide i Iraka (Sadama Huseina), kako bi se opravdala intervencija.

„Nacija moralnih ideala“ – kako sebe uobičajeno proglašavaju pojedini američki političari, našla se u sukobu između „onoga za šta se zalažemo“ i „onoga što radimo“.⁸ Objava Memoranduma o torturi pokazala je američku „zloupotrebu stvarnosti“. Pokazala je da su SAD „samo jedna velika ali nesavršena zemlja među ostalima“. Opisujući nimalo čistu istoriju SAD od istrebljenja starosjedelaca Indijanaca do savremenih „humanitarnih intervencija“, Čomski navodi reči Džona Kvinsija Adamsa koji je oplakao sudbinu „te bespomoćne rase domorodačkih Amerikanaca koje istrebljujemo s takvom nemilosrdnom i perfidnom okrutnošću da činimo gnusne grehe za koje će Bog, verujem, jednog dana suditi ovoj naciji“. Sve je to rađeno zarad ispunjenja „američke ideje“. Najokrutniji oblici imperijalizma pravdani su „mudrošću pro-

⁸ Od kraja Drugog svetskog rata SAD se nameću kao „prve među nejednakima“, da bi u „novom imperijalnom dobu“ težile ka statusu „gospodara univerzuma“, smatra Čomski. Formiranje moći ove zemlje (ekonomske, vojne, političke, kulturne) odvijalo se dominacijom ekonomske elite i organizovanih grupa koje zastupaju poslovne interese i koji su imali i imaju permanentan uticaj na politiku.

viđenja“, „individualizmom i preduzimljivošću“ prilikom osvajanja. Naš patriotizam, objašnjavaju zvaničnici, čak i ako je zaista terorizam, je benigan jer proizilazi iz ideje „grada na brdu“, tog inspirativnog pojma koji obitava „duboko u američkoj psihi“ – otkriva Čomski. Ne čudi onda što je bivši predsjednik Džordž J. Buš, poznat po svojoj ratobornosti, hvaljen kao neko ko je posvećen „promociji demokratije“, a SAD proglašena „liderom slobodnog sveta“, čija je misija „da od sveta načini bolje mesto“.⁹

Tokom proteklih šezdeset godina žrtve širom sveta pretrpele su, ističe Čomski, „paradigmu torture“ CIA. Dokaz za to su zloglasne fotografije iz iračkog zatvora Abu Graib. Silaskom Buša sa vlasti priznalo se da je „u vođenju rata protiv terorizma Amerika izgubila svoj put“. Međutim, Anan Neir, koji je sproveo neke od istraga o torturi ističe: „Ono što je Obama tobože zabranio ogleda se u tome da sada mali procenat torture sprovode Amerikanci, dok ogromnu većinu sistemske torture vrše stranci pod patronatom SAD“. Obama nije obustavio praksu torture već ju je, kako Neir primećuje „samo repositionirao“. Izgovor za torturu je i dalje ostao: „rat protiv terorizma“, koji je Buš proglasio nakon 11. septembra. Zločin je, navodno, tradicionalno međunarodno pravo učinio „nepodesnim“ i „zastarelim“. Doktrina je, u ovom ili onom obliku, bila naširoko ponavljana u komentarima i analizama.

Američka doktrina po kojoj se sve ovo opravdava ponekad se naziva „američka izuzetnost“. „Nacija moralnih ideala“ – to je srž doktrine koja je iskrivila verziju američke istorije i koja daje pravo toj „izuzetnoj naciji“ da sudi o svemu i svačemu stavljajući se u ulogu „gospodara čovečanstva“. To je tipična ideologija imperijalne sile, karakteristična za sve imperije, napominje Čomski. Francuska je pozdravljala svoju „civilizovanu misiju“ u sopstvenim kolonijama, dok je francuski ministar rata pozivao na „istrebljenje autohtonog stanovništva“ Alžira. Džon Stjuart Mil objavio je da je britansko plemstvo „novost u svetu“, a istovremeno je podsticao tu „andeosku snagu“ da više ne odlaže dovršetak oslobođenja Indije. Milov klasičan esej o humanitarnoj inter-

⁹ U savremenom globalnom poretku institucije „gospodara“ imaju, po Čomskom, ogromnu moć ne samo u međunarodnoj areni, već i unutar svojih matičnih država. Pri tom je demokratija, smatra Čomski, ozbiljno ugrožena, jer je odlučivanje prebačeno na ekonomske i finansijske centre moći, kao i na vašingtonsku i briselsku birokratiju. U praksi liberalne demokratije javnost je, ističe Čomski, u ulozi „gledaoca“ (pre nego „učesnika“), iako se stalno priča o demokratiji, kao i o zapadnim vrednostima. Rast populizma, nacionalizma i ksenofobije, takođe, podrivaju demokratiju.

vcenciji bio je napisan nedugo nakon što su javno objavljena užasavajuća britanska zlodela učinjena prilikom suzbijanja indijske pobune 1857. godine. Osvajanje ostatka Indije u velikoj meri je predstavljalo nastojanje da se stekne monopol u trgovini opijumom zarad enormnog britanskog krijumčarenja droge. Čomski podseća, takođe, na japanske militariste iz 30-ih godina, koji su Kini doneli „zemaljski raj“ pod japanskim protektoratom, pri čemu su Kinezi osetili surovost japanskih „spali, opljačkaj i ubij sve“ kampanja koje su ovi sprovodili u rurarnim krajevima Kine.

Čomski, s tim u vezi kaže da sve dok takve teze o „eksekcionizmu“ ostaju čvrsto usađene, povremena otkrića o „zloupotrebi istorije“ mogu imati suprotan efekat, služe samo za to da se izbrišu strašni zločini. A istorijska amnezija je opasna pojava, ne samo što podriva moral i intelektualni integritet, upozorava Čomski, već i zbog toga što postavlja temelje za zločine koji tek predstoje.

Čomski nas, isto tako, upozorava i na opasnost „dvostrukog tumačenja“ (dvostrukih aršina) na Zapadu. Tako na primer, povodom terorističkog napada na časopis „Šarli Hebdo“ u Parizu tadašnji francuski premijer Vals objavio je „rat protiv terorizma, džihadizma i radikalnog islama“. Milioni ljudi demonstrirali su u znak osude tih zlodela („Ja sam Šarli“). Čomski, međutim, podseća na 24. april 1999. kada je NATO izvršio raketni napad na RTS, u Srbiji, usmrativši 16 novinara. NATO i američki zvaničnici pravdali su napad „kao pokušaj da se naruši režim Slobodana Miloševića“. U to vreme nije bilo demonstracija ni ogorčenih povika. Naprotiv, napad je bio pohvaljen.¹⁰ Postoje i mnogi drugi događaji koji se pravdaju ovim ili onim („odstupanje od odgovornog ponašanja“), najčešće „ratom protiv terorizma“, kao na primer Obama globalna kampanja ubistava dronom, koja je ciljala ljude za koje se pretpostavljalo da bi nam, navodno, „mogli nauditi“. Pri tom je smišljen koncept „živo sećanje“ – kategorija koja je pažljivo konstruisana kako bi obuhvatila „njihove zločine protiv nas“, dok svesno isključuje naše zločine protiv njih, a ti potonji i „nisu zločini već plemenita odbrana viših vrednosti“, ponekad nenamerno pogrešna.

Akteri u svetskim odnosima su, dakle, države, pre svega velike sile, koje Zapad predstavljaju sa SAD, Evropom, NATO alijansom i G-7. Međutim, odgovor na teško pitanje: „Ko vlada svetom?“ zahteva, po Čomskim, i dublju

¹⁰ Tadašnja Klintonova administracija, je samovoljno, mimo povelje UN, izvan statuta NATO, donela nelegalnu odluku o agresiji na SR Jugoslaviju.

analizu. Tom analizom dolazimo do multinacionalnih konglomerata, ogromnih finansijskih institucija, veleprodajnih i maloprodajnih imperija i slično. To su isti oni „gospodari čovečanstva“, kako ih je Adam Smit (otac moderne ekonomije) svojevremeno nazvao. U njegovo vreme (19. vek), vreme prvobitnog liberalnog kapitalizma, to su bili „trgovci i proizvođači“ iz Engleske, koji su bili „glavne arhitekte“ politike i koji su se pobrinuli za to da se na njihove interese „obradi posebna pažnja“, bez obzira na teške posledice za druge („divljačku nepravdu“). I danas je na delu „podla maksima“ (kako je naziva Čomski) kojoj su posvećeni „gospodari čovečanstva“, a koja glasi: „Sve za nas, a ništa za druge.“ To je dovelo do neodržive globalne nejednakosti praćene, između ostalog, siromaštvom i nezaposlenošću.

U savremenom globalnom poretku institucije „gospodara“ imaju, po Čomskom, ogromnu moć ne samo u međunarodnoj areni, već i unutar svojih matičnih država. Pri tom je demokratija, smatra Čomski, ozbiljno ugrožena, jer je odlučivanje prebačeno na ekonomske i finansijske centre moći, kao i na vašingtonsku i briselsku birokratiju. U praksi liberalne demokratije javnost je, ističe Čomski, u ulozi „gledaoca“ (pre nego „učesnika“), iako se stalno priča o demokratiji, kao i o zapadnim vrednostima. Rast populizma, nacionalizma, ksenofobije i terorizma, takođe, podrivaju demokratiju.

4. Hofbauerova slika neprijateljstva Zapada prema Rusiji

Hanes Hofbauer („Slika neprijatelja - Rusija“) istorijskom metodom prati i analizira antizapadnu politiku prema Rusiji. Rusija se, po ovom autoru, prvi put pominje na negativan način 1485. godine, kada je Ivan Treći uspeo da se oslobodi od Tatara i pokušao da obezbedi ono čemu će težiti svaki ruski car kasnije – izlaz na more. Bio je na putu ka Baltiku, a između je stajala unija Litvanije i Poljske. U tom, 15. veku, nemačko – poljski filozof sa Univerziteta u Krakovu, Jan iz Glogova, razvio je predstavu da su Rusi „prljavi, varvari, azijski i pagani“. Ovi stereotipi su se ponavljali i ponavljaju 500 godina, a mogu se naći i u udžbenicima na nemačkom jeziku pre Prvog svetskog rata, upozorava Hofbauer. Danas je situacija slična.¹¹ Međutim, ako u Austriji pitate građane, ističe ovaj poznati istoričar, većina ne smatra Rusiju neprijateljem.¹²

¹¹ To potvrđuje Rezolucija Evropskog parlamenta, u kojoj se u istoj rečenici poziva na borbu protiv islamističke, terorističke i ruske propagande.

¹² Prema: „Politika“, Beograd, 8.V 2017., str. 6.

Ne može se, naime, izbrisati iz sećanja činjenica da je Rusija iznela najveći deo teret borbe protiv nacizma i više od 25 miliona žrtava.

Hofbauer posebno kritikuje privredne sankcije Zapada koje nanose štetu ne samo privredi Rusije, već i privredi zapadnih zemalja. Tako na primer, on iznosi slučaj Francuske koja je 2015. godine zabranila isporuku vojne opreme Rusiji i time oštetila svoja preduzeća za oko jednu ipo milijardu evra. Na unutrašnjem planu ova odluka je ojačala ekstremnu opoziciju. S tim u vezi predsednica Nacionalnog fronta Marin le Pen je izjavila: „Odluka o poništenju ovog ugovora dalekosežna je prvo što nanosi štetu interesima naše zemlje i drugo – što pokazuje koliko smo pokorni američkoj diplomatiji“.¹³ Četiri meseca nakon uvođenja sankcija Moskva je odgovorila zabranom uvoza iz zemalja koje vode privredni rat protiv Rusije.

Strah od Rusije i njenog uticaja, posebno na zapadnom Balkanu, vidi se i iz izveštaja NATO-a o zapadnom Balkanu, gde se kaže: „Rusija je naučila da raspirujući plamen nezadovoljstva u Srbiji, na Kosovu, Crnoj Gori i Makedoniji, jeftino može da zakomplikuje integraciju regiona u EU i NATO. Rusija koristi poluge uticaja putem diplomatskih kanala, investicija, posebno u energetskom sektoru, finansiranja medija i prikrivene podrške ekstremističkim nacionalnim pokretima i onima koji se protive pristupanju NATO i EU.“¹⁴ Zapadni Balkan ostaje područje koje navodno, posebno zabrinjava NATO, zbog navedenog uticaja Rusije, iako je NATO već dugo vremena aktivno prisutan na Balkanu.¹⁵

Odnos pojedinih članica NATO-a prema Rusiji nije, međutim, jedinstven. Prema istraživanju američkog centra za istraživanje *Pju*, koji je objavljen uoči poslednjeg samita alijanse u Briselu, čak 53 % Nemaca smatra da Bundesver ne bi trebalo da ispoštuje član pet Vašingtonskog sporazuma NATO i da koristi vojnu silu zarad odbrane saveznice alijanse. Procenat negativnih odgovora na hipotetičko pitanje o napadu Rusije još je veći među ženama (62 odsto) i građanima nekadašnje Istočne Nemačke, koja je bila deo sovjetskog bloka. Sličan stav imaju i Španci (za ratovanje sa Rusijom i protiv njega) izjasnilo se 46 odsto ispitanih, Britanci (za 45, protiv 43). Nasuprot tome 72 odsto Ho-

¹³ Prema: „Politika“, Beograd, 1. VI 2017., str. 20.

¹⁴ Prema: „Politika“, Beograd, 26. i 27. V 2017., str. 04 i 04.

¹⁵ NATO se prvi put vojno angažovao u ovom regionu tokom rata u BiH 1992. i kasnije tokom sukoba na Kosovu (KFOR) i operacije „Althea“ u BiH. NATO ima upravu u Sarajevu i Skoplju, vojnu kancelariju u Beogradu (Partnerstvo za mir).

landana, po 62 odsto Amerikanaca i Poljaka i 58 odsto Kanađana smatra da bi njihove zemlje trebalo da ratuju sa Rusijom ako je potrebno da se zaštite saveznici.¹⁶

Režim sankcija i embarga prema Rusiji, međutim, prati ideološku politiku Zapada od kraja Drugog svetskog rata, kada je Komitet za koordinaciju (KOKOM) Zapada napravio crnu listu svih proizvoda koji nisu smeli dospeti komunističkim zemljama, ističe Hanes Hofbauer u pomenutoj knjizi. Ovaj embargo na izvoz u bivše komunističke zemlje obuhvatao je sve tehnički napredne i vojne uređaje, i bio je na snazi decenijama, da bi bio ukinut tek posle slova Sovjetskog Saveza. Oslabio je za vreme Jelcinove vladavine, u vreme kada je Moskva zapadne interese stavljala iznad sopstvenih, smatra Hofbauer. Svoj nastavak je doživeo 6. marta 2014. (nakon ukrajinske krize), kada su Vašington i Brisel uveli sankcije Rusiji, uključujući zabranu ulaska u zemlje Zapada i blokadu računa u zapadnim bankama, zatim zabranu uvoza i izvoza u Rusiju, ograničavanje bankarskih poslova i zamrzavanje kredita za ruska preduzeća.¹⁷

5. Koreni narušenih odnosa, hladni rat i izazovi novog doba

Koreni navedenih narušenih savremenih odnosa SAD – Rusija nalaze se u posleratnom hladnom ratu. Krahom sovjetskog komunizma stvoreno je uverenje da je zapadni liberalni kapitalizam superiorniji sistem, i da je, konačno, u velikoj svetskoj utakmici ideja, taj koncept odneo prevlast. Pojavile su se i knjige, kao što je „*Kraj istorije i poslednji čovek*“ Fransisa Fukujame, koje su polazile od toga da je svet našao svoj idealan sistem, da je liberalizam ishodište do kojeg je stigao ukupan razvoj čovečanstva i da je poslednji čovek – liberalni čovek. U leto 1990. godine pojavio se termin – novi svetski poredak. Naša poznata istoričarka Dubravka Stojanović („*Rađanje globalnog sveta 1980 - 2015*“) kaže da se pod tim mislilo da je u globalnoj politici ostala još samo jedna supersila, koja je, navodno, morala da preuzme odgovornost za ostatak sveta. Jačala je svest da međunarodna zajednica predvođena SAD treba da interveniše u međunarodnim incidentima i protiv onih država koje narušavaju novo ustrojstvo sveta. Bilo je to napuštanje starog principa međunarodnih odnosa zasnovanog na ravnoteži sile i prelazak na univerzalističku alternativu, koja se zasnivala na pretpostavci da novi, globalni svet, živi u okviru jednog sistema vrednosti. Mnogi u Vašingtonu nisu razumeli da je, u najvećem delu

¹⁶ Prema: „Politika“, Beograd, 26. V 2017., str. 04.

¹⁷ Prema: „Politika“, Beograd, 28. V 2017. str. 23.

sveta, pod novim sistemom vrednosti malo ko želeo američku hegemoniju. Uz tu hegemoniju stvoren je i trijumfalizam sile pobednice hladnog rata (SAD-a).

Već nekoliko decenija SAD su bile neprikosnoveni gospodari sveta – nosile su krunu jedine supersile na planeti. Ova slika se, međutim, polako menja.¹⁸ Prema analizi američkog generala Vinsenta Stjuarta, šefa jedne od američkih obaveštajnih službi -DIA- pripremljenu za raspravu u američkom Komitetu Senata za vojna pitanja, Rusija i Kina ozbiljno ugrožavaju dosadašnju dominaciju SAD. Američki general, u pomenutom izveštaju, iznosi ocenu da Moskva koristi vojnu silu kao osnovu za postizanje strateških ciljeva i uložila je ogromna sredstva u modernizaciju svoje armije. Pored toga, Kinesko rukovodstvo traži puteve kako bi iskoristilo sve snažniju vojnu, diplomatsku i ekonomsku poziciju za jačanje međunarodne pozicije Kine. Pri tom, Kina kao i Rusija sve češće deluju van svojih državnih granica kako bi pojačali svoj međunarodni uticaj. Američki general na kraju zaključuje da je pozicija SAD kao „jedine supersile“ ugrožena, da su se protivnici, u nekim oblastima, „opasno približili ili čak potpuno izjednačili sa snagom Amerike.“¹⁹

Zapadna moć je, dakle, pod velikim pritiskom. Protiv imperijalne agresije sve više se oštro protestuje. U tom smislu je značajno javno mnjenje, posebno svetsko javno mnjenje, kao i antiglobalistički i antiratni pokreti, ističe Čomski. Pored pritisaka tu su, po Čomskom, i velike brige Zapada kao što su: uspon kineske moći i njen izazov za SAD; novi hladni rat koji se „krčka“ u Istočnoj Evropi; globalni rat protiv terorizma; američka hegemonija i američki pad, kao i niz sličnih problema. Čomski ih naziva „izazovi danas“, i posebno ih razvrstava i razmatra: Istočna Azija, Istočna Evropa, Islamski svet.

Uspon kineske moći Čomski objašnjava ekspanzijom kineske privrede, izgradnjom modernizovane verzije starih puteva svile, ulaganjem ogromne sume novca s ciljem stvaranja integrisanog energetskog i trgovačkog sistema sa širokom mrežom brzih pruga i cevovoda, osnivanjem Azijske investicione banke (koja je ozbiljan konkurent MMF-u i Svetskoj banci), formiranjem Šangajske organizacije za saradnju (koja bi mogla postati pandam zapadnom NATO-u). Pored toga, Kina je postala barjaktar „globalizacije 2.0“, koja je nedavnim samitom – forumom svoje „Inicijative pojas i put“ (BRI) potvrdila ambiciju da bude u centru novog globalnog poretka na drugačiji način na koji je

¹⁸ Transatlanske integracije i globalna dominacija Zapada skrhani su 2008.g. na Volstritu erupcijom najveće svetske finansijske krize od Drugog svetskog rata.

¹⁹ Prema: „Politika“, Beograd, 28. V 2017, str.02.

to bila Amerika.²⁰ Reč je, pre svega, o mreži puteva i pruga, luka i naftovoda / gasovoda – dakle, kopnenih i pomorskih koridora – kojima bi se povezali Kina i Evropa, uz uključivanje centralne i jugoistočne i južne Azije i istovremeno spajanje i Afrike. „Novi put svile“ već ima epitete „najvećeg infrastrukturnog projekta u istoriji“. Ovo je, očito, nešto sasvim različito od Trampove geostrateške mantre „prvo Amerika“ i američkog povlačenja iz multilateralnih aranžmana ekonomskog povezivanja.

Druga regija, Istočna Evropa, takođe je veliki izazov za Zapad, smatra Čomski. Rusija se oštro i uspešno suprotstavlja Zapadu, posebno širenju NATO-a. To je počelo rusko – gruzijskim ratom iz 2008. godine, koji je bio prvi od ratova za zaustavljanje širenja NATO-a, dok je drugi ukrajinska kriza iz 2014. godine. Pokazalo se, naime, da je širenje NATO-a „tragična greška“. Putinova Rusija poziva na geopolitičko ujedinjenje „Velike Evrope“ od Lisabona do Vladivostoka, što Americi očito ne odgovara („rusofobija“).

Treća regija koja je veliki izazov Zapadu, posebno SAD-u, je islamski svet. Čomski, s tim u vezi, kritikuje metod globalnog rata protiv terorizma koji je Džordž V. Buš objavio 2001. nakon terorističkih napada 11. septembra. Kad je rat proglašen krenulo se u akciju (odmazdu), kampanju američkog bombardovanja u Avganistanu i Iraku. Američko-britanska invazija, bez uverljivog opravdanja, najveći je zločin dvadeset prvog veka, smatra Čomski. Invazija je izazvala smrt na stotine hiljada ljudi, proizvela milione izbeglica, razorila zemlju i podstakla sukob sekti koji danas razdire Irak i ceo region. Migrantsku krizu je dalje podstaklo i razbukalo tzv. „arapsko proleće“, američki projekat rušenja autoritarnih režima u Siriji, Libiji, Jemenu i Egiptu, što je dovelo do sadašnjeg haosa u međunarodnim odnosima, praćenog opasnim terorizmom i humanitarnim katastrofama. Teroristička organizacija „Islamska država“ postala je ozbiljna pretnja Zapadu, ali i celom svetu.

Problem je u tome što je „Amerika umorna od predvođenja zapadnog sveta“, objavio je nedavno na Svetskom ekonomskom forumu u Davosu

²⁰ Veliki skup u Peking (delegacije 139 zemalja, 29 šefova država i vlada) imao je za cilj da pruži novi zamah projektu koji po svom obuhvatu (oko hiljadu milijardi dolara) prevazilazi sve što je dosad viđeno, uključujući i uspešan Maršalov plan, kojim je posle Drugog svetskog rata obnovljena Evropa i stvorena transatlantska zajednica („Politika“, Beograd, 29. V 2017., str.15).

Trampov ekonomski savetnik.²¹ „Vreme je za nove privredne i političke pregovore sa Evropom, ali i sa drugima, sa Kinom i Rusijom, pre svih.“²²

Veliki izazov za Zapad su, pored navedenog, i međusobni odnosi unutar ove moćne grupacije. Potezi Trampa slabe Zapad i „Evropa treba da uzme svoju sudbinu u svoje ruke“, izjavila je nemačka kancelarka Angela Merkel. Ona smatra da „Amerika rizikuje samoizolaciju“, i zabrinuto konstatuje da živimo u „globalno neizvesnim vremenima.“²³ Nemački vicekancelar i šef diplomatije Zigmar Gabrijel ističe da je politika SAD „kratkovidna“ i da šteti interesima Evropske unije. Prema njegovim rečima SAD odustaju od svoje uloge „važne nacije“, pri čemu teže da nacionalne interese nametnu kao važnije od međunarodnog poretka. „To je, na žalost, signal promene u svetskoj ravnoteži moći“, rekao je Gabrijel, dodavši da je „Zapad postao manji, slabiji.“ On je naročito kritikovao Trampove stavove na samitu G-7 vezane za Pariski sporazum o klimi (njegovo odbijanje), njegov stav prema izbeglicama, i prodaja naoružanja Saudijskoj Arabiji u vrednosti od 110 milijardi evra. „Onaj ko ubrzava klimatske promene slabeći zaštitu životne sredine, ko prodaje više oružja u zonama sukoba i ko ne želi političko rešenje verskih sukoba, ugrožava mir u Evropi“, smatra Gabrijel. On je oštro kritikovao i Trampovo „odustajanje od zapadnih ideja“. Na ovu krizu Evropa mora da odgovori tako što će se „držati zajedno i ojačati“, smatra on. I Martin Šulc, lider nemačkih socijaldemokrata, poziva na otpor američkoj politici, tj. da sve demokrate u Evropi pokažu Trampu gde su mu granice. Italijanski premijer Paolo Đentiloni je poručio da deli stav nemačke kancelarke Angele Merkel da „Evropljani moraju uzeti svoju sudbinu u svoje ruke.“²⁴ Tramp je preko Tvitera „uzvratio udarac Merkelovoj“, posle oštih kritika Nemačke na račun američke politike, iznoseći činjenicu da Nemci plaćaju daleko manje za NATO i za vojsku nego što bi trebalo.²⁵

Američko – turski odnosi su, takođe, suočeni sa novim izazovom posle tenzije stvorene nakon neuspešnog puča u Turskoj 2016. godine, za koji je

²¹ Američka domaćinstva su u većim dugovima nego 2008.g., privreda još ne doseže do tri odsto godišnjeg rasta, spoljni dug premašuje 19.000 milijardi dolara, spoljno – trgovinski deficit iznosi 502 milijarde dolara, dok Vašington finansira oko 75 odsto troškova NATO (Prema: „Politika“, Beograd, 4. VI 2017., str.13).

²² Prema: „Politika“, Beograd, 4.VI 2017., str.13.

²³ Prema: „Politika“, Beograd, 4. VI 2017, str. 1,12.

²⁴ Prema: „Politika“, Beograd, 31. V 2017, str.03.

²⁵ Prema: „Danas“, Beograd, 31. V 2017, str.12.

Erdogan optužio islamskog propovednika koji živi u SAD i zatražilo njegovo izručenje – što Vašington odbija. Problem je i američko naoružavanje sirijskih Kurda u borbi protiv islamske države, što Turskoj ne odgovara zbog straha od stvaranja Kurdske države.²⁶

Povlačenje SAD, najvećeg svetskog zagađivača (posle Kine), nanosi težak udarac borbi protiv klimatskih promena, godinu ipo posle potpisivanja istorijskog Pariskog sporazuma. Tramp je problem zagrevanja nazvao obmanom i smatra da bi prihvatanje Pariskog sporazuma smanjilo američki BDP za 2,5 triliona dolara u narednom periodu. Američko povlačenje iz Pariskog sporazuma posebno brine evropske zvaničnike, pri čemu Brisel i Peking najavljuju novi savez u okviru kog će preuzeti vodeću ulogu u rešavanju klimatskih problema. I ruski zvaničnici su poručili da će ostati privrženi Pariskom sporazumu i borbi protiv klimatskih promena.²⁷

Odlukom SAD da se povuče iz Pariskog sporazuma o klimi predsednik Donald Tramp je „uspeo“ da učini ono što nije pošlo za rukom ni jednom američkom predsedniku pre njega – da protiv sebe i američke politike udruži lidere savezničkih država i vođe onih država koje Amerika vidi kao najveće suparnike. U zajedničkom saopštenju lidera Italije, Francuske i Nemačke izražava se žaljenje zbog Trampove odluke i odbacuje njegov predlog da ovaj međunarodni sporazum bude izmenjen. Francuski predsednik Makron je izjavio da je Trampova odluka „greška i za SAD i za našu planetu“.²⁸

Zabrinjava, naime, Trampova politička nepredvidljivost. Sve više se iznosi bojazan da bi Trampova spoljna politika mogla da podrije arhitekturu globalnog poretka uspostavljenu nakon Drugog svetskog rata, kao i uruši dosadašnji ekonomski poredak.²⁹ Zabrinjava, takođe, i Trampov odnos prema spoljnim intervencijama, koje su nas koštale i koštaju terorizma, koji je sve veća globalna pretnja.³⁰ Tako na primer, u nedavnim američkim vazдушnim

²⁶ Prema: „Politika“, Beograd, 4. VI 2017, str.03.

²⁷ Pariski sporazum je postignut 12. VII 2015, a stupio je na snagu 4. X 2016. godine, pošto ga je ratifikovala EU. Cilj sporazuma je da se rast globalne temperature ograniči na manje od dva stepena Celzijusa u odnosu na predindustrijski period (Prema: „Novosti“, Beograd, 2. V 2017, str.8).

²⁸ Umesto Trampovog „Učinimo Ameriku opet velikom“, Makron poručuje: „Učinimo našu planetu opet velikom.“ (Prema: „Politika“, Beograd, 3. VI 2017, str.03).

²⁹ Otuda strah Kine i Nemačke od Trampovog ekonomskog protekcionizma, ili kako to njegovi saradnici objašnjavaju – ekonomskog patriotizma.

³⁰ U Mančesteru, potom u Londonu (V. Britanija), desili su se (22. V i 3. VII 2017.) teroristički napadi, najveći u poslednjih 12 godina (sa većim brojem ubijenih i ranjenih).

napadima u Siriji poginulo je najmanje 225 civila.³¹ Zabrinjava i Trampova „misija“ na Bliskom istoku. Zbog svega toga, *Londonski Ekonomist* je proglasio Trampa „najvećim rizikom sa kojim se suočava planeta“.

6. Zaključna razmatranja

Na kraju, nameće se zaključak o pogrešnosti i štetnosti stereotipa, fobija i predrasuda kada su u pitanju pojedine zemlje i narodi. Istorija je pokazala štetnost pojedinih teorija o superiornosti jednih i omalovažavanju i potcenjivanju drugih. Rusofobija s jedne strane i „američka izuzetnost“, s druge strane, dve su krajnosti koje se baštine na Zapadu, i koje, po našem mišljenju, mogu imati pogubne posledice. Nužan je balansirani, normalni, realni pristup, uz kritičko preispitivanje, kada su u pitanju pojedine države, narodi i pojedinci.

Fobije, stereotipi i predrasude u međunarodnim odnosima vode u nesporazume, netolerancije i netrpeljivosti, što narušava demokratska društva, jačajući populizam i ekstremizam.³² Napadi na verske objekte, centre i groblja, netrpeljivost po školama i univerzitetima. Virus ksenofobije inficirao je ljude i države.³³ Ekonomska i migrantska kriza dale su „vetar u leđa“ desničarskim partijama i pokretima koji u svojim agendama baštine ekstremizam, ksenofobiju i antisemitizam.³⁴ Jednom rečju, fobije i predrasude vode rastućem otporu prema „različitostima“, sa svim negativnim posledicama koje prate te opasne pojave.³⁵ Upravo zbog toga, navedene knjige nas upozoravaju, podsećaju i

³¹ Ovo je saopštila sirijska opoziciona organizacija sa sedištem u Londonu. Organizacija navodi da je među poginulima u periodu od 23. aprila do 23. maja 2017.g. 44 dece i 36 žena (Prema: „Politika“, Beograd, 24. V 2017, str.02).

³² Ruski predsednik Vladimir Putin je nedavno ocenio da se u SAD prema Rusiji razvija politička šizofrenija, komentarišući antiruske parole i napade („Politika“, Beograd, 18 V 2017, str. 03).

³³ Visoki zvaničnik američkog Stejt departmenta upozorava da Rusija produbljuje napore kako bi izvršila, „maligni uticaj na Balkanu“, koristeći finansijska i politička sredstva u pokušaju da spreči povezivanje tog regiona sa Zapadom („Politika“, Beograd, 19. V 2017, str. 04).

³⁴ Antisemitizam je u usponu u SAD. Iako ga Tramp naziva „užasnim“, on je tokom kampanje razgoreo osećanje „bele supremacije“. Njegova retorika „mi“ i „oni“ odnosi se prevashodno na muslimane, ali ima posledice i po druge grupacije. Po antisemitizmu prednjači, međutim, Evropa. O tome svedoči upozorenje predsednika Svetskog jevrejskog kongresa Ronalda Lodera: „Da li je vreme da Jevreji napuste Evropu?“ („Politika“, Beograd, 15. V 2017, str. 04).

³⁵ Srbi su već tri decenije taoci stereotipa koji nam je nametnut u zapadnim medijima („kavgadžije, prznice i krivci za sve loše na Balkanu“). (Videti našu knjigu: *Tranzicija i nacionalna kultura*).

objašnjavaju uzroke svih ovih poremećaja, na primeru Rusije, sa univerzalnim poukama i porukama.

Zašto nam je sve ovo važno? Zbog toga što smo, kako reče nemačka kancelarka Angela Merkel, u „globalno neizvesnim vremenima“. Pored toga, živimo na Balkanu, koji je u dugoj istoriji poprište borbe velikih sila, a danas se Srbija nalazi, kako kaže bivši američki državni sekretar Džon Keri, na „liniji vatre“ između SAD i Rusije. Ne samo Srbija, već i ceo zapadni Balkan. Zapad nameće ovim zemljama geostrateški zadatak: sprečiti uticaj Rusije na Balkanu. Poznati srpski novinar Boško Jakšić s tim u vezi smatra „da je Moskva od vremena izbijanja ukrajinske krize postavila zapadni Balkan na mapu strateških interesa šaljući Zapadu poruku: ukoliko nastavite približavanje NATO našim granicama, pokazaćemo da možemo da destabilizujemo druge regione. Balkan se pokazao kao odgovarajući poligon imajući u vidu njegove eksplozivne potencijale bureta baruta.“ Jakšić dalje ističe da su poslednje tri godine to potvrdile. Ruske metode „meke moći“ došle su do izražaja: u Crnoj Gori Kremlj je bio uz antinativske snage, a u Skoplju je bio protiv prodemokratskih snaga. Lider Republike Srpske, kao ruski čovek, svojim referendumskim pretnjama opasno je zaoštrio odnose u BiH. Teza o Velikoj Albaniji dodatno je dovela do napetosti u regionu.³⁶ Na Zapadu vlada uverenje da ova destabilizacija ide na ruku Rusiji, te otuda pojačani angažman Zapada na Balkanu.³⁷ Rusija, s druge strane, jača međusobnu saradnju sa Kinom. Jačanje direktne vojne saradnje najveće i najmnogoljudnije države na svetu, uz strateške partnere iz Evroazije³⁸, umnogome menja sliku globalnih uticaja moći.³⁹ Rusija, takođe, ubrzava

³⁶ Da li je, međutim, Balkan „bure baruta“ zbog prisustva Rusije? Predsednik SANU Vladimir Kostić, s tim u vezi, kaže: „... ovde je bilo ratova i krvoprolića i kada Rusija nije bila tako uočljivo prisutna“ („Danas“, Beograd, 9. VI 2017, str. 6).

³⁷ S tim u vezi Boško Jakšić podseća vlasti u Beogradu na poruku velikog srpskog političara 19. veka Jovana Ristića, koji je odnos Srbije prema Rusiji definisao kao odnos prema vatri: ako si suviše daleko – smrznućeš se, ako si suviše blizu – izgorećeš (Prema: „Politika“, Beograd, 9. VII 2017, str. 20).

³⁸ Evroazija je za Rusiju suprotnost zapadnoevropskom i američkom svetu. Evroazijstvo predstavlja geopolitički projekat u kojem je ruska država shvaćena kao kontinentalna sila nasuprot anglosaksonskom svetu – ističe Hofbauer („Politika“, Beograd, 16. VI 2017, str. 21). Projekat Evroazijske integracije Zapad naziva „Putinovom novom imperijom“. Rusija je, međutim, razapeta i između slovenofilstva i evropejstva.

³⁹ Većina vojnih analitičara slažu se da je eventualni veliki rat danas moguć tek na relaciji SAD – Rusija. Sve ostalo, bez obzira na masovnost, tragičnost ili žestinu, bio bi tek „sukob lokalnog karaktera“. Amerika je omasovljenjem NATO, posebno njenim raspoređivanjem uz granice sa

saradnju sa Turskom, sa kojom je otpočela realizaciju energetskog projekta „Turski tok“.

Evropa, kao verni pratilac SAD-a, „potrešena“ je sa dva velika događaja: odlukom V. Britanije da se povuče iz Evropske Unije i izborom Trampa za predsednika SAD-a. Prvi događaj unosi strah od „domino efekta“, dok Trampova izolacionistička agenda („Prvo Amerika“) ukazuje da će se SAD odreći uloge lidera u svetu, a verovatno i uloge garanta bezbednosti u Evropi.⁴⁰ S tim u vezi Nemački diplomata Joška Fišer smatra da „ako SAD žrtvuju svoje mesto na vrhu međunarodnog poretka, zarad domaćih političkih razloga, neće ih zameniti nova vodeća sila, niti će se izroditi novi svetski poredak. Ono što ćemo imati jeste vakuum moći obeležen haosom.“⁴¹ *Njujork tajms* je mišljenja da je jednostranom odlukom (o napuštanju Pariskog klimatskog sporazuma) Tramp „stvorio vakuum u globalnom vođstvu, što pruža saveznicima i protivnicima obilje mogućnosti da preurede strukturu svetske moći. Njegova odluka je možda najveći strateški poklon Kini, koja željno čeka da popuni praznine koje Vašington ostavlja po svetu.“⁴² Džozef Stiglic, s tim u vezi, kaže: „Ali ostatak sveta ne sme da dopusti da zločesta Amerika uništi planetu.“⁴³ Zbog toga je na delu preispitivanje odnosa Evrope prema Americi.

Što se Rusije tiče, ona nije nikada, pa ni u vreme Sovjetske vlasti, prestajala da se ponaša po vekovno ustaljenim principima imperije. Dolaskom Vladimira Putina na čelo ove velike države došlo je do povratka Rusije na globalnu političku, vojnu i ekonomsku scenu. To je činjenica koju Zapad, očito, teško prihvata. Demokratija takozvanog zapadnog tipa na ogromnom geografskom prostoru koji zauzima ova zemlja, i sa potpuno drugačijom tradi-

Rusijom, pokušala da pobedu učini za sebe izvesnijom („*Politika*“, Beograd, 12. VI 2017, str. 02). S tim u vezi predsednik Putin je izjavio „da će Rusija dati adekvatan odgovor na akcije NATO da bi sačuvala strateški balans“(„*Dnevnik*“, Novi Sad, 15. VI 2017, str. 11).

⁴⁰ Američki ekonomista nobelovac Džozef Stiglic kaže da je „Donald Tramp bacio ručnu bombu na globalnu ekonomsku arhitekturu koja je veoma mukotrpno stvarana u godinama nakon Drugog svetskog rata“. Po Stiglicu, Tramp je napao osnovni sistem vrednosti i institucija. Njegova lažna opravdanja za povlačenje iz Pariskog sporazuma je samo najnoviji dokaz za to, ističe Stiglic (Prema: „*Danas*“, Beograd, 9. VI 2017, str.27).

⁴¹ Joška Fišer, bivši šef nemačke diplomatije i bivši vicekancelar, smatra da navedeni događaji „podrivaju temelje na kojima počivaju evropski mir i prosperitet od Drugog svetskog rata“(Prema: „*Danas*“, Beograd, 8. VI 2017, str.13).

⁴² Prema: „*Danas*“, Beograd, 7. VI 2017, str. 14.

⁴³ Prema: „*Danas*“, Beograd, 9. VI 2017, str. 27.

cijom, teško može da se primi⁴⁴, što je takođe jedan od uzroka nesporazuma između Zapada i Rusije.⁴⁵ Uzroci nesporazuma nalaze se, svakako, u zapadnom širenju svesti o „ruskoj opasnosti“, smatra Hofbauer. Rusija se prikazuje kao zemlja koja je po prirodi „nedemokratska, imperijalistička, autokratska i antizapadna“.⁴⁶ Ove osobine, navodno ugrožavaju zapadne vrednosti⁴⁷. Američki zvaničnici smatraju Rusiju jednom od glavnih pretnji za SAD. Sergej Lavrov je ocenio da je „rusofobija u SAD prešla sve granice“.⁴⁸ Vladimir Putin, međutim, smatra da „istorija Rusije pokazuje da smo živeli pod sankcijama od trenutka kada smo stali na noge i osetili se snažnim“. Putin naglašava da Rusija ne smatra SAD svojim neprijateljem i da je Moskva veoma zainteresovana za normalizaciju odnosa sa Vašingtonom.⁴⁹ I nemački ministar spoljnih poslova Z. Gabrijel smatra da je potrebno u odnosima sa Rusijom „resetovanje, novi kontakt i novi pregovori... Bez Rusije ne možemo da prevaziđemo sukobe u Siriji, Libiji, Ukrajini i drugim mestima“.⁵⁰ Nesporazume treba, dakle, prevazilaziti u cilju mira, prosperiteta i održivog razvoja modernog društva, koga inače potresaju mnogobrojne krize i problemi.⁵¹ Upravo su to ključne pouke ovog rada i ovih knjiga.

⁴⁴ U Rusiji se promovišu vrednosti društva u kojima građani služe državi, a ne država građanima, smatra spoljnopolitički komentator Boško Jakšić („Politika“, Beograd, 9.VI 2017, str. 20). Hofbauer, međutim, ističe da se u Rusiji vode rasprave o tome „da li prihvatiti evroazijski način mišljenja, ili se treba i dalje zalagati za povezivanje sa Zapadom i zagovarati evropsku budućnost Rusije“ („Politika“, Beograd, 9. VI 2017, str.24).

⁴⁵ Ruski ministar spoljnih poslova Sergej Lavrov zjavio je da EU, time što optužuje Rusiju za mešanje, pokušava da prebaci krivicu za svoje unutrašnje probleme na Moskvu („Dnevnik“, Novi Sad, 7. VI 2017, str.11). Lavrov dalje ističe da „iza svih priča o nepoštovanju ljudskih prava, o diskriminaciji homoseksualaca i kršenju međunarodnog prava stoji želja Vašingtona i Brisela da spreče jačanje Rusije. Ovo jačanje dovodi u pitanje geopolitičko stanje nastalo posle sloma Sovjetskog Saveza, od koga su zapadni koncerni i njihovi politički predstavnici izvukli ogromnu korist“ („Politika“, Beograd, 7.VI 2017, str.13).

⁴⁶ U Rusiji je snaga države iznad nacionalne snage. Zbog toga većinsko stanovništvo u Rusiji po rečju „ruski“ shvata, pre svega, državnu, a ne etničku pripadnost, ističe Hofbauer („Politika“, Beograd, 15. VI 2017, str. 20). Rusi žele jaku državu koja je iznad etnosa.

⁴⁷ „Politika“, Beograd, 13. VI 2017, str. 20.

⁴⁸ Na nedavnim protestima koji su održani u gradovima širom Rusije policija je uhapsila stotine ljudi, uključujući i istaknutog ruskog opozicionog lidera A. Navaljnija („Danas“, Beograd, 13. VI 2017, str.14).

⁴⁹ Prema: „Politika“, Beograd, 16. VI 2017, str. 03.

⁵⁰ „Danas“, Beograd, 19. VI 2017, str. 11.

⁵¹ Jedan od velikih globalnih problema je, svakako, migrantska kriza. Objašnjavajući ovaj fenomen proslavljeni srpski režiser Želimir Žilnik postavlja pitanje: Zašto ovi ljudi (migranti) beže?

Sve navedeno i mnogo toga drugog što se nalazi u ovim knjigama, posebno u izuzetnoj knjizi Noama Čomskog, navodi nas na zaključak da je rusofobija, kao i ostale fobije koje Zapad propagira, ustvari alibi za sve ono što rađe „gospodari sveta“, u ime navodno „viših ciljeva“ (kakvi su sloboda i demokratija), a zarad sopstvenih interesa (geostrateških i ekonomskih).⁵² Čomski ističe geostrateški koncept „Veliko područje“, kojim bi trebalo da vladaju SAD u cilju kontrole svetskih energetskeg potencijala, pri čemu je NATO intervenatna organizacija širokog polja delovanja, kojom upravlja upravo SAD. Pri tom se svesno permanentno „seje strah“ od Rusije, koji je vremenom prešao u „rusofobiju“. O antiruskoj histeriji govori i najnovija odluka američkog Senata o pojačavanju sankcija Rusiji.⁵³ Uz to idu i američke pretnje da će nemačke, austrijske i druge evropske kompanije biti izložene sankcijama na američkom tržištu ako budu učestvovala u gasnim projektima („Severni tok 2“) zajedno sa Rusijom.⁵⁴ Nasuprot tome, nemački ministar spoljnih poslova Z. Gabrijel smatra da je takav odnos SAD prema Rusiji „velika greška“. On apeluje na Trampa da traži nove pregovore sa Putinom, ističući da se „glavni konflikti našeg vremena mogu da reše jedino zajedno i uz obostrano poverenje i dijaloz“. ⁵⁵ SAD, pak, žele da spreče energetske, pa i političke zblizavanje Rusije i Evrope, a s druge strane da plasiraju vlastitu proizvodnju tečnog gasa. Problem je, međutim, i nepoverenje u Trampovu spoljnu politiku,⁵⁶ kao i pred-

„Evropljani i Amerikanci su došli u njihove krajeve, uzimaju im bogatstvo, prodaju oružje i šalju oficire... Oni ovde beže da bi živeli od malog dela profita koji ostaje u Evropi od onog što je tamo eksplloatisano“ („Politika“, Beograd, 7. VI 2017, str.15).

⁵² Čuveni američki reditelj Oliver Stoun smatra da su SAD danas „diktatura novca i rata“ („Politika“, Beograd, 28. VI 2017. str.15).

⁵³ Sankcije su imale i imaju krupne negativne posledice po privredu Rusije i po životni standard stanovništva. Međutim, i pored toga, Putinova popularnost raste. U junu 2015. njega je, prema istraživačkom centru Levida, podržalo čak 89 odsto ispitanika (Prema: „Politika“, Beograd, 10.VI 2017, str.21).

⁵⁴ Burni otpor ovoj američkoj nameri izrazili su austrijski kancelar Kern i nemački ministar inostranih poslova Gabrijel („Politika“, Beograd, 17. VI 2017, str.03).

⁵⁵ Prema: „Dnevnik“, Novi Sad, 29. VI 2017, str. 11.

⁵⁶ Kako je objavio istraživački centar Pju riserč, 74 odsto stanovnika planete nema poverenja u politiku šefa Bele kuće i ulogu koju on ostvaruje u svetu („Danas“, Beograd, 28. VI 2017, str. 03).

rasude Zapada o Putinu i paranoja o ruskoj opasnosti.⁵⁷ S druge strane, Putin i Rusi SAD doživljavaju kao pretnju.⁵⁸

Zbog svega toga, Čomski konstatuje da je Zapad u zabludi sa svojom doktrinom „dužnosti da štiti“ i „humanitarnim intervencijama“, i postavlja uznemirujuće pitanje: da li je ovo „poslednji vek civilizacije“? Čomski smatra da postoje mnogi problemi koji se moraju rešiti, ali dva su ključna, s obzirom na urgentnost: uništavanje okoline i nuklearni rat. Prvi su već izazvali „gospodari sveta“, a drugi je na pomolu. Vraćajući se, stoga, na pitanje sa početka: „Ko vlada svetom?“, Čomski smatra da treba da postavimo još jedno pitanje: „Koji principi i vrednosti vladaju svetom?“. Ukoliko, naime, ne promenimo sistem vrednosti u međunarodnim odnosima i unutar pojedinih zemalja, preti nam kataklizma, upozorava Čomski. Ili, kako kaže Zbignjev Bžežinski, jedan od glavnih kreatora američke strategije u hladnom ratu – „svet se kreće ka velikom haosu“.⁵⁹ U tom haosu, „SAD jure prema propasti, dok svet pokušava nešto da učini“, smatra Čomski.⁶⁰ Nadu, međutim, vraća, susret Trampa i Putina na samitu lidera grupe 20 u Nemačkoj, nakon čega je šef Bele kuće izjavio: „... sa radošću očekujem mnogo pozitivnih stvari koje treba da se dese Rusiji i SAD“.⁶¹

Literatura

Dnevni listovi: „Politika“, „Danas“, „Novosti“, (Beograd), „Dnevnik“, (Novi Sad).

Čomski, N. (2016), *Ko vlada svetom*, Akademska knjiga, Novi Sad.

⁵⁷ Predstava o Putinu na Zapadu je poput lika u krivom ogledalu: „Diktator“, „Kasapin“, „Car“, „Moskovski Rambo“- samo su neki epiteti koji idu uz njegovo ime u zapadnim medijima („Politika“, Beograd, 28. VI 2017, str. 03). Putin se prikazuje i kao „šef korumpirane vlasti“.

⁵⁸ Nakon pada Sovjetskog Saveza SAD su se pronašle u ulozi predvodnika tzv. „slobodnog sveta“ i pomislile da im je sve dopušteno – ističe Putin u intervjuu („Politika“, Beograd, 28. VI 2017, str.15).

⁵⁹ Ovu konstataciju Bžežinski je izrekao još 2014. godine, kada je upozorio da SAD kao supersila „sve brže gubi stratešku odlučnost i osećaj za pravac kojim treba da se kreće“. „Moje mišljenje u vezi sa politikom SAD nije da se povlačimo, niti da smo okupirani krizom unutrašnjeg opstanaka, nego da gubimo sposobnost na najvišem nivou da se nosimo sa izazovima koje mnogi prepoznaju kao ključne za naše blagostanje“ („Politika“, Beograd, 30.VIII 2014, str.22).

⁶⁰ Ovo su reči N. Čomskog iz intervjua RT („Danas“, Beograd, 3. VIII 2017, str. 10).

⁶¹ Zabrinjava, međutim, izlazak SAD iz Pariskog klimatskog sporazuma objavljen na ovom Samitu („Dnevnik“, Novi Sad, 8. VIII 2017, str. 11).

Has, R. (2017), "Ko će naslediti SAD na svetskoj sceni?", *Danas*, Beograd, 26. VI 2017, str.11.

Hofbauer, H. (2017), *Slika neprijatelja – Rusija*, Albatros plus, Beograd.

Metan, G. (2017), *Rusija – Zapad (hiljadu godina rata)*, Akademska knjiga – Novi Sad, Informatika – Beograd, Novi Sad.

Pejanović, R. (2015), *Tranzicija i nacionalna kultura*, Akademska knjiga, Novi Sad.

Pejanović, R. (2017), "Predrasude Zapada o Rusiji", *Danas*, kultura, Beograd, 6-7. V 2017, str. 12.

Pejanović, R. (2017), "Koje vrednosti vladaju svetom", *Novosti* (kultura), Beograd, 2. VI 2017, str. 19.

Stojanović, D. (2016), *Rađanje globalnog sveta 1980 – 2015*, Beograd, 2016.

ULOGA VIJEĆA EVROPE U KREIRANJU MEDIJSKIH STANDARDA

ROLE OF THE COUNCIL OF EUROPE IN THE CREATION OF MEDIA STANDARDS

dr AMILA GRBO, vanredna profesorica
Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu

Apstrakt: Uporedo sa strategijama za izgradnju medijskih politika, te strategija za demokratski razvoj u nerazvijenim regijama ili zemljama u razvoju, najrazvijenije zemlje unapređuju svoje standarde preuzimajući obavezu širenja i uvažavanja tih standarda kako na razini nacionalnog zakonodavstva tako i na razini samoregulacije. U stvari, zakonski (pravni) i etički standardi toliko su danas približeni da je ponekad veoma teško razdvojiti šta gdje pripada. Ponekad se to može odrediti samo prema organizaciji ili instituciji koja određeni dokument kreira i usvaja. Ovdje treba naglasiti da je model liberalno - demokratskog razvoja polazište u kreaciji medijskih politika i normi čija je zadaća da osiguraju mir, demokratizaciju i uvažavanje ljudskih prava i sloboda. U tom smislu, pouke koje je svijet stekao nakon fašizma i staljinizma, te nakon brojnih suočavanja s ratnim zločinima i zločinima protiv čovječnosti (posebno iz prakse totalitarnih sistema i režima) u temelju su sada već klasičnih dokumenata kao što su Univerzalna deklaracija UN i Evropska konvencija. Ljudska prava i slobode njima zajamčene nisu sasvim i podjednako uvažene niti u razvijenom niti u nerazvijenom svijetu. Međutim, stvorene su institucije i organizacije međunarodnog karaktera i utjecaja koje permanentno prate stanje njihove primjene i poštivanja i nalažu ili sugeriraju promjene u sferi regulacije, a u cilju njihove primjene i garancije.

Ključne riječi: Mediji, standard, medijska politika, zakon, međunarodni dokumenti, Vijeće Evrope

Abstract: *Along with strategies for building media policies and strategies for democratic development in underdeveloped regions or developing countries, the most developed countries are also improving their standards by assuming the obligation of disseminating and adhering to these standards both at the level of national legislation and at the level of self-regulation. In fact, statutory (legal) and ethical standards are so close to one another today that it is sometimes very difficult to know what they belong to. Sometimes this can only be determined by the organization or institution creating and adopting a specific document. It should be emphasized that the model of liberal-democratic development is a starting point in the creation of media policies and standards whose task is to ensure peace, democratization and respect for human rights and freedoms. In that sense, the lessons that the world has acquired after Fascism and Stalinism, and after numerous conflicts with war crimes and crimes against humanity (in particular from the practice of totalitarian systems and regimes), are now already classic documents such as the Universal Declaration of the United Nations and the European Convention. Human rights and freedoms guaranteed to them are not fully and equally respected either in the developed world or in the underdeveloped world. However, institutions and organizations of international character and influence have been established, which permanently monitor the state of their implementation and compliance, order or suggest changes in the sphere of regulation for the purpose of their application and guarantee.*

Key words: *Media, Standard, Media Policy, Law, International Documents, Council of Europe*

1. Uvod

Vijeće Evrope kao najstariju (evropsku) regionalnu organizaciju, koja se popularno može nazvati i 'Velikom Evropom' s obzirom na razloge zbog kojih je osnovana¹, moguće je smatrati utemeljiteljem i zaštitnikom evropskog prava

¹ Vijeće Evrope nastalo je nakon Drugog svjetskog rata u kojem je počinjen genocid (holokaust) i drugi masovni zločini koji su trajna svjedočanstva o gaženju ljudskih prava i sloboda. Stoga se 1948 (Haški kongres) i 1949. godina kada je potpisan ugovor o osnivanju Vijeća Evrope mogu smatrati najvažnijim datumima novije evropske historije koju karakterizira institucionalni oblik zaštite ljudskih prava uključujući i sudske presude državama za slučajeve kršenja. Istina, ta

ljudskih prava. Značaj zaštite ljudskih prava najbolje se uočava u primjerima zločina koji se čine u ratovima, a perspektiva za puniju zaštitu i ostvarenje (posebno u zemljama u razvoju) u načinu stjecanja pretpostavki za ulazak u Evropu.

Naime, svakoj evropskoj zemlji koja utemelji višestranački sistem (parlamentarna demokracija), tržišnu ekonomiju i zakonsku zaštitu ljudskih prava, te izrazi želju, omogućava se prijem. Danas se to cijeni veoma važnim, posebno nakon urušavanja socijalizma - komunizma i raspada Istočnog bloka, kao također regionalno - ideološke organizacije, te otpočinjanja procesa tranzicije u zemljama tzv. Istočnog bloka.

Vijeće Evrope ima velike (najveće) kompetencije u oblasti kulture i informiranja, kao i zaštite slobode izražavanja. Njena tijela i institucije: Parlamentarna skupština, Komitet ministara - Odbor ministara, Komisija (koja je prestala s radom 1998. godine) i Sud za ljudska prava, te specijalni programi podrške društvima u tranziciji predstavljaju veliko ohrabrenje i podršku razvoju demokracije. Iako su se i 'Velika' i 'Mala' Evropa u posljednjoj deceniji veoma približile u svom zajedničkom nastupu prema pitanju razvoja demokracije i tranzicijskih procesa, te zaštite ljudskih prava, kao i na planu izgradnje normativne sfere kojom se garantiraju i štite ljudska prava, valja naglasiti da temelj legislative Vijeća Evrope (ili ujedinjene Evrope) čine:

1. Evropska konvencija o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda (1953)²,
2. Evropska kulturna konvencija (1954),
3. Deklaracija o slobodi izražavanja i informiranja (1982),
4. Evropska konvencija o televiziji bez granica (1989),
5. Deklaracija o slobodi komuniciranja putem interneta (2003),
6. Deklaracija o medijskoj distribuciji informacija u vezi s krivičnim postupcima (2003),
7. Deklaracija o slobodi političke debate u medijima (2004),
8. Deklaracija o slobodi izražavanja i informiranja u medijima u kontekstu borbe protiv terorizma (2005),

ocjena ne važi za države bivše članice tzv. Istočnog bloka koje su tek nakon pada komunizma ušle u Vijeće Evrope. A kada je Bosna i Hercegovina u pitanju, danas se može s pravom reći da Vijeće Evrope nije potvrdilo svoju ulogu u zaštiti ljudskih prava bez obzira što Bosna i Hercegovina nije bila njegova članica. Slabim angažmanom Evropa je tako postala saučesnik u zločinu nad Bošnjacima i Bosnom i Hercegovinom kao državom.

² Evropska konvencija dopunjavana je povremeno dodacima, može se reći do danas i svi ti dodaci, ustvari, čine MAGNA KARTU ljudskih prava.

9. Rezolucija (2077) Povećanje saradnje protiv cyberterorizma i drugih internet napada velikih razmjera (2015) i
10. Rezolucija (2144) Sprečavanje diskriminacije i mržnje na Internetu (2017).

Ovi dokumenti po svom slovu i duhu sasvim su poznati, ali se moraju spomenuti naprosto stoga što su sva normativna akta koja su nastala kasnije, uključujući i Konvenciju o televiziji bez granica, temeljena na njima. To znači da su temeljna dokumenta kao što su Univerzalna deklaracija iz 1948. i Evropska konvencija iz 1953. godine temelj teorije, ideologije i prakse ostvarivanja i zaštite ljudskih prava.

Utjecaj Vijeća Evrope na procese afirmacije osnovnih ljudskih prava i sloboda je znatan i značajan. Danas bi se moglo reći da je sve do pada Berlin-skog zida taj utjecaj ipak bio označen koliko istinskom potrebom za njihovom implementacijom u društvene sisteme toliko i političkom i ideološkom potrebom. Međutim, situacija se mijenja 11. i poslije 11. septembra 2001, nakon čega se, umjesto strategije ljudskih prava, razvija strategija borbe protiv terorizma na globalnom planu. U stvari, naglašavanje fenomena terorizma i potrebe borbe protiv takvih aktivnosti traje veoma dugo, a specifična situacija razvijena je krajem prošlog i na samom početku novog milenija. Ma koliko da je terorizam istovremeno i suzbijan i potican, izgradnja antiterorističke doktrine veoma je važna za budućnost civilizacije. Izvjestan problem moguće je uočiti u stavu Zapada prema 'islamskom terorizmu' kao najsnažnijem, iako bi se objektivnom analizom i istraživanjem moglo utvrditi da islamski terorizam jeste u ekspanziji, ali da se terorizam širi posvuda, a posebno u okviru kampanje i akcija protiv terorizma. Također, nije nebitno to u kakvoj su se situaciji našli novinari i mediji u vremenu naglašenog terorizma kada je rad novinara u krizama i kriznim područjima oduvijek bio nepoželjan upravo zbog gaženja ljudskih prava i sloboda. Stoga se čini da je Deklaracija o slobodi izražavanja i informacija u medijima u kontekstu borbe protiv terorizma³ (2005) karakterističan dokument sasvim aktualnog datuma, što je na neki način i potvrda naše teze o terorizmu kao prijetnji ozbiljnijem gaženju osnovnih ljudskih prava i sloboda, ali i o mogućem terorizmu kao sastavnom dijelu antiterorističke borbe.

³ 'Deklaracija o slobodi izražavanja i informacija u medijima u kontekstu borbe protiv terorizma' usvojena je od Komiteta Ministara 2. marta 2005. godine na 917. sjednici zamjenika ministara.

No, najprije ćemo navesti najvažnije dijelove same deklaracije redoslijedom kako su usvojeni i objavljeni. Deklaracija poziva vlasti zemalja članica: '1. da ne uvode nove restrikcije u pogledu slobode izražavanja i informacija u medijima osim kada je to striktno potrebno i proporcionalno u demokratskom društvu, te nakon pažljivog sagledavanja da li su postojeći zakoni ili druge mjere dovoljni, 2. da se uzdrže od usvajanja mjera izjednačavanja medija koji izvještavaju o terorizmu, 3. da novinarima redovno osiguraju pristup ažurnim informacijama, posebno postavljajući glasnogovornike ili organizirajući preskonferencije, u skladu s državnom legislativom' (numerisanje A.G.).

Međutim, čini se važnim najprije se osvrnuti na sam naziv deklaracije koji glasi *Deklaracija o slobodi izražavanja i informacija u medijima u kontekstu borbe protiv terorizma*. Dakle, riječ je o akcentu na temeljnom ljudskom pravu u slobodi koje ugrožava terorizam. Drugo, riječ je o medijima na čije se ponašanje može utjecati ponajprije od vlasti ili s određene pozicije. O tome govori prvi akcent, odnosno nalog iz deklaracije koji glasi 'poziva vlasti zemalja članica'. Iako je u ovom smislu nedvojbeno da se od vlasti traži osiguranje slobode izražavanja, dakle, odavno zadata obaveza (još Univerzalnom deklaracijom UN i Evropskom konvencijom), ona se ovdje potcrtava jer iskustva govore o ugroženosti ljudskih prava, ali i medija, odnosno o mogućnostima njihove zloupotrebe u kriznom trenutku.

Pogledajmo dalje karakteristične izraze iz prvog stava: restrikcija slobode izražavanja, zakoni i njihova dovoljnost. Zašto ovo napominjemo? Naprosto stoga što i u demokratskom društvu postoje određene restrikcije u pogledu primjene ovih prava i sloboda, a ovim stavom brani se dalje njihovo nametanje osim 'kada je to striktno potrebno i proporcionalno u demokratskom društvu'. Iako je ovaj izraz (restrikcija slobode izražavanja) u datom kontekstu nedovoljno jasan (može se čak pomisliti pri tumačenju da znači koliko slobode toliko ograničenja), nešto više ga pojašnjava kraj stava gdje je iskazan zahtjev da se pažljivo sagleda da li su zakoni i druge mjere dovoljni.

Drugim stavom brani se izjednačavanje medija koji izvještavaju o terorizmu podržavajući ga. Riječ je očigledno o iskustvu koje govori o olahkoj zabrani rada medija stoga što se medij proglašava nepoželjnim, a takvih je primjera prepuna historija.

Treći stav karakterističan je po tome što se vlasti pozivaju na ažurnost informacija i službeno saopćavanje informacija (sada već na sasvim afirmiran način) putem preskonferencija i glasnogovornika. Ovakav zahtjev ima prizvuk izvjesne sumnje koliko u vlastodršce, toliko i u medije, a posebno u inten-

ciju otklanjanja nagađanja, špekulacija, neistina ili glasina o eventualnom događaju. U tom smislu čini se da je vrlo bitna riječ ažurnost, iako je i to jedan od klasičnih zahtjeva dobrog informiranja. Međutim, zaključni dio ove tačke oslonjen je na državnu legislativu, iako je npr. zakonodavstvo zemalja u tranziciji, pa još uvijek i nekih razvijenih demokratskih zemalja, neprecizno ili manjkavo po ovom pitanju. Također se može navesti i primjer ponašanja nekih vlada u Evropi koje su svijet ostavile bez informacija o tome šta sve radi npr. CIA u Evropi, pod geslom borbe protiv terorizma, o čemu su mediji izvijestili s velikim zakašnjenjem. Poznato je, naime, da je Vijeće Evrope od vlada svojih članica zatražilo izvještaj o tim akcijama, kao i to da je Vijeću ministara Bosne i Hercegovine vraćen izvještaj na dopunu i precizno obavještenje. O ovom zahtjevu mediji u Bosni i Hercegovini izvijestili su, također, s izvjesnim zakašnjenjem.

U četvrtom stavu zahtijeva se nesmetan pristup novinarima mjestu terorističkog čina, upozorava na potrebu i obavezu osiguravanja sigurnosti žrtava ili 'snaga za provedbu zakona' u njihovom radu. U stvari, daje se pravo vlasti da u slučaju potrebe uvede restrikciju u pristupu medija mjestu događaja, ali su to dužni objasniti.

Istina, ovdje je izričito naglašeno da su vlasti posredstvom službenog lica dužne davati informacije javnosti sve dok se ne ukine restrikcija. Međutim, često se u medijima mogu čuti ili vidjeti službene izjave koje kažu da se npr. u cilju istrage ne mogu dati informacije javnosti.

Peti i šesti stav karakteristični su naročito po tome što upozoravaju na ona prava koja vrlo često krše i mediji i novinari u slučajevima hapšenja i suđenja potencijalnih ili osvjedočenih terorista. To su 'pravo na praćenje suđenja', troškovi, izvještavanje 's poštovanjem pretpostavke neovisnosti i prava na privatnost', te poštovanje člana 6 (stav 1) Evropske konvencije o ljudskim pravima, kao i 'pravo medija na izvještavanje o provođenju presuda' itd.

Ovakva napomena iznesena je stoga što je u značajnom broju medija u Bosni i Hercegovini prisutna praksa izricanja ne samo kvalifikacija 'terorist', fundamentalist, kriminalac i sl. već što se u takvim novinarskim (medijskim) izvještajima vrlo često novinar stavlja u ulogu suca-presuditelja, a tek nakon toga dogodi suđenje. U tom smislu indikativan je primjer tzv. alžirske grupe za koju je Helsinški odbor utvrdio da je bila žrtva kršenja ljudskih prava u vremenu kada je ova deklaracija pripremana.

Pa ipak valja priznati da je *Deklaracija o slobodi izražavanja i informacija u medijima u kontekstu borbe protiv terorizma* dvostruko značajna. Prvo, ponašanja

vlasti (vlada) često su određena nacionalnim ili ekonomskim interesima ili, pak, diskriminirajućim odnosom prema određenim grupama što uzrokuje nasilje, pa i terorizam. Ovakvo ponašanje često ostaje, a u povijesti je uglavnom ostajalo nesankcionirano i tajno. Ova deklaracija inicira, odnosno nalaže, razotkrivanje uzroka i posljedica eventualnog nasilja, pa i terorizma kao najokrutnijeg vida nasilja. Drugo, ona upozorava na potrebu poštovanja temeljnih konvencija i zakona, a posebno na reformu političkih sistema koji svojim neličnim konceptom ili zabranama uzrokuju nasilje i ostavljaju javnost bez informacija. Stoga je Paul Wilkinson u pravu kada u svojoj knjizi *Terorizam protiv demokracije*⁴ kaže: '... iz povijesti političkog nasilja u većim demokracijama jasno se vidi da je velik dio uspjeha liberalnih i socijaldemokratskih vlasti u izbjegavanju nasilnih sukoba uslijedio zbog ulaska u političke i društveno-ekonomske reforme ...'. Ovu deklaraciju stoga u cjelini možemo razumjeti u svjetlu podnaslova Wilkinsonove knjige koji glasi *Odgovor liberalne države*. A kad je riječ o razvoju liberalne države u Bosni i Hercegovini, mora se konstatirati da takva država ovdje još uvijek nije moguća. U stvari, u Bosni i Hercegovini još uvijek postoji sukob u ratu i na sili ustanovljenih tvorevina sada legaliziranih sistemskim rješenjima zbog čega liberalizacija nije ni moguća. Pretpostavljena liberalna država ovisi o nužnim reformama postojećeg sistema koje, uprkos deklarativnom prihvatanju vrijednosti demokratsko-liberalnog društva, nisu ostvarene. Istovremeno se može reći i to da tranzicija i demokratska konsolidacija izravno ovise o reformi sistema i njegovom uspostavljanju na temeljima koji karakterizira novi vrednosni pristup. Otud se može reći da je ova deklaracija poticajna koliko za reformu i sistema i vlasti, toliko i za svakodnevna ponašanja i medija i vlasti prema problemu eskalirajućeg terorizma u svijetu i perspektivi Bosne i Hercegovine kao ratom razorene i veoma siromašne zemlje.

Deklaracija o slobodi političke debate u medijima (2004)⁵ predstavlja dokument novijeg datuma. Po svojoj važnosti pripada onoj vrsti regulative bez koje bi izborni proces (a posebno predizborna kampanja) bio podlozan i obmanama i manipulacijama. Iako svaka zemlja (ma kakav njen unutarnji poredak bio) ima zakon ili segment zakona kojim se uređuje oblast prava u iz-

⁴ Paul Wilkinson, *Terorizam protiv demokracije, Odgovor liberalne države*, Golden marketing, Zagreb, 2002, str. 96.

⁵ 'Deklaracija o slobodi političke debate u medijima' usvojena je od Savjeta ministara 12. februara 2004. godine na 872. sastanku predstavnika ministara.

bornom procesu, ova deklaracija slobode, prava i obaveze uređuje shodno temeljnim načelima suvremene demokracije.

U preambuli, koja je opsežnija od samog teksta deklaracije, izložena su polazišta donosioca koja su oslonjena na slobode, prava i dužnosti date u cijelom nizu dokumenata kojima se garantiraju ljudska prava i slobode, posebno 'sloboda izražavanja i informiranja od Evropske konvencije pa do Preporuke kojom se sprečava 'govor mržnje' ⁶ i naglašava da 'sloboda političke debate ne obuhvata slobodu izražavanja rasističkih stavova koji podstiču mržnju, ksenofobiju, antisemitizam i sve oblike netolerancije'.

Čestim ponavljanjem člana 10 Evropske konvencije očigledno je da Vijeće Evrope insistira na obavezi evropskih zemalja da osiguraju realizaciju tog prava. Nesporno je da je politička debata kao sastavnica izbornog procesa u osnovi osigurana ukoliko je osigurana sloboda izražavanja. No, ako u mišljenju vrijedi da se dogodilo samo ono što je prenijela televizija (mediji), onda je jasno zašto ova deklaracija svojom preambulom upozorava koliko na učesnike političke debate u predizornoj kampanji toliko i na korektan (profesionalan) angažman medija u prenošenju političke debate građanima, odnosno javnosti.

Dalje se može konstatirati da je u politici Vijeća Evrope evidentno konstantno zalaganje i opredjeljenje za afirmaciju vrijednosti demokracije u okviru koje je i razvijen sistem zaštite temeljnih ljudskih prava i sloboda.

S obzirom da parlamentarni sistem demokracije, odnosno demokracija kao takva ovisi o slobodi izbora i pravu na poštene izbore iz pluralne političke strukture, Deklaracija o slobodi političke debate regulira upravo onaj segment demokracije koji je upitan u društvima koja se nisu razvila u ekonomskom smislu ili koja su dugo živjela pod totalitarnom vlašću. Što se Bosne i Hercegovine tiče, ova deklaracija višestruko pomaže da se izborni proces usmjeri ka afirmaciji slobodne volje građanstva koje trpi enormne ratne posljedice i etno-nacionalističke političke stranke među kojima su i one (SDS npr. pa i HDZ) koje su temeljene na ideologiji diskriminacije, islamofobiji itd. Mada je u Bosni i Hercegovini na sceni mirovni proces kojim upravlja međunarodna zajednica posredstvom svojih predstavnika, evidentan je pritisak na medije, ali i (u znatnoj mjeri) neprofesionalan rad medija. Povremeno, a izbori u posljednje dvije decenije bili su česti, bilo je moguće zaključiti da mediji, bilo da pretjerano kritiziraju bilo da podupiru određenu stranku i njene kandidate, izazivaju homogenizaciju sukobljenih etno grupacija i njihovih ideologija, što je imalo

⁶ Preporuka br. R (97) 20 o 'govoru mržnje'

za posljedicu produbljavanje krize društva. Stoga ova deklaracija educirajući i građane i medije tom svojom funkcijom podupire tranzicijski proces u Bosni i Hercegovini. No, pogledajmo šta je u deklaraciji posebno istaknuto:

1. Sloboda izražavanja i informiranja putem medija,
2. Sloboda kritiziranja države ili javnih televizija,
3. Javna debata i nadzor javnosti nad političkim ličnostima,
4. Nadzor javnosti nad javnim funkcionerima,
5. Sloboda satire,
6. Ugled političkih ličnosti i javnih funkcionera,
7. Privatnost političkih ličnosti i javnih funkcionera i
8. Pravna sredstva protiv medijskog kršenja prava.

Ovdje bismo posebno izdvojili tri pitanja: a) sloboda kritiziranja države, b) ugled političkih ličnosti i javnih funkcionera i c) pravna sredstva protiv medijskog kršenja prava.

a) Vrijeme autokracije i totalitarizma učinilo je državu i vlastodršce nedodirivim. O tome je književnost naširoko izložila svoju kritiku, satira posebno. Međutim, psihološki moment karakterističan za odnos pojedinca i vlasti još uvijek upozorava na nemoć pojedinca i snagu (silu) vlasti. Stav da 'država, vlada ili bilo koja druga izvršna, zakonodavna ili sudska institucija može biti predmet kritike u medijima'⁷ upućuje na zaključak o promjeni u političkoj kulturi po kojoj niko, pa ni vlast, nije izvan zakona i javne odgovornosti. Naglasak da državne vlasti i institucije ne bi trebale imati zaštitu krivičnog zakona⁸ od posebne je važnosti, upravo zbog činjenice apriorne zaštićenosti vlastodržaca kroz historiju i osude njihovih kritičara. Sada zapravo politika i političke ličnosti zadobijaju na važnosti na nov način i u smislu liderstva i moralno - liberalnog autoriteta po osnovi poštivanja 'pravila ponašanja'. Samo saznanje o tome na koji način kritičar snosi odgovornost za svoju kritiku, doprinosi, dakle, afirmaciji i kritike i države kao javne sfere.

b) Politička teorija sve više afirmira pitanje političkog liderstva. Stoga nije slučajno da deklaracija naglašava da političke ličnosti ne trebaju imati više prava nego drugi pojedinci - građani. Zato se i kaže: 'Političke ličnosti ne bi trebalo da uživaju veću zaštitu ugleda i drugih prava nego drugi pojedinci i stoga nacionalno pravo ne bi trebalo da predviđa izricanje strožijih sankcija

⁷ 'Deklaracija o slobodi političke debate u medijima', Vijeće Evrope, cit., stav II.

⁸ Isto.

medijima kada kritikuju političke ličnosti'.⁹ Ova (norma) uputa je dragocjena, posebno zbog slobodnog odnosa medija prema ocjeni javnog rada političke ličnosti. Lociranje političkih ličnosti u sferu jednakih prava cjelokupnog građanstva također je norma demokracije. Stoga ovaj stav, pored zahtjeva, ima i edukacijski značaj, jer upozorava na jednakost političara i građanina čega nije bilo u prošlosti.

c) Posljednji stav deklaracije 'pravna sredstva protiv medijskog kršenja prava' na tragu je principa jednakosti političara i medija. U njemu se kaže: 'Političke ličnosti i javni funkcioneri trebalo bi da imaju pravo na pristup samo onim pravnim sredstvima na koja imaju i privatna lica u slučaju kršenja njihovih prava ...'¹⁰

Ova deklaracija čije je značenje mnogo šire od akcenata koje smo izdvojili pokazuje, ustvari, koliko je Vijeće Evrope opredijeljeno da utječe na izmjenu kako zakonodavstva zemalja članica tako i na izgradnju političke kulture demokracije u kojoj se događa slobodna debata i istovremeno slobodno prezentiranje debate javnosti ne predviđajući mogućnost ugrožavanja te slobode zakonskim (strogim) normama za eventualne prekršioce. Ona je deklaracija o slobodi i medija i političara protagonista političke debate.

Za Bosnu i Hercegovinu ova deklaracija već je imala posebnog utjecaja jer je pitanje klevete u zakonu konačno uređeno tako da se ne može izreći zatvorska kazna.

Međutim, u Bosni i Hercegovini još uvijek nisu zaživjeli na adekvatan način ni mediji ni politički akteri - kreatori debata, niti je mirovni proces blizu zaključivanja. Stoga se demokratsko – liberalni kulturno - politički ambijent razvija sporo i u oskudici kako ideja tako i ekonomskih agensa razvoja. No, budući da je ova zemlja članica Vijeća Evrope, njene norme vrše utjecaj na ponašanja i izgradnju nacionalnih zakona, istina sporo, ali bez takvog utjecaja ne bi bilo niti pomaka u razvoju demokratske države.

Razvoj elektronskih medija uvećao je mogućnosti komuniciranja. Nove tehnologije osigurale su veoma jeftinu i vrlo uspješnu komunikaciju putem interneta. Kompjuter je još jednom potvrdio ispravnost McLuhanove teze o svijetu kao globalnom selu. Međutim, postavilo se pitanje kako osigurati slobodu komuniciranja i na koji način zaštititi tu slobodu kao ljudsko pravo. U tu svrhu Komitet ministara Vijeća Evrope 2003. godine donio je Deklaraciju o slobodi

⁹ Isto, stav VI.

¹⁰ Isto, stav VIII.

di komuniciranja putem interneta.¹¹ Ovom deklaracijom Vijeća Evrope uspostavljen je zahtjev članicama da dopune ili donesu svoje zakonodavstvo iz tog područja i omoguće slobodu komuniciranja. U tom smislu izdvojili smo princip broj 5 koji se odnosi na 'slobodu pružanja usluga putem interneta' u okviru kojeg se kaže: 'Pružanje usluga putem interneta ne treba biti predmetom shema posebnog ovlaštenja samo na osnovu sredstava transmisije koja se koriste.

Zemlje članice trebaju tražiti mjere za promociju pluralističke ponude usluga putem interneta koje će zadovoljiti različite potrebe korisnika i socijalnih grupa. Davaocima usluga treba dopustiti da rade u regulatornim okvirima koji će garantirati nediskriminatoran pristup nacionalnim i međunarodnim telekomunikacionim mrežama'.

Iz teksta ovog zahtjeva izdvajaju se akcenti kojima se nalaže osiguravanje većeg stupnja slobode komuniciranja. Ti akcenti su sljedeći:

- a) relativiziranje posebnog ovlašćenja po osnovu sredstava transmisije,
- b) zahtjev za promocijom pluralističke ponude usluge,
- c) pružanje mogućnosti za uslugu korisnicima iz različitih socijalnih grupa i
- d) nediskriminatorni pristup nacionalnim i međunarodnim telekomunikacionim mrežama.

a) Ovaj je akcenat bitan ponajprije stoga što je tehnološka osnova u zemljama članicama nejednako razvijena i što je, posebno u nerazvijenim zemljama, transmisija vezana za državni monopol (ili grupni), a državna administracija podržava takav odnos, čime se remeti sloboda pristupa usljed izostanka ovlašćenja.

b) Budući da je zahtjev za promocijom pluralističke ponude vezan za prethodni zahtjev, on je logičan slijed, odnosno logičan nastavak prethodnog zahtjeva. Dakle, korisnicima interneta treba osigurati šire, različite mogućnosti ponude i zbora.

c) Različiti korisnici (pripadnici različitih socijalnih slojeva - grupa) imaju različite potrebe, ali i pretpostavke za korišćenje ove moderne tehnologije. No, s obzirom da je internet sastavnica nove pismenosti i novog kulturnog trenda, veoma je važno osigurati tu vrstu komunikacije za sve slojeve u društvu.

¹¹ 'Deklaracija o slobodi komunikacije putem interneta' usvojena je od Komiteta Ministara 28. maja 2003. godine na 840. sjednici zamjenika ministara.

d) Uklanjanje stoljećima građene diskriminacije po različitim osnovama, pa i po osnovu pristupa novim tehnologijama, uzrokovano je različitim motivima. Najčešći motiv jeste dobit po osnovu monopola, a telekomunikacione mreže dobar su primjer za takav odnos. Stoga je borba protiv diskriminacije u pristupu internetu od naročite važnosti, posebno za zemlje kakva je Bosna i Hercegovina. Jer je proces tranzicije i razvoja Bosne i Hercegovine veoma spor i optrećen namjernim kršenjem ljudskih prava i sloboda.

Deklaracija o slobodi komunikacije putem interneta predstavlja onu vrstu angažmana Vijeća Evrope kojom se ukazuje na odlučnost u ostvarenju duha i slova Deklaracije o slobodi izražavanja i informiranja i potvrđuje napor za osiguranje primjene modela demokracije kao modela daljeg razvoja. Riječ je naprosto o izgradnji nove političke kulture čiji je sastavni dio ljudska sloboda i jednakost.

2. Rezolucija Povećanje saradnje protiv cyberterorizma i drugih internet napada velikih razmjera (2015)¹²

Informatička era i tehnologije koje je čine posebnom i moćnom, nažalost, dijele sudbinu ukupne historije primjene znanosti u svrhu poboljšanja kako ljudskog rada tako i života uopće. To znači da se taj proces primjene i korištenja ne događa (odvija) samo u svrhu dobra, već naprotiv. Znanost se u povijesti dala i dobru i zlu. Stoga danas naš 'divni' svijet (globalno društvo i društva pojedinačno) imaju sreću što imaju internet, odnosno računalo pa i internet, ali i ozbiljnu nevolju, jer internet je alat i medij, odnosno sredstvo zloupotrebe.

Cyberterorizam i kriminal ozbiljno prijete čovječanstvu da ugroze njegov mir i pored toga što ga inače karakteriziraju nemiri, konflikti manjih i većih razmjera, siromaštvo, bolesti i posljedice upotrebe nauke u funkciji i kapitala i rata. Upravo stoga Parlamentarna skupština naglašava potrebu da se polazeći od Konvencije o uzajamnoj pomoći u kaznenim stvarima između država članica EU razvije međusobna saradnja posebno razvojem međunarodnih pravnih i praktičnih aspekata uključujući principe na kojima počiva građevina Evropska unija i Vijeće Evrope. Među najvažnije spadaju: uzajamna pomoć, definisanje minimalnog nivoa kriminalizacije cyber napada velikih razmjera kao i minimalne kazne za takve napade i dr. S obzirom da su odre-

¹² Rezolucija (2077) Povećanje saradnje protiv cyberterorizma i drugih internet napada velikih razmjera, Parlamentarna skupština VE, 26.6.2015.

đene usluge i infrastruktura od ključnog značaja za nacionalnu sigurnost, javnu sigurnost ili ekonomsku dobrobit države 'Skupština preporučuje da države članice izrade planove za slučaj opasnosti od cyber napada na ključne usluge i u infrastrukturu, instaliraju tehničke mjere sigurnosti za zaštitu ključnih usluga i infrastrukture na prostoru države, sklope bilateralne sporazume u slučaju opasnosti sa susjednim državama, prihvate da su države međunarodno odgovorne da sprečavanje cyber napada od strane osoba pod njihovom jurisdikcijom, progone proizvođače i distribuciju zlonamjernog softvera koji mogu biti u funkciji napada velikih razmjera, te da oni koji pružaju ključne usluge ili infrastrukturu budu u obavezi da prijave cyber napad i dr.'

Zapravo, cjelovitiji osvrt na sadržaj ovog dokumenta ne čini se ovdje nužnim iako bi to značilo sveobuhvatnije i snažnije prezentiranje i mjera i opasnosti koje sa sobom nosi cyber terorizam i slične akcije velikih razmjera. To je zapravo nova pošast modernog doba.

3. Rezolucija (2144) Sprečavanje diskriminacije i mržnje na Internetu (2017)¹³

Tradicionalni mediji - printani i elektronski danas ne posjeduju moć koju su imali tokom 20. stoljeća pa nisu više niti jedini, niti najmoćniji mediji kojima se propagira, zagovara ili projektuje, pored ostalog i mržnja i posebno 'govor mržnje'. Novi mediji, naime, posebno internet predstavljaju u teoriji novu temu, a u praksi nove mogućnosti i izazove, odnosno u stvarnosti prostor za diskriminaciju, razne oblike kriminala i anonimno plasiranje ideja ili projekata u koje se mogu svrstati diskriminacija po bilo kojem osnovu, nepravda, mržnja i za komunikacijsku znanost toliko štetna pojava koja se označava kao 'govor mržnje' a koja ima svoje duboke korijene u povijesti. Budući da je internet, kako se u ovoj rezoluciji ističe, 'izuzetan alat i resurs koji je donio revoluciju u mnogim aspektima našeg života i otvorio nove moćne kanale izražavanja', a s obzirom da je sloboda izražavanja jedan od najvažnijih temelja demokratskog društva te ju je od ključne važnosti očuvati 'internet ne treba postati prostor u kome će cenzura prigušiti različite glasove' ili gdje će pojedinci širiti 'govor mržnje'. Riječ je najčešće o odnosu prema djeci druge ili treće generacije migranata, ljudima druge boje kože (rasi), pripadnicima drugačije seksualne orijentacije, pojedincima koji imaju drugačije mišljenje i dr. Raču-

¹³ Resolution 2144 ending cyberdiscrimination and online hate, Parliamentary assembly, 25.1. 2017.

nalni sistem jeste proizveo neslućene mogućnosti i izazove, ali nakon negativnih iskustava otvorio je i pitanje kako urediti ovu oblast.

Na nivou država tu svoj efikasan doprinos može (i mora) dati nacionalno zakonodavstvo, kaže se u ovom dokumentu, posebno protiv 'nekih oblika mržnje', ali ne uvođenjem cenzure, represije i sl. već stavovima *Evropske konvencije za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda* i poukama iz sudske prakse Evropskog suda za ljudska prava. Dakle, idući ovom linijom odnosa nacionalno zakonodavstvo će 'omogućiti 'procesuiranje' govora mržnje' potpuno poštujući slobodu izražavanja, a posebno slobodu kritiziranja javne vlasti. Dakle, procesuiranje 'online poticanja na nasilje' protiv pojedinaca ili grupe, maltretiranje, uznemiravanje i sl. treba biti procesuirano prema nacionalnom zakonodavstvu. Međutim, poseban akcent i rekli bismo značaj ove rezolucije jeste ukazivanje na potrebu edukacije kako bi se poticala svijest, posebno kod djece i mladih generacija o negativnom učinku govora mržnje, diskriminaciji i dr. i potrebi njihova odbacivanja. U tom smislu valja intonirati nastavne planove i programe, usmjeravati ka tome i civilni sektor i dr. za tzv. odgovorno korištenje interneta što podrazumijeva i izgradnju saveza i oblika saradnje svih onih koji su za dijalog i protiv 'govora mržnje' na Internetu. Edukacija i poticanje svijesti za jednakost u budućnosti trebaju imati najvažniju funkciju, a tek onda zakonodavstvo koje treba rješavati ekstremne slučajeve. Ovakav stav dat u rezoluciji treba u budućnosti i za budućnost da spriječi svaku zloupotrebu zakona u svrhu diskriminacije ili osporavanja slobode izražavanja.

4. Mediji

Aktivnosti Vijeća Evrope odnose se na vrlo širok krug različitih pitanja među kojima se nalaze i pitanja vezana uz medije. Nivo aktivnosti Vijeća Evrope u vezi s medijima je značajno povećan nakon 1987. godine kada su 'mediji i komunikacija postali posebno područje aktivnosti'. Rad Sektora za medije Vijeća Evrope je prvenstveno usmjeren 'jačanju slobode izražavanja i informiranja, te slobodnom protoku informacija i ideja preko granica'. U tom smislu moguće je izdvojiti nekoliko pitanja kojima Vijeće Evrope poklanja naročitu pažnju: prekogranična televizija, pravo pristupa informacijama, javno emitiranje, novinarske slobode i dr.

Valja primijetiti da je Vijeće Evrope postupno diferenciralo svoju ulogu u afirmaciji mas - medija i njihove uređenosti, kako na razini evropske asocijacije tako i na nacionalnom planu. Nakon 1993. godine i CDMM i Komitet ministara posebnu pažnju poklonili su razvoju pravila funkcioniranja prekogra-

nične televizije, te uređenju prava i obaveza zemalja članica na tom planu shodno Evropskoj konvenciji o međugraničnom prenosu televizijskih programa (1993) (te i Direktivi Evropske unije o televiziji bez granica).

Svoju politiku i strategiju razvoja i uređivanja oblasti medija Vijeće Evrope kreira i putem konferencija na nivou ministara (ministarske konferencije, Konferencije komiteta ministara). Od 1986. godine, kada je održana prva ministarska konferencija¹⁴, do danas održano je devet ministarskih konferencija na kojima je usvojeno više od 200 različitih dokumenata, uglavnom deklaracija, te preporuka i prijedloga.¹⁵ Po značaju, njegove su deklaracije odmah iza dokumenata koje donosi Parlamentarna skupština, iako se u praksi tretiraju dijelom ukupne politike Vijeća Evrope kao asocijacije evropskih zemalja. Budući da je veoma veliki broj dokumenata koje je Komitet ministara usvojio i po kojima se ravnala medijska politika i nacionalno zakonodavstvo članica Vijeća Evrope, teško bi ih bilo sve analizirati. Međutim, uočljiv je kontinuitet angažmana Vijeća Evrope na planu ostvarivanja duha i slova Evropske konvencije, posebno njenog segmenta kojim su uređene sloboda izražavanja i informiranja.

Važno obilježje svih ovih dokumenata jeste pojačavanje zahtjeva za zaštitu slobode medija i novinara, kao i potenciranje modernizacije rada i harmonizacije nacionalnih normi, te njihovo univerzalno važenje među članicama.

Pa ipak u svrhu elaboracije najaktualnijih pitanja kojima se bavio Komitet ministara, a to znači najaktualnijih pitanja iz oblasti medijske politike, posebno ćemo se osvrnuti na konferenciju održanu u Kijevu¹⁶ (dokumente koji su na toj konferenciji usvojeni i predloženi članicama na dalji postupak). U stvari, ova je konferencija posvećena masovnim medijima s posebnim osvrtom na 'ulogu novinara u vrijeme kriza¹⁷ - oružanim sukobima, poslije terorističkih napada ili

¹⁴ Ova konferencija bila je posvećena uspostavi koherentne politike u oblasti medija.

¹⁵ Komitet ministara svoje dokumente dostavlja vladama zemalja članica kao svoje prijedloge na dalje usvajanje i implementaciju.

¹⁶ Konferencija u Kijevu održana je o temi 'Nove granice evropskih medija i komunikaciona politika', marta 2005. godine, pozdravni govor Mod de Ber - Bikišio, zamjenice generalnog sekretara Vijeća Evrope, www.coe.int.

¹⁷ 'Ne smijemo nikako zaboraviti našu dužnost da osiguramo da se sloboda izražavanja i informiranja i dalje potpuno poštuje. Moramo odoljeti pritisku različitih sila koje teže da podriju vrijednosti na kojima su zasnovana naša demokratska društva, da obuzdaju naše slobode radi, naprimjer, veće sigurnosti. Mi moramo zadati protivudarc svakom napadu na slobodu medija.'

prirodnih katastrofa'. Nadalje, na konferenciji su raspravljana i pitanja o tome kako 'zaštititi pluralizam medija i kulturnu različitost'¹⁸ u vrijeme globalizacije', odnosno kako štititi ljudska prava u suvremenom, informatičkom društvu.

Na ovoj konferenciji donesena je Politička deklaracija u čijem sastavu su tri rezolucije:

- a) Rezolucija br. 1,
- b) Rezolucija br. 2,
- c) Rezolucija br. 3, te
- a) Plan aktivnosti.

Centralna poruka ove Političke deklaracije gotovo je identična sadržaju navedenog pozdravnog govora Mod de Ber - Bikišio, s tim što je naglašena odlučnost u zaštiti 'fundamentalnih evropskih vrijednosti, posebno ljudskih prava, demokracije, slobode izražavanja i informiranja', te važnost uloge u oblasti medija koju vrši Vijeće Evrope kao jedina pan - evropska organizacija, kao i nezavisnost i sloboda medija bez utjecaja i miješanja u njihov rad političkih moćnika (preambula).

Rezolucija broj 1 odnosi se na slobodu izražavanja i informiranja u kriznim vremenima. Zapravo, radi se o reguliranju slobode novinara i garanciji njihove sigurnosti u kriznim žarištima, o sprečavanju miješanja u njihov rad, a ukoliko se to dogodi, mora biti izuzetak.

(...) Mediji mogu zaista igrati važnu ulogu u rješavanju kriznih situacija. Politički moćnici sve više koriste medije kao dio pregovora s teroristima, a u nekim slučajevima izvještavanje medija je pomoglo da se ispolji međunarodna solidarnost bez presedana, doprinoseći pozitivnom ishodu terorističkih drama. Sljedeće nedjelje o ovom pitanju će se razgovarati na sastanku o terorizmu i medijima, koji organizuje Parlamentarna skupština Vijeća Evrope u Parizu, koji će također razmatrati pitanja kao što su medijske strategije koje koriste teroristi i uređivački izbori i odgovornost medija' (Pozdravni govor Mod de Ber-Bikišio, zamjenice generalnog sekretara Vijeća Evrope, www.coe.int).

¹⁸ 'Uticaj globalizacije na medije je još jedan izazov za razmatranje. Kako održati različite lokalne medije u prisustvu rastuće konkurencije globalnih medijskih kompanija? Mali lokalni mediji, mnogi kao mala poduzeća i porodični poslovi, doprinose bogatoj kulturnoj različitosti koja čini naš kontinent tako jedinstvenim, a što trebamo sačuvati. (...) Najzad, posvetit ćete pažnju regulaciji medija u informatičkom društvu. Sa stanovišta Vijeća Evrope, nezavisni radiodifuzni javni servis ima specijalnu misiju u osiguranju pristupa informacijama i kulturi za sve građane, a princip javnog servisa treba održavati i razvijati u digitalnom okruženju preko niza digitalnih usluga javnog informiranja' (Pozdravni govor Mod de Ber-Bikišio, zamjenice generalnog sekretara Vijeća Evrope, www.coe.int).

Ovom rezolucijom dalje se naglašava da 'novinari trebaju biti u stanju da, bez prepreka i bez prijetnji njihovoj sigurnosti, slobodno i nezavisno izvještavaju o kriznim situacijama, bez ikakve mogućnosti da to pravo bude ograničeno van onih granica koje su utvrđene odgovarajućim međunarodnim instrumentima' (stav 9).

Ova rezolucija donesena je u vrijeme kraja ratne krize u Bosni i Hercegovini. Teško je reći da je inspirirana upravo tom krizom, ali treba napomenuti da je to vrijeme u kojem se može naći mnoštvo primjera pritiska na novinare, utjecaja na rad medija, primjera gaženja vrijednosti i standarda evropske demokratije, ali i svojevrсна šutnja Evrope o žrtvama rata i uopće ratnim strahotama. Na kraju krajeva, to je vrijeme u kojem se moglo vidjeti kakav se plan sprema za Srebrenicu i čuti glas novinara koji su kasnije stradali, a odašiljali su u Evropu i svijet vapaje kao istinite informacije o patnjama i stradanjima ljudi.

Rezolucijom broj 2 dalje se potiče poštivanje i razvoj kulturne različitosti i medijskog pluralizma i posebno apostrofira 'kulturna različitost i medijski pluralizam u vrijeme globalizacije'. Medijski pluralizam i uređivačka nezavisnost dalje se naglašavaju kao pitanje ostvarivanja slobode izražavanja.

Rezolucijom broj 3 obuhvaćena su pitanja koja se tiču ljudskih prava i regulacije medija i 'novih komunikacionih servisa u informatičkom društvu'. Riječ je, dakle, o rezoluciji kojom se insistira da se zaštite autorska prava i spriječe zloupotrebe, te osigura zabrana širenja sadržaja zabranjenih Konvencijom o kriminalu.¹⁹

Uz istaknute momente rezolucije iz Kijeva treba spomenuti i najvažnije akcente iz 'plana aktivnosti'. Naime, učesnici ove konferencije inaugurirali su forme praćenja primjene stavova iz rezolucije i dali pojašnjenje određenih stavova. Riječ je o angažmanu eksperata i profesionalaca u ovom području čiji nalazi trebaju odgovoriti na pitanje o poštivanju i provođenju naloga iz rezolucije. U tom smislu veoma je karakteristično opredjeljenje za osnivanje 'pan-evropskog foruma za razmjenu informacija' i provođenje rezolucija u Evropi, te praćenje medija u tranzicijskim zemljama kako bi se osigurao medijski plu-

¹⁹ 'Ministri država učesnica Sedme evropske ministarske konferencije o politici masovnih medija' (...). 'Obavezuju se da će povećati svoje napore u borbi protiv upotrebe novih komunikacionih servisa za širenje sadržaja zabranjenih Konvencijom o kriminalu u elektronskim medijima i njenom dodatnom protokolu koji se odnosi na kriminalizaciju postupaka rasizma i ksenofobične prirode koji se vrše preko kompjuterskih sistema' (stav 18), ('Politička deklaracija', Kijev, 2005, www.coe.int).

ralizam. U tom smislu se kaže: 'Nastaviti s praćenjem razvoja medijskih koncentracija u Evropi, posebno na nivou tranzicije, kao političkog prioriteta ove organizacije, uz razmatranje da se, gdje odgovara, sugerira neka zakonska ili druga inicijativa koju ona može smatrati potrebnom da bi se sačuvao medijski pluralizam' (stav 9). Uz to primjetna je i činjenica brige o pravima manjina²⁰ uz naglašavanje njihove slobode izražavanja i informiranja kao sastavnog dijela pluralizma kultura i zaštite bogatstva različitosti.

Na kraju, čini se nužnim podvući važnost dokumenata iz Kijeva, ne samo stoga što su ti dokumenti još jednom potvrdili privrženost Vijeća Evrope Konvenciji o ljudskim pravima već i stoga što je ova konferencija obavezala članice Vijeća Evrope da u svojoj praksi i zakonodavstvu osiguraju primjenu vrijednosti evropske demokratije i inaugurirala oblike praćenja i kontrole datih prijedloga i obaveza u vezi s promjenama u radu medija u tranzicijskim zemljama. Nalazi iz te deklaracije obavezali su i vlasti u Bosni i Hercegovini pa se može reći da su oni danas nedovoljno uvaženi, iako je Bosna i Hercegovina članica Vijeća Evrope.

U Beogradu je od 7. do 8. decembra 2013. godine donesena Politička deklaracija o slobodi izražavanja i demokratiji u digitalnom dobu - mogućnosti, prava i odgovornosti.

Pored ove deklaracije donesene su i tri rezolucije.

- a) Internet,
- b) Uloga medija u digitalno doba i
- c) Sigurnost novinara.²¹

Pitanja koja su se našla u središtu pažnje ove deklaracije i rezolucija a koja se inače vrlo užurbano raspravljaju u teoriji, a u praksi pokušavaju urediti od strane međunarodnih institucija I organizacija nisu nova, ali su reativno

²⁰ 'Promovira usvajanje mjera od strane država članica radi obezbjeđenja, na pan-evropskom nivou, jedinstvenog nivoa zaštite manjina od štetnog sadržaja u tradicionalnim i novim elektronskim medijima, uz obezbjeđenje slobode izražavanja i slobodnog protoka informacija' (stav 23), ('Politička deklaracija', Kijev, 2005, www.coe.int).

²¹ Vidjeti: POLITICAL DECLARATION and RESOLUTIONS 1 Political Declaration Freedom of Expression and Democracy in the Digital Age Opportunities, rights, responsibilities The Ministers of States participating in the Council of Europe Conference of Ministers responsible for media and information society, held in Belgrade, Serbia, on 7 and 8 November 2013, www.coe.int

novi mediji koji daju posebne mogućnosti kada su u pitanju i sloboda i zloupotreba slobode izražavanja.

U deklaraciji je istaknuto mnoštvo aktualnih pitanja vezanih za slobodu izražavanja, slobodu medija, demokraciju, medijske politike, internet, govor mržnje i dr. Iz ovih po broju aktualiziranih pitanja koja su kao tekovina proistekla iz sveobuhvatnog spektra normi o zaštiti ljudskih prava i sloboda, posebno *Evropske konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda* izdvojili smo i prezentirali ona za koja se čini da su od posebne važnosti:

1. Sloboda izražavanja i sloboda medija koje se još uvijek ugrožavaju u različitim dijelovima Evrope deklaracija nalaže 'daljne promicanje slobode izražavanja i slobode medija u Evropi' zbog čega se traži dodatni argument i napor država članica.
2. Produktivna – djelotvorna - učinkovita samoregulacija umjesto regulacije i državne kontrole.
3. Sloboda pristupa internetu i sloboda pristupa informacijama 'bez nepotrebnog ograničavanja' što je vezano za pravo po članu 10 *Evropske konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda*.
4. 'Sve rašireniji 'govor mržnje' i netolerantni diskurs poziva na zajedničko djelovanje na nacionalnoj i internacionalnoj razini'. (Ovdje se zapravo zahtijeva medijski profesionalizam i poticanje etičkog novinarstva.)
5. Zaštita ljudi od rizika na internetu 'posebno borbom protiv računalnog kriminala, seksualnog zlostavljanja i iskorištavanja djece, rodne diskriminacije, poticanja na nasilje, mržnju i svaki oblik govora mržnje'.
6. 'Sloboda izražavanja se ne može podržati bez postojanja pluralističkih, nezavisnih medija i bez ostvarivanja novinarskih sloboda kao instrumenta za formiranje mišljenja, ideja i donošenja odluka. Novinari služe društvu i demokratiji; imaju ulogu pružanja informacija od javnog interesa te im je stoga potrebna zaštita. Pored toga, sloboda izražavanja je ključna za ostvarivanje drugih ljudskih prava'.
7. Na konferenciji u Beogradu posebno je istaknuta potreba unapređenja slobode rada novinara i medija zbog čega je naglašeno da Komitet ministara kao i druge institucije Vijeća Evrope uključujući i Komesara za ljudska prava i posebno Parlamentarnu skupštinu rade u 'svrhu izrade smjernica za zaštitu novinara, sigurnosti novinara i sl.'

No, od ovih 7 izdvojenih i vrlo jasno datih sloboda ovdje bi valjalo posebno potcrtati prve četiri navedene: slobodu izražavanja i slobodu medija, slobodu pristupa informacijama i slobodu pristupa internetu i sprečavanje 'govora mržnje'. Ovo izdvajanje određenih pitanja nije rezultat redukcionističkog odnosa, već snage poruke koja se sagledava pri proučavanju ove deklaracije koja ima za cilj da pokrene na najsnažniji način zaštitu ljudskih prava i sloboda iz *Evropske konvencije o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda*, ali i predstavlja pokušaj afirmacije prava i sloboda kao pojedinca i građanina, a ne kao člana nacije, etničke grupe ili protagoniste ideologije što nije rijetkost i nepoznanica na prostoru bivše Jugoslavije.

Iz ovog selektivnog i nepotpunog registra tema koje su potaknute na konferenciji i rezolucija u kojima se o tome šire izvještava kako bi se obavezale državne institucije da osiguraju njihovo provođenje i tako unaprijede slobodu rada novinara, slobodu izražavanja, osiguraju efikasno sprečavanje kriminala raznih oblika, osiguraju poštivanje ljudskih prava, slobodu korištenja interneta i demokratsku političku kulturu i demokraciju kao takvu ipak se iščitava koje su to najaktualnije teme koje se tiču medija danas u Evropi i svijetu. Iako se rezolucijama naširoko obrazlažu otvorena pitanja kao što je govor mržnje ili ugroženost slobode novinara, pa i života samih novinara, iz materijala ove konferencije je vidljivo da se pitanja uklanjanja represije, ograničenja, zabrane posebno u Bosni i Hercegovini odvijaju sporo uz protivljenje nekih od svjetskih sila, ovisno o tome čiji se interes dovodi u pitanje. Može se reći da je zapravo to najvažniji problem sporog napretka Bosne i Hercegovine ka razvijenoj demokraciji i prihvatanja u članstvo Evropske unije.

5. Zaključak

Uporedo sa strategijama za izgradnju medijskih politika, te strategija za demokratski razvoj u nerazvijenim regijama ili zemljama u razvoju, najrazvijenije zemlje unapređuju svoje standarde preuzimajući obavezu širenja i uvažavanja tih standarda kako na razini nacionalnog zakonodavstva tako i na razini samoregulacije.

Ljudska prava i slobode njima zajamčene nisu sasvim i podjednako uvažene niti u razvijenom niti u nerazvijenom svijetu. Međutim, stvorene su institucije i organizacije međunarodnog karaktera i utjecaja koje permanentno prate stanje njihove primjene i poštivanja i nalažu ili sugeriraju promjene u sferi regulacije, a u cilju njihove primjene i garancije.

Literatura

Alaburić, Vesna (2002), *Sloboda izražavanja u praksi Europskog suda za ljudska prava*, Zagreb.

Peruško - Čulek, Zrinjka (1998), *Demokracija i mediji*, Zagreb.

Wilkinson, Paul (2002), *Terorizam protiv demokracije, Odgovor liberalne države*, Zagreb.

www.coe.int

Deklaracija Komiteta ministara o zaštiti dostojanstva, sigurnosti i privatnosti djece na internetu (2008)

Deklaracija o medijskoj distribuciji informacija u vezi sa krivičnim postupcima (2003)

Deklaracija o slobodi izražavanja i informiranja u medijima u kontekstu borbe protiv terorizma (2005)

Deklaracija o slobodi izražavanja i informisanja , Vijeće Evrope, (1982)

Deklaracija o slobodi komuniciranja putem interneta (2003)

Deklaracija o slobodi političke debate u medijima (2004)

Evropska konvencija o televiziji bez granica (1989)

Evropska konvencija o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda (1950)

Political declaration and resolutions (1st Council of Europe Conference of Ministers responsible for Media and New Communication Services, A new notion of media?, 28 and 29 may 2009, Reykjavik, Iceland)

POLITICAL DECLARATION and RESOLUTIONS 1 Political Declaration Freedom of Expression and Democracy in the Digital Age Opportunities, rights, responsibilities The Ministers of States participating in the Council of Europe Conference of Ministers responsible for media and information society, held in Belgrade, Serbia, on 7 and 8 November 2013.

Preporuka Komiteta ministara državama članicama o medijskom pluralizmu i različitosti medijskog sadržaja (2007)

Preporuka Vijeća Evrope o slobodi medija (1897), 2010.

Resolution 2144 Ending cyberdiscrimination and online hate, VE, 2017.

Rezolucija Povećanje saradnje protiv cyberterorizma i drugih internet napada velikih razmjera, 2015.

DRUŠTVENA ODGOVORNOST KOMPANIJA I NJENA MEDIJSKA PROMOCIJA

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS MEDIA PROMOTION

dr VESELIN LUBURIĆ,
Institut za društveno odgovorno poslovanje Crne Gore

mr ANDREJA MIHAILOVIĆ,
Institut za društveno odgovorno poslovanje Crne Gore

dipl. ecc NELI RAŠOVIĆ,
Institut za društveno odgovorno poslovanje Crne Gore

Apstrakt: U ovom radu je definisan i obrađen koncept društvene odgovornosti kompanija, koji postaje imperativ savremenog poslovanja i sastavni dio biznis strategija subjekata koji teže održivom rastu i razvoju. Jedan od ključnih aktera u procesima društveno odgovornog poslovanja su i mediji, te je aspekt njihovog djelovanja u tom segmentu detaljnije sagledavan. Uzevši u obzir da je DOP relativno nov pojam u poslovnim praksama kompanija koje svoju djelatnost obavljaju na teritoriji Crne Gore, sproveli smo istraživanje čiji rezultati prikazuju stepen sprovođenja društvene odgovornosti u Crnoj Gori, te omogućavaju identifikovanje prostora u kojem treba uložiti dodatne napore za unaprijeđenje poslovnog i društvenog ambijenta.

Ključne riječi: Društvena odgovornost kompanija, mediji, društveno odgovorno poslovanje, Crna Gora, biznis strategije, poslovni ambijent

Abstract: This paper defines and treats the concept of Corporate Social Responsibility, which has become an imperative of modern business and an integral part of the business strategy of subjects that aspire to sustainable growth and development. One of the key actors in the processes of Corporate Social Responsibility are the media, and the

aspect of their activity in this segment has been examined in a detailed manner. Considering that CSR is a relatively new concept in the business practices of companies that carry out their activities in the territory of Montenegro, we conducted a survey and the results show the level of implementation of social responsibility in Montenegro and enable the identification of the area where further efforts should be made in order to improve the business and social environment.

Key words: *Social Responsibility of Companies, Media, Corporate Social Responsibility, Montenegro, Business Strategy, Business Environment*

1. Uvod

Tiha revolucija poimanja korporativne odgovornosti došla je kroz polarizovanu teorijsku debatu o identifikaciji subjekata prema kojima su kompanije odgovorne. Prema prvoj, klasičnoj teoriji (*stockholder theory*), smatra se da u biznisu nema mjesta ni za kakve druge ciljeve ili obaveze osim profita, te da se socijalna odgovornost kompanija svodi na maksimizaciju profita što za sobom povlači veliku sposobnost ekonomskog manevrisanja i oštrij fokus na kvalitet proizvoda uz najniže moguće cijene. Glavni zagovornik ove teorije, američki nobelovac, otac monetarne politike i ikona neoliberalizma, *Milton Friedman* energično se zalagao za poslovnu izlovanost od društva, dosljedno se držeći stava da “postoji jedna i samo jedna društvena odgovornost biznisa – da koristi resurse i da se angažuje u aktivnostima dizajniranim da povećavaju njegov profit”.¹ Protagonisti ovog pristupa smatraju da su društveni i ekonomski ciljevi nepomirljivo suprotstavljeni, tako da ulaganje u društvene ciljeve smanjuje ekonomsku efikasnost kompanija. To ne znači da se oni zalažu za društvenu neodgovornost kompanija, već smatraju da je maksimum profita i pozitivan bilans stanja ujedno i maksimum njihovog društveno odgovornog poslovanja.

Njoj suprotstavljena, *stakeholder theory* (teorija multiinteresnih grupa) polazi od pretpostavki: da je uloga korporacija od vitalnog značaja za sve aspekte tekućeg i budućeg života; da se opseg njihovih direktnih društvenih obaveza ne može ograničiti samo na maksimizaciju profita; da sistem norma-

¹ Milton Friedman, “Capitalism and Freedom”, Chicago 1962; “The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits,” *New York Times Magazine*, 1970.; J. Desjardins: *An Introduction to Business Ethics*, Third Edition, New York 2009, 51-5.

tivnih ograničenja za ovu maksimizaciju nije i ne može biti dovoljan; i da kompanije imaju direktnu odgovornost prema društvu, iz koje proizilaze razne obaveze koje sa sticanjem profita nemaju nikakve veze.² Kao rodonačelnik ove teorije ističe se *Christopher Stone*, koji je u svom radu "Društvena kontrola ponašanja kompanija" iznio sljedeće stavove:

- Menadžeri nisu brokeri, stoga se njihova odgovornost ne može ograničiti samo na akcionare, kao u odnosu principal - agent;
- Tržište nije dovoljan regulator i korektiv društveno odgovornog ponašanja kompanija;
- Zakonske norme nisu garancija da kompanije neće povrijediti opšte društvene interese.

Na taj način *stakeholder theory* zauzima stanovište da društvenu odgovornost kompanija treba shvatiti kao odgovornost prema svim pojedincima i grupama čiji su interesi na bilo koji način pogođeni aktivnostima kompanije. Upravo ta svijest o multiinteresnoj poziciji kompanije i potreba za identifikacijom različitih nosioca tih interesa doveo je do širenja dimenzija društvene odgovornosti kroz odgovor na pitanje – kome su i za šta kompanije odgovorne?

Na tragu tog odgovora, *Edward Freeman* i *William Evan* postavili su temelj novog modela društvene odgovornosti kompanija, tzv. *stakeholder modela*. Oni nalaze ekonomske i zakonske argumente da su menadžeri odgovorni i drugim stejkholderima (npr. zaposlenima, povjericima, lokalnoj zajednici, itd.), a ne samo akcionarima. Stejkholdere definišu kao "one grupe koje su od vitalnog značaja za preživljavanje i uspjeh korporacije" ili "grupe i pojedince koji mogu uticati ili biti zavisni od korporacije". Freeman smatra da vlasnici, ali i potrošači, povjerioci, dobavljači, zaposleni i lokalna zajednica imaju određeni "ulog" u kompaniji, koji im stavlja na teret i izvjesni rizik. Iz tog razloga, kompanije su na izvjestan način odgovorne prema svakoj od navedenih grupa stejkholdera i shodno tome, u obavezi da prilikom definisanja ciljeva poslovanja, uzmu u obzir i njihove interese. Istovremeno, svaka od interesnih grupa može pozitivno ili negativno uticati na kompanije, te u određenim trenucima biti od vitalnog značaja za njihov uspjeh i opstanak na tržištu.³

² J. Babić, "Društvena odgovornost korporacija", *Sociološki pregled*, br. 4, 2007, 446.

³ E. Freeman, "A Stakeholder Theory of the Modern Corporation", *Ethical Theory and Business*, ed. Tom Beauchamp and Norman Bowie, 2004, 64.

2. Dimenzije društvene odgovornosti kompanija

Archie Caroll, jedan od najuticajnijih teoretičara iz oblasti društvene odgovornosti koji je na osnovu svojih opservacija zaključio da korporativna društvena odgovornost podrazumijeva vođenje ekonomski isplativog poslovanja, u zakonskim okvirima, uz etičku i društvenu podršku. Dakle, da bi se govorilo o društvenoj odgovornosti, pretpostavka je da su profitabilnost i pokornost zakonu uslovi svih uslova, a nakon toga važno je i do koje mjere kompanija podržava društvo u kojem postoji i doprinosi novcem, vremenom i talentom.⁴ Svoju viziju dimenzija društveno odgovornog poslovanja u korporativnoj društvenoj performansi, Kerol je predstavio kroz model Piramide odgovornosti⁵ (grafikon 1).



Ekonomska odgovornost, izražena u tendenciji kompanija da posluju sa profitom, je fundament na kojem se temelje sve ostale dimenzije društvene odgovornosti. Ovaj vid odgovornosti podrazumijeva da kompanije treba da budu profitabilne i da: maksimiziraju prihode od prodaje, minimiziraju troškove poslovanja, donose mudre strateške odluke i budu obazrive u politici raspodjele dividende.⁶ Tu se zapaža izvjesna analogija sa principom “nevidljive ruke” Adama Smitha prema kojem kompanije, kao najkompleksnije forme udruživanja kapitala, djelovanjem u sopstvenom interesu posredno ostvaraju i opšti društveni interes, koji se ogleda kroz produktivnu upotrebu društvenih resursa, povećanje zaposlenosti i nacionalnog dohodka. Finansijska vitalnost je *conditio sine qua non* društvene odgovornosti, te je ova dimenzija nesumnjivo suštinska, ali ne i samodovoljna, zbog čega se nadgradnja putem ostalih dimenzija ukazuje nužnom.

⁴ W. Visser, *Revisiting Carroll's CSR pyramid*, Copenhagen 2005, 32.

⁵ A. Carroll, *Business&Society*, Ohio 1996, 39.

⁶ N. Figar, „Društveno odgovorno poslovanje i kriza“, *Poslovna politika*, vol. 39, 2010, 31.

Zakonska odgovornost predstavlja izloženost kompanije zakonom propisanim sankcijama države u kojoj posluje. Stepenn pravne zaštite varira od države do države, ali uglavnom se kreće u okvirima radnopravnih i statusnih pitanja ustanovljavajući samo donji prag obaveza kompanije, kao preduslov i putokaz za njihovo potencijalno dalje širenje u pravcu razrade moralnih načela. To je sasvim logičan pristup, budući da dinamika privrednog života ne trpi pretjerano rigidnu državnu intervenciju i čvrste zakonske okove, preferirajući dispozitivnu regulativu.

Etička odgovornost se vezuje za poslovnu etiku i odgovara na pitanje kako se suočiti sa izazovom i uraditi ispravnu stvar, ako će to koštati više nego što se želi platiti. Ona nije pretočena u pozitivno pravo, ali kao što Seneka kaže "neka pravila nisu zapisana, ali su sigurnija od svih napisanih", njen regulatorni značaj je nemjerljiv. Između etičke i društvene odgovornosti kompanija, se često postavlja znak jednakosti iako je ona, kao moralna komponenta poslovanja, tek jedna od njenih dimenzija. Etička organizaciona kultura koincidira sa ekonomskom svrhom kompanije, a ogleda se kroz: ustanovljavanje etičkih standarda, sistemsku implementaciju i kontinuiranu reviziju (zasnovanu na inputima zaposlenih i ostalih stejkholdera) kodeksa ponašanja, upotrebi stimulativnog sistema nagrađivanja koji favorizuje etičko ponašanje, odgovoran odnos prema potrošačima, kao i razvoj mreže znanja i tehnoloških dostignuća.

Filantropska (diskreciona) odgovornost znači da se kompanija rukovodi potrebama društva i raznih interesnih grupa, nastupajući u dualitetu uloga - donatora i dobrotvora. Od kompanija se očekuje aktivno učešće u pomaganju kulture, obrazovanja i ugroženih slojeva društva, a angažman menadžera i zaposlenih u filantropskim akcijama različite vrste privlači pažnju svake komune. Samo su filantropske aktivnosti koje, kreirajući pravu vrijednost za korisnike istovremeno unapređuju poslovanje preduzeća, održive na duži rok. Inicijative koje ne ispunjavaju ova dva cilja su u ozbiljnoj opasnosti u ekonomski kriznim vremenima. Da bi bile dugoročno efektivne, inicijative u filantropiji treba da budu tretirane po istim profesionalnim standardima i ambicijama u kreiranju vrijednosti kao i ostali poslovi u preduzeću.⁷

Evidentne su razlike u valorizaciji ovih dimenzija sa aspekata poslovnog i društvenog značaja. Poslovno najznačajnijom smatra se ekonomska odgovornost, jer je primaran interes kompanije rentabilno poslovanje (sa zna-

⁷ M. Milisavljević, Društvena odgovornost preduzeća, *Marketing*, vol. 43, 2012, 177.

čajnim prinosom na investicije, velikom stopom dobiti, visokim tržišnim učešćem i povoljnom strategijskom pozicijom). Sa druge strane, država je prvenstveno zainteresovana za filantropsku odgovornost, budući da se filantropskim aktivnostima kompanija vrši svojevrсна delegacija njene obaveze finansiranja javnih rashoda, koju bi u suprotnom morala sama da podmiri (npr. ulaganja kompanija u komunalnu infrastrukturu u značajnoj mjeri rasterećuju budžet lokalne samouprave). Važno je naglasiti da navedene dimenzije odgovornosti ne obavezuju samo kompanije, već je svaki stejkholder u obavezi da doprinosi njihovom razvoju, jer bi u suprotnom implementacija koncepta društvene odgovornosti ostala na nivou puke proklamacije.

Iz svega iznijetog proizilazi da je društvena odgovornost kompanija jedan kompleksan pojam sačinjen od sinergije: ekonomske (*"biti profitabilan"*), pravne (*"biti pokoran zakonu"*), etičke (*"biti moralan"*) i filantropske (*"biti dobar korporativni građanin"*) odgovornosti u obrnutoj proporciji ekonomskog i društvenog značaja.

3. Obilježja društvene odgovornosti kompanija

Na taj način ističu se šest obilježja društvene odgovornosti kompanija⁸:

- 1) **Dobrovoljnost** – iako su pojedine aktivnosti korporativne društvene odgovornosti predviđene zakonom, karakteristika dobrovoljnosti ostaje kao dominantna. Upečatljiv primjer je i definicija Evropske komisije koja društvenu odgovornost određuje kao "koncept kojim kompanija integriše društvene i ekološke problem u svoje poslovanje i njihove interakcije sa svojim akterima na dobrovoljnoj osnovi".
- 2) **Upravljanje eksternalijama** – podrazumijeva dužnost kompanija da pri donošenju svojih poslovnih odluka razmotre i pozitivne i negativne efekte ekonomskog ponašanja drugih prema kompaniji. Kao klasičan primjer eksternalije se navodi zagađenje, budući da kompanija određenim propisom može biti primorana da internalizuje njegovu cijenu (npr. kazna zbog zagađenja), ali i da društveno odgovornom poslovnim politikom dobrovoljnim putem doprinese rješavanju tog problema (npr. investiranjem u čiste tehnologije koje sprječavaju zagađenje).
- 3) **Višestruka orijentacija interesnih strana** – nalaže da poslovna politika kompanije treba biti koordinisana interesima svih stejkholdera. U vezi

⁸ A. Crane, D. Matten, L. Spence, *Corporate Social Responsibility: Reading and Cases in a Global Context*, London 2008, 58.

sa tim, cjelishodno je odrediti pravičnu proporciju u tretmanu stejkholdera kako bi se njihovi, često rivalski, interesi u što većoj mjeri nivelisali.

- 4) **Usklađivanje socijalnih i ekonomskih odgovornosti** – upućuje da kompanije svoj društveno odgovorni potencijal mogu da iskoriste i u svoje ekonomske svrhe, te da ostvaruju profit kao rezultat simbioze produktivnosti i društvene odgovornosti.⁹
- 5) **Prakse i vrijednosti** – očigledno je da korporativna društvena odgovornost podrazumijeva određeni skup poslovnih praksi i strategija koje se bave socijalnim pitanjima, zbog čega mnogi autori smatraju da je društveno odgovorno poslovanje filozofija, tj. skup vrijednosti koje podupiru te prakse. Iako zadatak kompanije nije da iznalazi i definiše etički ispravno postupanje, za očekivati je da opšteprihvaćene etičke postulate uvaži kao ekonomski relevantne i kao takve, implementira u svoje poslovne kodekse.
- 6) **Filantropija** – je najčešći pojavni oblik društveno odgovornog poslovanja, a definiše sa kao podrška neprofitnim organizacijama i javnim institucijama, ali i kao strateški odgovor na potrebe jednog društva.¹⁰ Korporativna filantropija obuhvata široki dijapazon aktivnosti: bespovratnu novčanu pomoć i materijalne donacije (roba, prostor, oprema itd.), kao i usluge uaturi: poput prenošenja stručnih znanja, pružanja usluga i volonterskog rada zaposlenih.

4. Medijska promocija i generalna uloga medija u procesima društveno odgovornog poslovanja

Mediji, bilo štampani ili elektronski imaju ogromnu, da ne kažemo nezaobilaznu ulogu u procesima društveno odgovornog poslovanja, i to sa više aspekata. Generalno, godinama i decenijama unazad naša medijska scena je kontaminirana raznim oblicima tabloidizacije, senzacionalističkom pristupu

⁹ I. Totić, 108.

¹⁰ Imajući u vidu navedeno, važno je razgraničenje između pojmova *korporativna filantropija* i *društveno odgovorno poslovanje*. Naime, preduzeće koje sprovodi aktivnosti iz domena korporativne filantropije ne mora istovremeno biti i društveno odgovorno preduzeće, budući da se društvena odgovornost ostvaruje i ocjenjuje ne samo u odnosu na lokalnu zajednicu, već i kroz odnose prema akcionarima, zaposlenima, životnoj sredini, dobavljačima, potrošačima i poslovnim partnerima. *Razvoj društveno odgovornog poslovanja u Crnoj Gori i regionu – primjeri iz prakse*, CRNVO, Podgorica 2010.

raznim društvenim pojavama, gdje se primarno u fokus stavljaju političke ili socijalne teme, koje opet u svojoj suštinskoj ravni imaju ili političku pozadinu ili su na bilo koji način politički obojeni.

Jedan od ključnih aspekata društvene odgovornosti medija prema zajednici generalno ogleda se u njihovom pristupu prema ekološkim temama i procesima. Već smo o tome pisali u jednom od predhodnih brojeva ovog časopisa, apostrofirajući značaj ekologije i ulogu medija u procesima ekološke edukacije i obrazovanja. Tada smo konstatovali da je to nezaobilazna civilizacijska tekovina i da mediji u svim segmentima (koji se tiču odnosa prema životnoj sredini) moraju imati proaktivniji pristup i sistemski odnos prema događajima, stvarima i mogućim poslasticama koje pojedine kompanije ili korporacije (primarno rukovođene profitom) imaju prema prirodi i njenim komponentama.

Sa druge strane svjetska i evropska praksa pokazuju značajno drugačiju sliku u odnosu prema ekološkim temama sa aspekta društvene odgovornosti ne samo medija, već i veliki multi nacionalnih kompanija prema prirodi. Jedan od eklatantnih primjera jeste uloga Coca cole koja kao kompanija izdvaja značajna sredstva za razne ekološke akcije i pokrete širom svijeta. Poznato je da su oni jedni od najvećih donatora WWF-a (Svjetskog fonda za zaštitu prirode) u SAD-u. Ovaj primjer se svakako može podvesti kao dobar primjer društvene odgovornosti jedne, na globalnom nivou poznate kompanije (u ovom slučaju prema zaštiti životne sredine).

U našem neposrednom okruženju imamo vrlo ilustrativan primjer Slovenije, gdje njihov mobilni operater slovenački Mobitel u finansiranju zaštićenog područja parka prirode "Sočevaljske soline" participira sa 80%. Kao rezultat ili pozitivnu posledicu ovakvog odnosa imamo činjenicu da je upravo taj operater zbog odnosa prema zaštiti prirode sa svojim uslugama koje konzumiraju građani Slovenije ubjedljivo vodeći mobilni operater u toj zemlji. Svakako životna sredina je samo jedan od pokazatelja društvene odgovornosti prema zajednici, i uloge njihove medijske promocije njihovih aktivnosti.

Društveno-odgovorno poslovanje samih medija na primjeru Crne Gore može se i u teorijskoj, ali i praktičnoj ravni tumačiti na različite načine. Međutim, metodom najprostije aproksimacije, može se izvesti generalan zaključak da sami mediji u Crnoj Gori nijesu na visini zadatka kada je društvena odgovornost u pitanju. Ovakav sud se može izreći i za same medije, ali i njihov odnos prema kompanijama koje generišu značajne prihode i najčešće (izuzimajući pojedince ili pojedine kompanije), taj isti profit više ulažu u sopstvenu

promociju ili na neki drugi način nego što pokazuju humanu komponentu tako što bi različitim aktivnostima pomogli različitim društvenim zajednicama (npr. najranjivijim društvenim grupama, marginalizovanim, a zaslužnim pojedincima, socijalno ugroženim slojevima društva i dr.). Sa tog stanovišta, niti jedan medij u našoj zemlji nije napravio jednu dobro osmišljenu emisiju, a da ne pominjemo osmišljenu kampanju ili serijal o društvenoj odgovornosti naših kompanija i time ih medijski adekvatno prezentovao.

Međutim, naročito u posledmnje vrijeme bilježimo sporadične (ali ipak na neki način plodonosne aktivnosti), koje naši mediji iskazuju prema određenim događajima ili pojedincima. Ovdje možemo kritikovati i taj aspekt (kada bi bili krajnje maliciozni), jer su mediji pokrenuli određene aktivnosti tek u situacijama kada je u bukvalnom smislu bio ugrožen život nekog građanina Crne Gore. Ipak, da u ovom dijelu ne bi sa kritike otišli u kritizerstvo, zaista moramo istaći značajnu ulogu (naročito elektronskih medija), čijim emitovanjem su pokrenute razne kompanije, firme, organizacije, lokalne samouprave koje su riješile probleme na desetine egzistencijalno ugroženih porodica širom Crne Gore ili makar pokrenule njihovo rješavanje u predvidljivoj budućnosti. To je zasigurno vrlo značajan doprinos medija u njihovoj humanoj misiji pomoći pojedincima, porodicama ili različitim društvenim skupinama.

Jedan od najsuvježijih primjera značajnog društveno-odgovornog angažovanja medija jeste nedavna humanitarna akcija koju su bez zadržke podržale sve medijske kuće u Državi. Radi se o humanitarnoj akciji pod nazivom "Prvi crnogorsko Teleton", gdje je samo za jedno veče uz podršku poznatih i afirmisanih pojedinaca iz različitih branši crnogorskog društva prikupljeno nekoliko stotina hiljada eura za liječenje djece oboljele od karcinoma. Ta akcija dala svoje rezultate, i na način što je imala i ima svoj nastavak, tako da su se ovih dana u nju uključile brojne organizacije, a kao jasvježiji primjer možemo istaći da je tragom te akcije koju su pokrenuli mediji, uprava FK Budućnost donijela odluku da sav prihod od prodatih ulaznica do kraja sezone isključivo ide u taj fond.

Kada govorimo o humanitarnom aspektu medija i njihovoj društvenoj odgovornosti kao dobar ili odličan primjer može poslužiti emisija "Dnevnic" koja se svake sedmice emituje na TV Vijesti, gdje poznate ličnosti daju svoj doprinos u rješavanju egzistencije teško socijalno ugroženih porodica ili pojedinaca.

Na kraju, pored ovih i ovakvih svijetlih primjera u kojima učestvuje ili ih pokreće medijska scena, mra se jo jednom apostrofirati da mediji kao moć-

no sredstvo za društveno odgovorno poslovanje imaju različite mehanizme da prosto animiraju velike društvene kompanije, da maka dio svog profita ulože u akcije humanitarnog karaktera. Time će zasigurno postati snažna potpora i afirmisati društveno odgovoran odnos tih istih kompanija ili organizacija, i ukazati im na njihovu obavezu i probuditi njihov senzibilitet da dio svog profita umjesto u čisto komercijalne, preusmjere u društveno humanitarne aktivnosti.

Na samom kraju, poslužićemo se onom starom sintagmom: „*Njihovo malo, nekome znači puno*”... Možda nekome znači i sam život. “*Čudno je kako je malo potrebno da budemo srećni, i još čudnije: kako nam često baš to malo nedostaje!*” Ivo Andrić

Ovim citatom se želi poslati jasna poruka i percepcija autora da mediji, ali svi koji su u manjoj ili većoj mjeri društveno odgovorni u Crnoj Gori moraju postati bolji, humaniji i pravedniji u svim segmentima našeg društvenog i socijalnog bitisanja.

5. Društveno odgovorno poslovanje u Crnoj Gori

U cilju dobijanja što jasnije i sveobuhvatnije slike o klimi društveno odgovornog poslovanja u Crnoj Gori, te identifikovanja segmenata u kojima treba uložiti dodatne napore za unaprijeđenje poslovnog i društvenog ambijenta, sproveli smo istraživanje koje je targetiralo mala i srednja preduzeća, te velike kompanije, kako u domaćem, tako i stranom vlasništvu. Anketirajući aktere u proizvodnom i uslužnom sektoru, iz različitih privrednih grana – energetike, telekomunikacija, trgovine, bankarstva, poljoprivrede – došli smo do podataka koji prikazuju stepen sprovođenja društveno odgovornih praksi firmi i značaj istih za sve interne i eksterne stejkholdere, društvenu zajednicu i životnu sredinu. U nastojanju da doprinesu rješavanju izazova sa kojima se zajednica u kojoj posluju suočava, većina ispitanika, njih 86 odsto, prepoznaje društvo u nekim od ključnih dokumenata posvećenim održivom razvoju ili društvenoj odgovornosti – misiji, viziji ili u zasebnoj izjavi. Međutim, da je koncept DOP-a relativno nov i da je tek u inicijalnoj fazi integrisanja u poslovnim strategijama firmi, govori podatak da samo 30 odsto nalazi za shodno da ima posebnu organizacionu jedinicu zaduženu za održivi razvoj i/ili DOP. Sa druge strane, evidentno je da kompanije prilikom definisanja poslovnih odluka pridaju važnost uticaju istih na zaposlene, poslovne partnere i životnu sredinu, a u manjem stepenu na lokalnu zajednicu i zdravlje i sigurnost potrošača. Ipak, kreiranje i realizacija društveno odgovornih aktivnosti nije samo po

sebi dovoljno, već zahtjeva transparentnost kroz medijsku promociju i informisanje šire javnosti. U tom segmentu, vidovi komunikacije koji preovladavaju su medijske objave na povremenoj osnovi i redovno izvještavanje putem zvaničnih internet stranica. Pored toga, u određenoj mjeri, primjetno je i zanemarivanje saradnje sa civilnim sektorom, koji pak igra jednu od ključnih uloga u sprovođenju projekata od šire društvene koristi.

Kada je u pitanju odnos prema zaposlenima, na osnovu dobijenih odgovora možemo konstatovati da upravljačke strukture firmi i kompanija teže stvaranju dobrog poslovnog ambijenta, kao preduslov za produktivniji doprinos zaposlenih. Konsultovanja sa predstavnicima zaposlenih ili sindikata se organizuju pretežno na njihovu inicijativu ili na osnovu kolektivnog ugovora ili nekog drugog dokumenta, mada se može zapaziti da je nerijetko i menadžment inicijator. Pored redovnih isplata, zaposleni u većini slučajeva uživaju i neke od beneficija većih od zakonski propisanih, pretežno usmjerene na stambenim olakšicama, dopunskom zdravstvenom osiguranju i davanju jednokratne pomoći. Ipak, istraživanje je pokazalo da u firmama koje svoju djelatnost obavljaju na teritoriji Crne Gore preovladava jednosmjernan sistem vrednovanja zaposlenih, u kojem nadređeni vrednuju podređene, dok se dvosmjernan sistem susrijeće u izolovanim slučajevima. Govoreći o korelaciji vrednovanja uspjeha u radu zaposlenih i sistema nagrađivanja dolazi se do zaključka da ista nije prisutna u većem broju slučajeva, dok se uočava pozitivan trend odražavanja poslovnog uspjeha firme na naknade zaposlenih. Privredni subjekti takođe su se izjasnili da izdvajaju finansijska sredstva za dodatno obrazovanje i usavršavanje zaposlenih, te da informišu i edukuju iste o politikama, propisima i sistemima upravljanja vezanim primarno za radnička prava, poslovnu etiku, zdravlje i sigurnost na radnom mjestu.

Analizirajući odgovore dobijene na pitanja u vezi sa sprovođenjem mjera za zaštitu životne sredine, stiče se utisak da je briga o životnoj sredini komponenta obuhvaćena sa teorijskog aspekta kroz uključivanje u godišnje ili višegodišnje ciljeve kompanija nego kroz djelovanje u praksi. U tom smislu, ekološka dimenzija odgovornosti se najčešće ispoljava u segmentu preduzimanja mjera za smanjenje potrošnje energije i količine otpada, a kod polovine anketiranih firmi izražena je i svijest o važnosti smanjenja potrošnje vode. Takođe, profit dominira u odnosu na životnu sredinu, u prilog čemu govori činjenica da ista ne ulazi u kriterijume prilikom odabira poslovnih partnera. Ovakvo stanje stvari poziva na veći stepen angažovanja privrednih subjekata u pronalaženju modaliteta za zaštitu životne sredine, kao jedne od osnovnih

premise održivog razvoja. Kada posmatramo situaciju kroz prizmu interesnih grupa, uočavamo da se većina kompanija ne susrijeće sa pritužbama od strane dobavljača, što sa druge strane ne opravdava nedostatak sprovođenja edukacije zaposlenih koji neposredno sarađuju sa dobavljačima. Prilikom marketinških komunikacija firme se pridržavaju sopstvenog ili drugog kodeksa oglašavanja, ugrađujući elemente prakse istinitosti pri oglašavanju, neomalovažavanja konkurentskih firmi i proizvoda, kao i promocije društveno odgovornih projekata. Ono što svakako smatramo ohrabrujućim jeste spremnost privrednih subjekata da učestvuju u donatorskim akcijama, kako finansijskim tako i nefinansijskim, iako u većini slučajeva ne postoje definisana prioritarna područja doniranja.

Sumirajući saznanja do kojih smo došli nakon sprovedenog istraživanja možemo smatrati da je kod privrednih subjekata koji posluju u Crnoj Gori prisutan određen stepen svijesti o konceptu DOP-a, ali da za širu javnost isti ostaje prilično nepoznat i nejasan. Zapravo, različiti segmenti društva imaju različitu percepciju o tome šta društveno odgovorne poslovne prakse podrazumijevaju, te je potreba za edukacijom visoko naglašena. Sa tog aspekta, najveći bi doprinos mogao pružiti NVO sektor, što bi ujedno dovelo i do smanjenja jaza u saradnji sa privrednim subjektima, te upoznavanja istih sa širokim spektrom mogućnosti afirmisanja društvenih inicijativa. Imajući u vidu kompleksnu notu problema sa kojima se zajednica suočava, nerealno je očekivati da se na iste odgovori jednosektorskim pristupom. Stoga, međusektorsko partnerstvo se nameće kao jedino dugotrajno i održivo rješenje za prevazilaženje društvenih izazova, gdje se udruživanjem različitih nadležnosti, resursa, specifičnih znanja i vještina dolazi do maksimizacije koristi kako za zajednicu, tako i za same partnere. Zajedničko djelovanje kompanija i organizacija civilnog sektora sa kojima dijele istu viziju boljeg društva predstavlja formulu za uspješnu realizaciju značajnih društveno odgovornih inicijativa.

6. Društveno odgovorno poslovanje na primjeru HE Pive

Na teritoriji Opštine Plužine postoji vještačka akumulacija kao što je Pivsko jezero. Postoji od 1976. godine kada je potopljena stara varošica Plužine (u Pivi se iz nostalgичnih razloga postoji izreka: „Piva koje više nema”). Iznad sadašnjeg jezera urađeno je novo gradsko jezgro koje predstavlja najmlađe na Balkanu.

Tako je nastala vršna hidrocentrala najveća u Crnoj Gori na lokalitetu Mratinje. Prilikom njene izgradnje nastale su značajne posledice: prekinuti su

brojni putni pravci, potopljeni značajni arheološki lokaliteti, potopljen stari Pivski Manastir koji je prenesen na novu lokaciju što predstavlja jedan od najvećih graditeljskih poduhvata i fenomena toga vremena (kada se u bukvalnom smislu prenosila freska po freska) i bez ikakvih mehaničkih oštećenja iste ugrađene u zdanje novog manastira. Kao jedna od najznačajnijih posljedica je enormna migracija lokalnog stanovništva, koje se iz Plužina (nakon izvršene eksproprijacije zemljišta) iselilo u druge ubane centre širom Crne Gore i bivše Jugoslavije. Tako da danas imamo jednu paradoksalnu situaciju da Pivljana samo u Crnoj Gori ima gotovo dva puta više nego u samim Plužinama.

Izgradnjom HE Piva, osamdestih godina prošlog vijeka postignut je sporazum između Elektroprivrede Crne Gore i njene organizacione cjeline HE Piva sa Opštinom Plužine o realizaciji brojnih obaveza kako bi se ublažile posljedice izgradnje akumulacije i napravili novi putevi koji su grad povezali sa naudaljenijim ruralnim područjima u Opštini. U predhodnoj deceniji asfaltirano je na desetine kilometara puteva i uložena određena sredstva u samom urbanom jezgru (uređena je gradska plaža, napravljen novi gradski trg, ljetnja pozornica i dr.). Prema podacima dobijenim od EPCG, samo za uređenje gradske plaže utrošeno je 170.000 eura, a završen je još jedan značajan projekat, a to je izgradnja raskrsnice sa trećom trakom, čija cijena koštanja iznosi 625.000 eura. U toku su početni radovi na rekonstrukciji puta do sela Brljeva koja će koštati 580.000 eura. U planu je izgradnja kružne saobraćajnice (što je posljednjih godina podijelilo javnost u samim Plužinama da li je uopšte neohodna njena izgradnja koja će koštati više milona eura ili taj novac anexom Ugovora preusmjeriti u neke nove razvojne projekte). Ugradnja kolektora za prečišćavanje otpadnih voda je jedan od prioriteta. Ovdje je važno napomenuti da svaka od zainteresovanih strana ima različitu percepciju oko same dinamike realizacije ugovorenih obaveza. Tako u odgovorima od strane EPCG imamo stav da se radovi odvijaju planiranom dinamikom, dok u lokalnoj samoupravi u Opštini Plužine postoji nezadovoljstvo u vezi sa tim, naročito kada je u pitanju ugradnja kolektora za prečišćavanje otpadnih voda i drugih infrastrukturnih radova. Postoje i različite percepcije da li zaista (pismeno ili usmeno postoji ugovor o visini vodenog stuba). Sa stanovišta turizma (krstarenje i kružne ture duž cijelog toka Pivskog jezera) je veoma važno i neophodno ga je urediti na način što bi se definisao vodeni režim, odnosno visina vodostaja ispod koje se ne smije ići, upravo iz razloga što Pivsko jezero predstavlja značajnu turističku atrakciju.

Ono što je izostalo kao odgovor (a za Opštinu Plužine predstavlja krućijalni interes daljeg razvoja), jeste da li je na pomolu ili u planu definisanje tzv.rente koja bi se definisala u skladu sa evropskim standardima, što znaći da bi Opštini Plužine samo za razvojne projekte EPCG, odnosno HE "Piva" izdvajala najmanje izmedju 5 i 7% od ostvarene dobiti. To je intencija kojom se rukovode opštinske strukture, i opšte je mišljenje da će ova kompanija upravo zbog usklađivanja određenih normi i pravila sa evropskim, morati da prije ili kasnije definiše visinu nadoknade koja će postati stalna i trajna obaveza EPCG prema ovoj Opštini. To bi bez sumnje znaćajno doprinijelo snaćnom ekonomskom razvoju ne samo Plužina, već i ćitavog dumićorskog podrućja i imalo bi za posledicu suštinski izbalaniran i uravnotežen regionalni razvoj, a naroćito bi imalo pozitivne implikacije u demografskim procesima za koje smo konstatovali da su negativni, ne samo u ovoj Opštini, već dvije decenije postale su konstanta za cijeli sjeverni region, pa ćak i neke Opštine u centralnom dijelu u Crnoj Gori (primjer Opštine Nikšić).

6. Zaključak

Iz predhodnih komponenti ovog naućno-istraćivaćkog rada uoćljivo je da su istraćivanjima bile obihvaćene razlićite kompanije, organizacije, medijske kuće i civilni sektor. Dobijeni podaci i odgovori od više desetina crnogorskih kompanija i organizacija sa razlićitim profilom svog poslovanja u Crnoj Gori ukazuju da društveno odgovorno poslovanje postoji kao jedan od primarnih (negdje pak sekundarnih ciljeva) naših kompanija, firmi u društvenom vlasnišćtvu ili razlićitih organizacija. Ukoliko i postoji društvena odgovornost (a što je potvrdilo i ovo istraćivanje), ono se uglavnom nalazi u poćetnoj fazi razvoja.

Ipak, kao što je i istaknuto i pored deklarativno postavljanih ciljeva društveno odgovornog poslovanja, isto ostaje nepoznanica za širu laićku javnost u Crnoj Gori. Iz tog razloga cilj ovog istraćivanja bio je da se rasvijetli ukupni kontekst i društveni milje u kojem posluju naše kompanije (bez obzira na vlasnićku strukturu), i da se i na ovaj naćin podstaknu na društvenu odgovornost prema razlićitim ciljnim grupama koje u krajnjem ćine i konzumente njihovih proizvoda ili usluga. Slijedeći praksu razvijenih evropskih i svjetskih drućava, moćemo izvesti zajednićki imenitelj da ova pojava nije široko zastupljena na našim prostorima, i da pored sporadićnih slućajeva ostaje u deklarativnoj ravni njihovog poslovnog ambijenta.

S toga je nasušna civilizacijska potreba, kako malih, tako i onih srednjih i većih kompanija, firmi i organizacija koje posluju na crnogorskom tržištu da kroz različite aspekte u praksi dokažu da su istinski posvećene društveno odgovornom poslovanju, što predstavlja jednu od osnovnih premisa savremenog poslovanja i njihove odgovornosti prema našoj javnosti. Javno mnjenje kao najbolji sudija daće odgovor na brojna pitanja i dileme koje se otvaraju pred izazovom da iste pokažu veći stepen senzibilnosti prema svojoj društvenoj odgovornosti. To će im svakako pomoći da zadrže postojeće tržište svoje potrošnje, ali i da u perspektivi pronađu put do novih klijenata i da svojim društvenim angažmanom pronađu put do srca novih klijenata i time osvoje nova tržišta.

Njihova društvena odgovornost mjerena različitim parametrima ukazuje na još uvijek evidentan nedostatak otvorenosti prema različitim društvenim skupinama (naročito prema najranjivijim populacijama društvene zajednice sa kojima egzistiraju naše kompanije). To, u suštini znači značajno veći nivo humanitarnog djelovanja, a filantropiju postavlja na pijedestal njihove društvene odgovornosti. Stara sintagma glasi: *„Najviše ćete pomoći onima koji vam tu pomoć ničim ne mogu uzvratiti“*.

Jedna od fokusnih stvari u radu, a koja je posebno istaknuta ogledač se na primjeru njihovog odnosa prema ekologiji, jer upravo ekološka komponenta, pored socijalne mora biti u fokusu njihovog društveno odgovornog poslovanja u predvidljivoj budućnosti. Ovdje je naročito u jednom dijelu rada apostrofirana uloga EPCG, odnosno njene ekspoziture HE "Piva" prema lokalnoj zajednici. I pored odgovora nadležnih o investicionim ulaganjima u Opštinu Plužine, ostaje prisutna percepcija da jedan takav privredni gigant ima obavezu da ulaže više i da svoje, ugovorom precizirane obaveze implementira vremenskom dinamikom koja je oročena istim tim ugovorima. Pozivanje na komplikovane tenderske i druge tehničke procedure može se tumačiti kao jedna vrsta alibija za neispunjene obaveze EPCG prema tome kraju. Da ne govorimo o potencijalnim mogućnostima (a koje je imanentno u evropskoj praksi i njihovom zakonodavnom okviru), da na područjima na kojima su izgrađene hidro akumulacije ili termo elektrane, rudokopi i dr., postoji obaveza sklapanja posebnog ugovora o tzv. "renti", koja bi pravično obeštetila svako područje koje je za opštu društvenu korist „žrtvovalo“ nešto što je najdragocjenije, a to je zdravlje ljudi i prostor na kojima su iste izgrađene.

Na kraju se može isvesti konstatacija da oprobanim marketinškim alatima (u kojem dominantnu, ako ne i presudnu ulogu moraju imati crnogorski

štampani i elektronski mediji) crnogorske kompanije i firme zasigurno dostići osnovne premise svoje društvene odgovornosti koju duguju cjelokupnoj zajednici, od čije „naklonosti“ u suštini i zavisi budućnost njihovog uspješnog poslovanja i čvrstog etabliranja na crnogorskom, ali i širim regionalnim tržištima. Sebičan pristup koji je isključivo rukovođen samo i samo sticanjem profita ne garantuje nikome uspjeh na duge staze. Zato je nasušna civilizacijska potreba da kroz jedan novi sistemski pristup naše kompanije, firme, organizacije, NVO sektor, mediji trasiraju put povjerenja na način što će dio svog profita usmjeriti na one ciljne grupe i skupine koje nijesu u stanju da dođu do istog.

Literatura

- Babić, J. (2007), „Društvena odgovornost korporacija“, *Sociološki preglad*, br. 4.
- Caroll, A. (1996), *Business&Society*, Ohio.
- Crane, A., Matten, D., Spence, L. (2008), *Corporate Social Responsibility: Reading and Cases in a Global Context*, London.
- Desjardins, J. (2009), *An Introduction to Business Ethics*, Third Edition, New York.
- Freeman, E. (2004), „A Stakeholder Theory of the Modern Corporation“, *Ethical Theory and Business*, ed. Tom Beauchamp and Norman Bowie
- Friedman, M. (1962), *Capitalism and Freedom*, Chicago.
- Friedman, M. (1970), „The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits“, *New York Times Magazine*.
- Visser, W. (2005), *Revisiting Carroll's CSR pyramid*, Copenhagen.

**POJAM, VRSTE I NAČINI DELOVANJA MALICIOZNIH PROGRAMA
KOJIMA SE SPROVODE INTERNET PREVARE**

**CONCEPT, TYPES AND METHODS OF OPERATION OF MALWARE FOR
PRODUCING INTERNET FRAUDS**

dr ŽIVANKA MILADINOVIĆ BOGAVAC, docent
Fakultet za poslovno industrijski menadžment,
Univerzitet Union Nikola Tesla

Apstrakt: Pod zlonamernim ili nepoželjnim programom podrazumeva se svaki program koji može da se useli u računarski sistem bez znanja i volje korisnika, a napravljen je s namerom da ugrozi računarski sadržaj ili mrežu. U tu grupu spadaju softveri kreirani za Windows i Linux operativne sisteme i Macintosh i Palm računare, a koji za svoje širenje koriste internet, posebno imejl i World Wide Web (WWW). U radu će biti prikazana njihova klasifikacija i način delovanja i širenja.

Ključne riječi: Internet prevara, maliciozni program, sajber kriminal, Internet

Abstract: Malicious or unwanted software (malware) means every program that can go into the computer system without the knowledge and will of the users, with the intent to compromise computer content or network. This group includes software which are created for Windows and Linux operating systems and also Macintosh and Palm computers. They use the Internet for their expansion, especially email and World Wide Web (WWW). The paper will be displayed their classification , mode of operation and spread.

Key words: Internet Fraud, Malware, Cyber Crime, Internet

1. Uvod

Za uspješno sproveden napad malicioznim programom potrebne su 3 komponente:

- motivisan napadač;
- nedostatak odgovarajuće zaštite;
- pogodna meta (može da bude bilo koja osoba ili imovina nad kojima napadač želi da preuzme kontrolu)¹.

Nakon inficiranja računarskog sistema neautorizovanim i za korisnika neočekivanim procesima, maliciozni softver koristi se za:

1) narušavanje performansi sistema i dovođenje sistema u nestabilno stanje. Prvobitni oblici malicioznih programa u 80-im i 90-im obično su bili oblik vandalizma, ili neslane šale koja se koristila za onemogućavanje ili otežavanje izvođenja pojedinih operacija na računaru. Međutim, „apetiti“ sajber prevaranata ubrzo su porasli, pa su maliciozne programe, osim za šalu i vandalizam, iskoristili za sticanje profita. Maliciozni program korišćen je za uspostavljanje kontrole nad dial-up modemom i pozivanje skupih telefonskih brojeva (premium-rate), te korisnik na kraju meseca dobija ogroman telefonski račun za koji su zaslužni prevaranti;

2) neovlašćen pristup sistemu računara. Kada se uspostavi kontrola, zaraženi računari koriste se da rade za autora malicioznog softvera. Tako se spomenuti računari koriste kao proxy za slanje spam poruka. To su zombi računari (zombie computers). Prednost korišćenja zaraženih računara za slanje spam poruka je anonimnost koju pružaju.

3) prikupljanje informacija koje uzrokuje njihovu zloupotrebu i gubitak privatnosti korisnika. Koristeći malver, sajber prevaranti prikupljaju sve informacije koje su im potrebne za napad, tj. prevaru, kao što su, npr., spisak poslovnih partnera, brojevi računa, dosadašnje transakcije, poslovna prepiska, administratorske šifre ovlašćenih osoba koje obavljaju transakcije, korisnička imena i lozinke i dr.;

4) ostale zlonamerne aktivnosti.

2. Klasifikacija zlonamernih malicioznih programa

Po kriterijumu samostalnosti, tj. potrebe za programom u kom će maliciozan program biti sakriven, malvere možemo podeliti na:

¹ Više o tome: Bossler, A., Holt, T., *Malware Victimization, A routine activities framework*, CRS Press, Taylor and Francis Group, Unitet States of America, 2011, str. 320–321

1) one kojima je neophodan nosilac, tj. program u kom će biti sakriveni (trojanski konji, virusi) i

2) samostalne, tj. one kojima nije neophodan nosilac (crvi, špijunski programi).

Po kriterijumu mogućnosti repliciranja, možemo napraviti podelu na:

1) malware koji se repliciraju (virusi, crvi) i

2) malware koji se ne repliciraju (trojanski konji).

Jedna od najobuhvatnijih klasifikacija, ako se ima na umu njihovo svakodnevno uvećavanje i težnja da broj malicioznih programa pretekne broj onih legitimnih, jeste klasifikacija na:

1) zarazne, čiji su tipični primeri virus i crv;

2) sakrivene, čiji su tipični primeri trojan horse i rootkit;

3) koristoljubive – čiji su tipični primeri spyware, adware i dialer².

Crvi i virusi su najpoznatiji tipovi malicioznih softvera. Oni su karakterisani kao zarazni maliciozni softveri jer stvaraju probleme inficiranom računaru tako što otežavaju njegovo funkcionisanje. Razlikuju se po načinu širenja: crv se širi preko mreže sa ciljem da zarazi druge računare, a virus inficira izvršni program, koji, kada se pokrene, počinje da se širi i na druge programe. Uz to, virus, da bi se širio, koristi korisnikovu intervenciju, dok crv automatski vlada računarom. S obzirom na navedeno, može se zaključiti da crvi mogu napraviti veću štetu zbog mrežnog prometa koji generišu prilikom širenja internetom. Finansijska šteta uslovljena virusima samo za 2000. je iznosila 17 milijardi dolara u SAD. 2003. ona je bila veća od 12 milijardi dolara.

3. Crvi

Crvi su samostalni maliciozni programi koji se šire putem elektronske pošte, web-a i instant messenger-a. Mogu se smatrati podgrupom virusa, to su kompjuterski programi koji se sami prave i prave štetu sistemu tako što iniciraju mnoštvo procesa koji prenose podatke. Prvi crv koji su se širili mrežom bili su namenjeni za Unix uređaje. Tadašnji Internet Worm pojavio se 1988. godine i ugrožavao je SunOS i VAX BSD sastave. Elektronske poruke koje

² Više o tome: Randelović, D., Popović, B., Zlonamerni programi, „Tehnika“, 5/2010, „Elektrotehnika“ (59), br. 5, Beograd, 2010, str. 19–24

sadrže crv obično koriste tehnike socijalnog inženjeringa da bi navele primaoca da otvori prilog. U najvećem broju slučajeva naziv i ekstenzija priloženog fajla dozvoljavaju crvu da se kamuflira kao neizvršni program (fajl, na primer, ima ekstenziju slike ili filma). Pojedini crvi koriste softverske greške (engl. bug) najpopularnijih programa za razmenu elektronske pošte (poput programa Microsoft Outlook Express), tako da se automatski aktiviraju u trenutku prikazivanja inficirane poruke. Primeri tih crva su: Netsky, MyDoom i Sasser.a. Svi napredniji crvi falsifikuju adresu pošiljaoca i na taj način stvaraju neprijatan kolateralni efekt širenja inficiranih poruka – antivirusni programi instalirani na serveru vraćaju zaraženu poruku na adresu s koje je poslata, ali, s obzirom na to da je lažna, zaražena poruka stiže nekom drugom, a ne pravom pošiljaocu poruke elektronske pošte (Mailer i mass-mailer).

Crvi se mogu prenositi putem:

- e-pošte (tzv. imejl crvi). Imejl crvi koriste metode socijalnog inženjeringa da bi naterali korisnika da pokrene program koji se nalazi u prilogu ili da pristupi hiperlinku. Poruke su da bi bile primamljivije često sledeće sadržine: „an important thing about you“, „critical windows update“, ili „meet the love of your life“. Kada korisnik pristupi predloženoj vezi ili pokrene poslat program, crv se aktivira. Nakon inficiranja računara crv će svoje kopije poslati na imejl adrese memorisanih na zaraženom računaru;
- instant poruka (IM crvi). Ovi crvi koriste servise za komunikaciju poput Microsoft MSN-a, Skype-a, Yahoo Messenger-a, ICQ-a, AOL AIM-a i druge. U ovom slučaju crv će se širiti kada korisnici pristupe inficiranoj veb-lokaciji ili datoteci predloženoj putem poruka ovog tipa;
- interneta. Ovo je najlakši način da se iskoriste računari koji nemaju sigurnosne programe ili firewall, kao i iskorišćavanje otvorenih portova;
- deljenja datoteka (file-sharing crvi). Crv će u ovom slučaju težiti da se iskopira u deljeni fajl pod imenom koje će asocirati korisnika na to da se radi o uslužnoj aplikaciji koja je neophodna za rad računara;
- P2P mreže. Tada se crv kopira u P2P deljeni fajl. P2P mreža nakon toga pomaže dalje širenje crva tako što informiše druge korisnike o postojanju novog resursa i obezbeđuje preuzimanje deljenog fajla.

Apsolutna zvezda u svetu malicioznih programa je kompjuterski crv Stuxnet, prvi maliciozni program napravljen da napadne industrijske sisteme kao što su elektrane i nuklearni reaktori. Taj crv napravljen je sa ciljem da usporava i ubrzava centrifugu, tj. šuplje cevi koje se okreću velikom brzinom i koriste se za fiziju izotopa U-235 u U-238, a koji se nalazi u prirodnom uraniju-

mu. Stuxnet je otkriven u junu 2010. godine kada je njegova meta bio Iran, koji je svoj projekat gasnih centrifuga započeo 1987. godine njihovom instalacijom u podzemnom postrojenju Natanz u centralnom Iranu. Stuxnet je pogodio kompjuterske sisteme širom Irana, uključujući i one koji nisu kritični za rad nuklearnih reaktora. Za opisane koordinisane akcije usmerene protiv iranskog nuklearnog programa optužene su zapadne zemlje i Izrael³. Za razliku od kompjuterskih crva koji zaražavaju ceo sistem, napadi DoS-a su usmereni na konkretne kompjuterske sisteme. Napad DoS-a čini resurse kompjutera nedostupnim za legalne korisnike. Tokom 2000 zabeleženi su napadi na CNN e-bay, Amazon A 2009. su zabeleženi napadi na državne i komercijalne veb sajtove u SAD i Južnoj Koreji i onesposobile sistem za nekoliko sati. Kazne za ove napade DoS su teško ostvarive, s obzirom na to da ovi napadi mogu da ne proizvedu fizičko oštećenje kompjutera. Kompjuterski crv SQL Slammer je zarazio 90% kompjuterskih sistema tokom prvih 10 minuta širenja. Finansijska šteta koja je proistekla od ranjavanja kompjuterskog sistema crvom je 2000. iznosila 17 milijardi američkih dolara, dok je 2003. bila preko 12 milijardi dolara.

4. Virusi

Termin „virus“ je u informatičkom smislu prvi upotrebio Fred Koen (Fred Cohen), student Univerziteta Južne Kalifornije, u članku objavljenom 1984. godine pod naslovom Eksperimenti s računarskim virusima (Experiments with Computer Viruses)⁴. Virus sam po sebi nije program koji se autonomno instalira, kao što i njegov biološki imenjak nije sam po sebi oblik života. Informatički virus ne koristi mrežne resurse, već ubacuje svoje kopije u instalacioni program. Na taj način, kada korisnik aktivira program, prvo se neprijetno aktivira virus, a zatim i program.

Virus je deo složenijeg koda koji se širi unutar jednog računara ili računarske mreže kopirajući se unutar drugih programa ili u određenom delu hard-diska računara, tako da se može aktivirati otvaranjem inficiranog fajla. Nakon instaliranja softvera virus samo replikacijom inficira ostale fajlove u računaru ili mreži, i to najčešće bez znanja korisnika. Virus obično sadrži ne-

³ Više o tome: The Real Story of Stuxnet How Kaspersky Lab tracked down the malware that stymied Iran's nuclear-fuel enrichment program, <http://spectrum.ieee.org/telecom/security/the-real-story-of-stuxnet>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

⁴ Više o tome: Cohen, F., Computer Viruses Theory and Experiments, „Computers and Security“, vol. 6, 1987 r. 22–35.

koliko „instrukcija” koje se mogu odnositi na proizvođenje sopstvenih kopija i širenje epidemije. Međutim, virus može sadržati i mnogo štetnije instrukcije, poput brisanja ili uništavanja fajlova, formatizovanja hard-diska, ili otvaranja sporednih vrata.

Pre veće dostupnosti interneta virusi su se širili tako što bi zarazili boot sektor ili disketu. Ti virusi bili su napisani za Apple II i Macintosh, ali su se počeli širiti s pojavom IBM PC-a i MS-DOS-a⁵. Godine 1981. i zvanično je potvrđeno postojanje računarskog virusa Elk Cloner⁶. Godinu 1988. obeležilo je haranje virusa Jerusalem, koji je brisao sve pokrenute programe⁷. Sledeću godinu, osim što je obeležila ekspanzija virusa Datacrime, koji je bio sposoban da izvrši low-level format nulte staze na disku, karakterisalo je i to što se prvi put pojavila firma virusa u Bugarskoj⁸. Ranije verzije virusa bile su napisane da deluju kao šala, tj. kao bezopasni i dosadni programi. Virusi David i crv Melissa⁹, koji su inficirali ukupno 20% tadašnjih korisnika interneta, predstavljali su eksperiment njihovih tvoraca, bez ikakve štetne namere vandalizma¹⁰.

Globalno informaciono-komunikaciona mreža je doprinela da osnovni način prenošenja zaraze postane razmena fajlova putem elektronske pošte, programa za komunikaciju i razmenu fajlova među korisnicima. Taj period obeležila je pojava takozvanih makrovirusa, čije su „instrukcije” napisane rečnikom skripting-programa (engl. Scripting program), kao što su „MS-Word” i „Outlook”. Ti virusi su posebno usmereni na inficiranje različitih verzija Majkrosoftovih (Microsoft) programa razmenom dokumenata. Nadalje, operativni sistemi Majkrosofta najviše su pogođeni virusima zato što su i najrasprostranjeniji među takozvanim nestručnim korisnicima. U svakom slučaju, činjenica je da ne postoje sistemi koji su potpuno, ili teorijski imuni na viruse, budući da

⁵ Više o tome: History of Mac malware: 1982 – 2011, <https://nakedsecurity.sophos.com/2011/10/03/mac-malware-history/>

⁶ Više o tome: 6 Computer Viruses That Changed The World, <http://www.makeuseof.com/tag/6-computer-viruses-changed-world/>

⁷ Više o tome: VB – Virus Bulletin, <https://www.virusbtn.com/pdf/magazine/1990/199003.pdf>

⁸ Više o tome: Computer Virus History I, http://www.mindpride.net/root/Extras/Viruses/computer_virus_history_1.htm

⁹ Više o tome: Melissa (computer virus), [https://en.wikipedia.org/wiki/Melissa_\(computer_virus\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Melissa_(computer_virus))

¹⁰ Više o tome: Top Ten Most Destructive Computer Viruses of All Time, <http://crunkish.com/top-ten-worst-computer-viruses/>

anatomija interneta dozvoljava računarskim virusima da se mnogo efikasnije šire nego ranije.

S porastom popularnosti interneta, maliciozni softver sve više nastaje zbog želje za profitom, a ne za šalom i destrukcijom, kao što je bio slučaj s DOS-virusima, koji su brisali podatke s diska ili menjali sastav foldera zapisivanjem nepravilnih podataka u njih. Od 2003. godine većina rapidno širećih virusa i crva dizajnirana je za preuzimanje kontrole nad računarima korisnika namenjenim za crno tržište. Virus može da konzumira memoriju tako što se upisuje na kraj exe izvršnih fajlova koji se pokrenu na zaraženom računaru. Veličina zaraženih fajlova povećava se za oko 1 kilobajt a virusom biva zaražen i svaki drugi računara kom pokrene neki od zaraženih fajlova¹¹. Takav virus, pod nazivom 5lo, otkriven je oktobra 1992. godine¹². Virus može da funkcioniše kao P2P program za šerovanje koji s drugih zaraženih računara skida fajlove razne sadržine, poput muzike, pornografije, pa čak i celih igara i, po mogućnosti, instalira ih. Zaraženi računar takođe služi kao izvor fajlova drugim zaraženim računarima. Primer ovog virusa je Ares.exe, verzija crva Gaobot.ee¹³, koji bitiše pod imenom ARES. Postoje sumnje da ovaj virus skida i instalira spajver, druge viruse, trojance i crve, mada te tvrdnje nisu nikada zvanično dokazane.

Brojni su virusi koji se šire tako što sami sebe šalju na imejl adrese koje pronađu na zaraženom računaru. Za slanje koriste sopstveno okruženje a kao pošiljaoca označavaju osobu sa čijeg računara se šalju. Računarski virus koji na

¹¹ Pošto je jednom pokrenut, virus se smešta u radnu memoriju koristeći instrukciju INT 21, AX=3521h. Svaki fajl koji će se pokrenuti biće zaražen tako što će virus dodati svoj kod i poruku promenljive sadržine na njegov kraj. Nakon toga virus menja vreme nastanka fajla na vreme kada je zaražen, a i njegovo polje 0Ch u zaglavlju fajla na FFAAh. Dužina inficiranog dela fajla kreće se od 1.000 do 1.100 bajtova, a najčešća dužina je 1.032 bajta. Gde god je neki zaraženi fajl pokrenut, virus se prebaci u radnu memoriju. Virus inficira jedan fajl samo jednom, a u memoriji može postojati samo jedna njegova instanca. Najčešća poruka koju virus dodaje na neposredan kraj fajla je: 92.05.24.5lo.2.23MZ. Druge poruke sadrže se u samom virusu. Virus instaliran u memoriji ne može se naći pomoću MEM/C zato što se instalira tako da ga pokreće sam operativni sistem. Slobodna memorija se smanji za oko 2 kilobajta.

¹² Najpoznatije verzije 5lo su Ares.exe, Brontok, Natas, W32.MytoB.V@mm, W97M.Verlor, Win32.Parite, ZMist i Zenux.

¹³ Gaobot.EE je crv koji pomoću spostvenog SMTP mehanizama šalje brojne spam mejlove. Crv na zaraženom računaru takođe otvara slučajno izabran TCP port i obaveštava moguće napadače na prethodno odabranom IRC kanalu, gde pokušava da deaktivira sigurnosne sisteme i alat za nadgledanje operativnog sistema.

pomenuti način deluje je Brontok (eng. Brontokworm)¹⁴, napravljen u Indoneziji. Kada ga žrtva prvi put pokrene, kopira sam sebe u fajl s podacima o korisničkim aplikacijama. Ovaj virus daje instrukcije da ga operativni sistem startuje zajedno sa svim drugim aplikacijama putem ključa HKLM\Software\Microsoft\Windows\CurrentVersion\Run u Windows Registry i onemogućiti korisnika da to izmeni tako što postavi zabranu korišćenja Windows Registry korisniku. Svoje fajlove učini nedostupnim tako što ih modifikuje u sistemske fajlove i učini ih nevidljivim, a potom ukloni opciju FolderOptions. U slučaju pojave programa koji bi mogao da mu naškodi, aktiviranja MS DOS-a ili preuzimanja fajlova s interneta, računar se restartuje, što je znak infekcije ovim malicioznim programom.

Virusi mogu da budu namenski stvoreni da bi zarazili računare tajnih službi. Pad mreže američke tajne službe na 3 dana prouzrokovao je virus Natas (od eng. satan, čitano unazad, što znači satana, đavo). Ovaj polimorfičan virus prvi put je registrovan u Meksiko Sitiju maja 1994. godine, kada je bio širen putem zaraženih flopi diskova. Ubrzo je postao veoma proširen u Meksiku i jugozapadnom delu SAD.

Virus može da koristi i sopstveni SMTP mehanizam, pomoću kog šalje masovne imejl poruke na adrese koje prikupi iz fajlova na zaraženom računaru. Imejlovi koje šalje imaju promenljive parametre za naslov (eng. subtitle) i prikačeni fajl (eng. attachment). Prikačeni fajl koji sadrži virus može da ima ekstenzije .bat, .cmd, .doc, .exe, .htm, .pif, .scr, .tmp, .txt, ili .zip. Virus W32.Mytob.V@mm¹⁵, otkriven 3. aprila 2005. godine, ima sposobnost da iskoristi uobičajene sigurnosne propuste u sistemu da otvori sebi port preko kog će se širiti kroz mrežu.

Postoje virusi specijalizovani za inficiranje dokumenata Majkrosoft vorda '97 i 2000. Makrovirus W97M.Verlor, poznat kao W97M.Overlord, pokreće se zatvaranjem zaraženog dokumenta tako što na S disku u memoriji (C:\windows\) snima dva fajla: tempad.dll i tempnt.dll. Svaki sledeći otvoreni dokument i novootvoreni dokument (blanko) inficiraju se tim fajlovima.

¹⁴ Druga imena pod kojima se ovaj crv pojavljuje su: W32/Rontokbro.gen@MM, W32.Rontokbro@mm, BackDoor.Generic.1138, W32/Korbo-B, Worm/Brontok.a, Win32.Brontok.A@mm, Worm.Mytob.GH, W32/Brontok.C.worm i Win32/Brontok.E.

¹⁵ Takođe je poznat kao Win32.Mytob.AA Computer Assoc, Net-Worm.Win32.Mytob.c [Kasper, W32/Mytob.c@MM [McAfee], W32/Mytob-C [Sophos], WORM_MYTOB.V [Trend Micro].

Lista zaraženih virusa smešta se u fajl C:\Himem.sys¹⁶. Virusova stelt-funkcija aktivira se u slučaju da korisnik pokuša da pristupi Visual Basic editoru (Tools ->Macros ->VisualBasicEditor), čime bi virus mogao da bude otkriven. Ta funkcija menja naziv korisnika na TheOverlord, a potom u fajlu win.ini dodaje liniju: run = <Direktorijum indousa>\overlord.b.vbs. Potom virus sam sebe briše iz glavnog šablona i svih aktivnih dokumenata, što onemogućava njegovo pronalaženje putem pokrenutog alata. Po svom pokretanju overlord.b.vbs ponovo inficira glavni šablon i sve fajlove čija su imena zapisana u C:\Himem.sys. Ukoliko korisnik pokuša da pristupi listi makroa (Tools ->Macros ->Macro), virus se briše iz glavnog šablona i svih aktivnih dokumenata pre otvaranja prozora. To onemogućava da se nađe u listi prisutnih makroa, jer po zatvaranju radnog prozora s podešavanjima virus opet inficira sve aktivne dokumente i glavni šablon.

Postoje i specijalizovani virusi koji inficiraju fajlove s ekstenzijama .exe i .scr na računarima koji rade pod operativnim sistemom Microsoft Windows. Jedan od njih je parazitski virus Win32.Parite¹⁷, koji ima tri verzije, A, B i C. Prve dve verzije razlikuju se samo u sadržaju vrednosti kojom se instanciraju u Windows Registry, dok treća verzija ima poboljšan sistem skrivanja svoje instance¹⁸.

Jednom ovako instaliran virus zaražava sve .exe i .scr fajlove koji su bili i koji će biti pokrenuti ze vreme njegovog dejstva. To rezultira vrlo brzim širenjem virusa. Izuzeti su samo fajlovi koje sistem zaključa pre nego što se virus učita u memoriju, što automatski sprečava bilo kakvu infekciju. No, takvih fajlova ima izuzetno malo ili ih uopšte nema, u zavisnosti od instalacije. Posledice delovanja ovog virusa s povećanje zaraženih fajlova za 200 kilobajta i delimično ili potpuno gubljenje funkcionalnosti programa.

¹⁶ Virus takođe za sobom ostavlja ili koristi fajlove overlord.b.vbs i overlord.b.dll.

¹⁷ Ovaj virus je takođe poznat kao W32/Pate, W32/Pinfi i PE_PARITE. Verzija virusa označava se dodavanjem crte ili tačke pre slova oznake, na primer, Win32.Parite.C. Virus čine dva dela. Prvi je malo jezgro napisano u assembleru koje se brine o širenju tela virusa, a drugi je telo virusa napisano u borlandovom C++, koje je od zaražavanja računara smešteno u direktorijumu windows\temp

¹⁸ Pošto je na nekom računaru virus prvi put pokrenut, instancira vrednost PINF u ključu HKEY_CURRENT_USER\Software\Microsoft\Windows\ CurrentVersion\ Explorer (verzije A i B) u registru vindousa?, kopira svoje telo u direktorijum windows\temp. Time osigurava da će uvek biti pokrenut zajedno sa sistemom i da će ostati u njegovoj senci.

Prvi virus koji koristi tehniku poznatu pod nazivom integracija koda je ZMist ili Zombie.Mistfall, kog je napravio ruski tvorac virusa poznat pod imenom Z0mbie. Ovaj virus podržava potpuno novu tehniku: integraciju koda. Mistfall mehanizam koji virus sadrži sposoban je da dekompileira prenosive izvršive fajlove do njihovih najmanjih elemenata, iziskujući 32 megabajta memorije. Po ovome, Zmist se ubacuje u kod tako što pomera blokove koda s mesta gde će se ubaciti, nakon čega regeneriše kod uključivanjem informacije o napravljenim pomeranjima, i ponovo gradi izvršni fajl.

Viruse prema okruženju i metodama infekcije možemo podeliti na:

- boot sektor virusi (tj. virusi startnog zapisa) – napadaju Master Boot sektor;
- parazitski – zaraze izvršne datoteke dodavanjem svog sadržaja u strukturu programa, pri čemu one ostaju delimično ili potpuno funkcionalne;
- svestrani virusi – napadaju boot sektore i izvršne programe;
- virusi pratoci – stvori .com datoteku koristeći ime već postojećeg .exe programa i ugradi u nju svoj kod;
- link virusi – u trenu inficiraju napadnuti računarski sistem, što može izazvati veliku štetu na disku;
- makrovirusi – koji mogu sami sebe da kopiraju, brišu i da menjaju dokumente.

Prema mestu u memoriji, viruse možemo podeliti na:

- one koji su u pritajnoj memoriji – ostaju u memoriji računara nakon aktiviranja koda virusa;
- one koji nisu u pritajnoj memoriji.

5. Trojanski konj

Naziv ovog malicioznog programa nastao je po poznatoj priči o osvajanju grada Troje zloupotrebom poverenja. Svoj naziv ovi maliciozni programi opravdavaju tako što koriste metodu lažnog predstavljanja. Naime, oni se predstavljaju kao korisni ili poželjni programi, koji prilikom pokretanja zajedno s nameravanom funkcijom u pozadini sprovode neželjene aktivnosti bez korisnikovog znanja. Primer su antivirusi ili antispyware programi, koji se na engleskom zovu rogue ili fake antivirus. Korisnik, kada posećuje internet stranice njihovog proizvođača, može da se zarazi njima, i to često prilikom postojanja sigurnosnih rupa u internet pretraživaču. Programi poput Trojan-FakeAV-a detektuju izmišljen maliciozni softver na korisnikovom računaru, a

potom nastoje da uvere korisnika da će ukloniti viruse...". Ovi programi, osim što uznemire korisnika i izazovu njegove nesmotrene reakcije, mogu i blokirati aktivaciju pravih antivirusnih i antispajver programa, kao i instalirati ostale vrste malicioznog softvera¹⁹. Zahvaljujući programu port skener (port scanner), osoba koja nije zaslužna za inficiranje računara može iskoristiti to što je određeni računar zaražen trojanskim konjem da bi na taj način mogla da pristupi tom računaru.

Mogućnosti koje su na raspolaganju hakerima pošto instaliraju ovu vrstu malvera su velike: krađa lozinki i drugih osetljivih podataka (password stealers ili infostealers), omogućavanje udaljenog pristupa inficiranom računaru neovlašćenoj osobi (backdoors), instaliranje drugog malicioznog softvera (downloaders), korišćenje sistema kao dela botneta (npr. za automatsko spamiranje ili za DOS napade), rušenje sistema, anonimno internet surfovanje, brisanje ili menjanje datoteka itd.

Teško je odrediti preciznu klasifikaciju ove vrste malicioznog softvera zbog njihovog svakodnevnog javljanja i unapređivanja njihovih mogućnosti. Međutim, s obzirom na kriterijum njihovih mogućnosti, trojanske konje možemo podeliti na: Bekdor (eng. Backdoor)²⁰, što je program koji instaliraju trojanski konji (bez znanja vlasnika) i koji služi da trećim osobama omogućava nesmetan i od vlasnika neovlašćen pristup računaru. Bekdor koristi slabosti operativnog ili zaštitnih sistema (zaštitnog zida ili antivirusnog programa). Kad se trojanac instalira na korisnikovom sistemu, haker može udaljeno da mu pristupi i izvodi razne operacije. Govorilo se da proizvođači računara predinstaliraju bekdor na sastave svojih kupaca radi lakše tehničke podrške, no to nikada nije pouzdano dokazano²¹.

Downloader je trojanski konj koji obično miruje na računaru i pristupa različitim internet stranicama da bi s njih skinuo obično maliciozne fajlove koje su na kraju i pokrenuli.

PSW (password) trojanac je specijalizovan da pretražuje računar radi otkrivanja lozinki, ključeva (privatnih i javnih), sertifikata i podataka o kreditnim karticama. Sve korisne informacije, koje su rezultat pretrage PSW trojanaca, bitie prosleđene njegovom vlasniku.

¹⁹ Najpoznatiji trojanski konji ove vrste su: SpySheriff, ErrorSafe, WinAntivirus i XP Antivirus.

²⁰ Bekdor je termin koji se u engleskom jeziku koristi za vrata okrenuta dvorišnoj strani kuće. To su vrata koja su najslabije zaštićena i odakle provalnici najlakše ulaze u kuću.

²¹ Trojans And Backdoors, <http://www.webpronews.com/trojans-and-backdoors-2005-08/>

Trojanski špijun (trojan spy) je vrsta trojanskog konja koji posle infekcije računara miruje u memoriji ne prikazujući svoje prisustvo i omogućava napadaču da prati rad korisnika računara bilo tako što beleži pritisnute tastere (keylogging), snima ekrane, ili na neki drugi sličan način. Informacije do kojih dođe prilikom praćenja rada korisnika, vlasnik i upravljač trojanskog konja najčešće koristi za ucenu.

Primer je trojanski konj Kenzero, koji pogađa korisnike koji nelegalno s interneta preuzimaju Hentai igre za odrasle preko japanskog file/sharing sajta Winni. Kada korisnik pokrene igru, trojanski konj maskiran kao instalacioni ekran traži od korisnika da unese određene podatke, a za to vreme prave screenshotove s informacijama o poslednjim otvaranim stranicama. Screenshotov-i istorije brauzer inficiranog korisnika automatski se objavljuju, a zatim korisniku stiže poruka, pop-ap ili imejl s ponudom sadržine: ako korisnik uplati 1.500 jena, vrednost od 1.200 dinara, sajt s podacima o njegovim internet navikama biće izbrisani²². Prema poslednjim podacima, oko pet i po hiljada ljudi priznalo je da su bili žrtva Kenzera²³.

Trojanac obaveštajac (trojan notifiers) svom autoru šalje informacije kao što su IP adrese, adrese elektronske pošte i stanje portova (često se koristi kao deo zlonamernog softverskog paketa koji obaveštava autora o uspešnoj instalaciji crva ili zadnjih vrata trojanaca)^{24 25}

Trojanski proksi server (engl. proxy server) je trojanski konj koji pokušava da pretvori inficirani računar u proksi server i na taj način omogući udaljenom korisniku da pristupi internetu anonimno putem udaljenog računara. Na taj način inficirani računar postaje tzv. Zombi (slepo sluša naredbe) i može da se iskoristi za slanje neželjenih poruka (spama) ili učestvovanje u DOS napadu.

Inovacija u razvoju trojanskih konja je mogućnost iskorišćavanja bezbednosnog propusta u starijoj verziji IE-a ili Google Chrome-a da bi se infici-

²² Više o tome: Kenzero Porn Virus Publishes Web History Of Victims On The Net--Unless They Pay, http://www.huffingtonpost.com/2010/04/16/kenzero-porn-virus-publis_n_540133.html

²³ Više o tome: 5.500 hentai pirates afflicted by blackmailing malware, <http://www.geek.com/news/5500-hentai-pirates-afflicted-by-blackmailing-malware-1191821/>

²⁴ Poznat je i slučaj delovanja trojanskog konja Topig, koji je kompromitovao i ukrao podatke za prijavu za 250.000 bankovnih računa i jednak broj kreditnih i debitnih kartica, imejl adresa i FTP računa.

²⁵ Više o tome: 250.000 Credit Cards Stolen in Wine Industry Hack, <http://svbwine.blogspot.rs/2015/07/250000-credit-cards-stolen-in-wine.html>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

ran računar koristio kao anonimni proksi da se efektivno prikrije korišćenje interneta. Haker na taj način može da surfuje internetom i pogleda internet sajt dok se kolačići, IP logovi i slično nalaze na računaru domaćina.

U istoriji posećenih stranica na računaru žrtve može da se, ali i ne mora da se nalazi i spisak sajtova kojima je hacker koji koristi računar kao proxy posećivao. Prva generacija takvih trojanskih konja često nije prikrivala tragove, dok novije to rade efektivnije. Nekoliko verzija Slavebot-a široko se rasprostranilo u SAD i Evropi i najviše su distribuirani primeri ove vrste trojanaca.

Legalni trojanski konji su trojanski konji u službi policije koji se bave prikupljanjem informacija sa ciljem otkrivanja krivičnog dela (engl. Remote Forensic Software). Ovo je oblik špijuniranja građana koji je u nekim zemljama legalan i vrši se po sudskom nalogu (npr., SAD, Australija). Različita su stano- višta u vezi s pitanjem prihvatanja ove metode dokazivanja. Većina država odbila je ovu mogućnost smatrajući da je legalni trojanski konj u sukobu s Ustavom, jer krši osnovna ljudska prava, dok je u nekim državama u fazi pri- preme (Nemačka, Austrija, Švajcarska)²⁶. Legalni trojanski konji šire se instala- cijom ili aktualizacijom komercijalnih operativnih sistema i drugih softverskih komponenti računara i propagande, kao i putem ISP-ova infiltriranjem u pos- tojeće mehanizme prenosa podataka, koji poznaju takvu mogućnost u svojim proizvodima i uslugama. Trojanski konji koji su odneli najviše žrtava su: Back Orifice, Netbus i SubSeven.

Poslednjih godina, trojanski konji postaju sve veća opasnost korisnici- ma prilikom surfovanja internetom zbog popularnosti botnetova među hake- rima i pristupačnosti oglašivačkih servisa koji dopuštaju autorima da krše privatnost njihovih korisnika. Prema statistikama BitDefender-a iz 2009, 83% detektiranog malicioznog softvera činili su trojanski konji²⁷. Za razliku od već navedenog softvera, postoji i maliciozan softver namenjen krađi podataka (data-stealing malware). Kako naziv kaže, to je softver koji je dizajniran tako da prikupi informacije i prosledi ih trećoj strani bez pristanka ili znanja žrtve, a s namerom oštećivanja žrtve direktnim korišćenjem podataka ili njihovom underground distribucijom.

²⁶ Više o tome: German Government Fesses Up to Spying on Citizens With Trojan, Says It's Legal, <http://www.themarysue.com/german-gov-trojan/>

²⁷ Više o tome: Top 10 malicious programs sent by email, Q2 2015 Most common form of mal- ware, <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/most-common-form-of-malware>

6. Malveri za krađu podataka - Data-stealing malware

U kradljivce podataka spadaju: keyloggeri, spyware, adware, backdoor-i i botov-i. Tehnike koje koriste ovi zloćudni programi rapidno se umnožavaju.

Ova vrsta malicioznih softvera može se instalirati putem drive-by-download-a, a internet stranica koja je domaćin malicioznom softveru je neredko privremena ili lažna, pri čemu se koristi više načina enkripcije, a podaci se krađu prilikom dekripcije. Zahvaljujući ovim malicioznim programima, njihovim tvorcima i korisnicima mogu steći pravo bogatstvo. Uspeh hakera Alberta Gonzaleza (rođ. 1981. godine) ogleda se u krađi putem malicioznih programa i prodaji više od 170 miliona brojeva kreditnih kartica u 2006. i 2007. godini. To je bila najveća računarska prevara u istoriji. Osim pojedinaca oštećene su i mnoge firme poput: BJ's Wholesale Club, TJX, DSW Shoes, OfficeMax, Barnes & Noble, Boston Market, Sports Authority i Forever 21.

Spyware je široka kategorija malicioznog softvera s namenom da presreće ili preuzima delimično kontrolu rada na kompjuteru bez znanja ili dozvole korisnika. Sam naziv sugerise da je reč o programima koji nadgledaju rad korisnika. Međutim, Spyware označava široku paletu programa koji iskorišćavaju korisnikov kompjuter za sticanje koristi za neku treću osobu ili komercijalnu dobit. Pojam spyware prvi put se spominje 1995. godine na Usenet-u u poruci koja je ismevala Microsoft poslovni model. Reč spyware označavala je softver namenjen špijunaži ili prisluškivanju. Početkom 2000. godine osnivač Zone Labs-a Gregor Freund koristio je ovaj pojam u pres izdanju za ZoneAlarm-ov zaštitni mehanizam. Kasnije te iste godine otkriveno je da je Reader Rabbit, edukativni dečji softver koji je razvila firma Mattel, tajno slao podatke spomenutoj firmi. Od tada je spyware postupno počeo zauzimati svoj sadašnji oblik.

Uglavnom se tajno instaliraju na lične računare da bi pratili rad korisnika bez njihovog znanja. Međutim, često se ovi programi i dobrovoljno instaliraju na javnim, deljenim ili kompjuterima neke firme da bi vlasnik pratio aktivnosti korisnika, tj. zaposlenih. Nije redak slučaj da neka osoba koristi spyware da nadzire internet aktivnosti svog partnera. Maliciozni softver Loverspy posebno je dizajniran da tajno prati aktivnosti korisnika tako što će njegov partner moći daljinski da kontroliše računar žrtve, uključujući tu i pristup, promenu i brisanje fajlova, kao i uključivanje kamere. Drugi način inficiranja je korišćenje slabe zaštite sistema, tj. nedostatka antivirusne (brojne antivirusne firme, kao što su Symantec, PC Tools, McAfee i Sophos su svoje anti-

virus programe obogatile antispyware dodacima) i antišpijunske zaštite, tzv. antispyware programa (npr., Ad-Aware, WindowsDefender, SpywareBlaster, Spybot Search & Destroy, Spyware Doctor (PC Tools), Ad-Adware SE (Lava-soft) i Spybot Search & Destroy Patrika Kola (Patrick Kolla).

Aktivni korisnici usluga interneta često su zaraženi s više oblika spyware-a. Kao posledicu postojanja spyware-a korisnik zaraženog kompjutera može primetiti čudno ponašanje sistema ili značajan pad sistemskih performansi (brzine), što je samo po sebi značajan problem. Špijunski softver može da utiče na povećanu aktivnost procesora i veći promet interneta. Takođe, javljaju se problemi sa stabilnošću, programi se naglo ruše, sistem se redovno smrzava, a povremeno nije moguće uspostaviti internet vezu, ili je ona veoma spora.

Sve to može da stvori utisak korisnika da su uzroci tih problema loše performanse računara, problemi s hardverom, Windowsim-a, ili zaraza nekim drugim malicioznim softverom. Neki korisnici teško inficiranih sistem kontaktiraju tehničku podršku ili kupe novi kompjuter zato što im je postojeći sistem „postao je prespor“. U većini slučajeva vrlo zaraženi sistemi iziskuju čistu instalaciju Windows-a (jer se reinstalacijom ne brišu svi podaci s diska), a da bi se povratile funkcionalnost i brzina.

U ovu grupu malicioznih softvera spada i Keylogger ili keystroke logging program, maliciozni softver koji prati pritisnute tastere na računaru, a koristi se za krađu korisničkih lozinki, brojeva kreditnih kartica i ostalih osetljivih informacija koje potom šalje napadaču – neautorizovanom trećem licu.

U trenutku instalacije malicioznog softvera na računar veoma je bitno da ostane neprimećen i nedetektovan, te potom uklonjen. Navedena neprimećenost malicioznih programa ostvariva je zahvaljujući tehnici rutkit. Rutkit kao skup alata prikriva prisustvo napadača tako što omogućuje sakrivanje malicioznog programa u Task Manager-u (engl. hidden process – skriveni proces) ili može da spreči čitanje njegovih fajlova.

7. Zaključak

Zbog brzine širenja i usavršavanja maliciozne programe nije moguće precizno nabrojati, data klasifikacija je samo trenutna slika vladajućih malicioznih programa koje broje najviše žrtava. Svakodnevno smo svedoci i žrtve novih verzija malicioznih programa, koje antivirusi i drugi programi za zaštitu nisu u mogućnosti da preduprede. Zato je neophodna obazrivost pri radu na računaru i zaobilaženje preuzimanja sadržaja nepoznatog pošiljaoca.

Literatura

Bossler, A., Holt, T. (2011), *Malware Victimization, A routine activities framework*, CRS Press, Taylor and Francis Group, United States of America

Cohen, F. (1987), "Computer Viruses Theory and Experiments", *Computers and Security*, vol. 6, pp. 22–35.

Randelović, D., Popović, B. (2010), „Zlonamerni programi“, *Tehnika*, 5/2010, *Elektrotehnika* (59), br. 5, Beograd.

Internet izvori

250.000 Credit Cards Stolen in Wine Industry Hack, <http://svbwine.blogspot.rs/2015/07/250000-credit-cards-stolen-in-wine.html>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

5.500 hentai pirates afflicted by blackmailing malware, <http://www.geek.com/news/5500-hentai-pirates-afflicted-by-blackmailing-malware-1191821/>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

6 Computer Viruses That Changed The World, <http://www.makeuse-of.com/tag/6-computer-viruses-changed-world/>, poslednji put pristupili 12.04.2016. godine.

Computer Virus History I, http://www.mindpride.net/root/Extras/Viruses/computer_virus_history_1.htm, poslednji put pristupili 12.04.2016. godine.

German Government Fesses Up to Spying on Citizens With Trojan, Says It's Legal, <http://www.themarysue.com/german-gov-trojan/>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

History of Mac malware: 1982 – 2011, <https://nakedsecurity.sophos.com/2011/10/03/mac-malware-history/>

http://www.huffingtonpost.com/2010/04/16/kenzero-porn-virus-publis_n_540133.html, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

Kenzero Porn Virus Publishes Web History Of Victims On The Net-- Unless They Pay,

Melissa (computer virus), [https://en.wikipedia.org/wiki/Melissa_\(computer_virus\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Melissa_(computer_virus)), poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

Top 10 malicious programs sent by email, Q2 2015 Most common form of malware, <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/most-common-form-of-malware>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

Top Ten Most Destructive Computer Viruses of All Time, [http:// crunkish.com/top-ten-worst-computer-viruses/](http://crunkish.com/top-ten-worst-computer-viruses/), poslednji put pristupili 12.04.2016. godine.

Trojans And Backdoors, <http://www.webpronews.com/trojans-and-backdoors-2005-08/>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

VB – Virus Bulletin, <https://www.virusbtn.com/pdf/magazine/1990/199003.pdf>, poslednji put pristupili 12.04.2016.godine.

<http://spectrum.ieee.org/telecom/security/the-real-story-of-stuxnet>

**ZNAČAJ I ULOGA INTEGRISANIH KOMUNIKACIJA U
SAVREMENOM BANKARSKOM MARKETINGU**

**THE IMPORTANCE AND ROLE OF INTEGRATED COMMUNICATION IN
CONTEMPORARY BANKING MARKETING**

mr MILICA RAIČEVIĆ,
Univerzitet „Mediterran“ Podgorica

dr JELENA ŽUGIĆ, vanredni profesor,
Univerzitet „Mediterran“ Podgorica

Abstrakt: *Komunikacione potrebe savremenog marketinga u bankarstvu ne mogu se više zadovoljiti klasičnim elementima promotivnog miksa, pa se u ovoj oblasti uvode savremene marketinške strategije. Marketing orijentisana banka ima u fokusu svog poslovanja sadašnje i buduće potrebe svojih klijenata, kao i želje i zahtjeve i prema kojima bi trebalo da usmjeri svoje aktivnosti i poslovanje. U radu je dat strateški pristup marketing komuniciranju, kao osnov novog kvaliteta komuniciranja sa klijentima, koji insistira na uspostavljanju dvosmjerne komunikacije između banaka i različitih ciljnih auditorijuma. Osim fokusiranja na stvaranje "jedinственog izgleda" (grafika, logo, boja i drugi elementi vizuelnog identiteta), banke moraju raditi na formiranju "one voice", u čemu leži i suština savremenih i integrisanih marketing komunikacija u bankarstvu, posebno u eri rastućeg uticaja društvenih medija i u ovoj, nekada tradicionalnoj oblasti pružanja usluga.*

Ključne riječi: *Komunikacija, bankarski menadžment, promocija, društveni mediji*

Abstract: *The communication needs of modern marketing in banking can no longer be fulfilled with the classic elements of the promotional mix, so modern marketing strategies are introduced in this field. A*

marketing oriented bank focuses on the present and future needs of its clients in its business operations, as well as the wishes and demands that it needs to target in its activities and business operations. This paper presents a strategic approach to marketing communication, as a basis for a new quality of communication with clients, which insists on establishing two-way communication between banks and different target audiences. In addition to focusing on the creation of a "unique image" (graphics, logo, colors and other elements of visual identity), banks have to direct their activities towards creating "one voice", where the essence of modern and integrated marketing communications in banking lies, especially in the era of growing influence of social media, even in this once-traditional area of service provision.

Key words: Communication, Banking Management, Promotion, Social Media

1. Uvod

Razvoj finansijskog marketinga, kao posebne oblasti marketinga usluga, vežemo za period 80-ih godina prošlog vijeka, gdje se ovaj koncept javio prvo u SAD, a zatim i u Velikoj Britaniji, Njemačkoj, Francuskoj, da bi se vremenom proširio i u drugim evropskim državama.

Bilo da se finansijski marketing posmatra kao koncepcija, ekonomski proces ili poslovna funkcija, njegova osnovna uloga jeste da se pridobiju novi i zadrže postojeći klijenti, kroz kreiranje i isporučivanje superiorne vrijednosti za kupca. Posebno je imperativno za banke, kao finansijske institucije, da prihvate i primjenjuju marketing kao poslovnu koncepciju i poslovnu funkciju. Marketing orijentisana banka ima u fokusu svog poslovanja kako sadašnje tako i buduće potrebe svojih klijenata, njihove želje, zahtjeve, preferencije prema kojima bi trebala da usmjeri svoje aktivnosti i poslovanje. Primjena marketing koncepta kod banaka najviše se susreće u dvjema aktivnostima: pribavljanju finansijskih sredstava i u plasiranju finansijskih sredstava. Koncept integriranih marketing komunikacija (IMK) banke koriste kako bi povećale prepoznatljivost i izgradile pozitivan stav kod klijenata.

2. Koncept integriranih marketing komunikacija (IMK) u bankarskom sektoru

Komuniciranje sa tržištem moguće je ostvariti na više načina, pri čemu je jedan od najviše primjenjivanih tzv. promocioni miks. Značaj komuniciranja kao jedne od najznačajnijih marketinških aktivnosti, proizilazi iz težnje za uspostavljanjem pune interakcije između preduzeća i njegovih potrošača. Složenost bankarskih usluga uslovljava primjenu tri vrste marketinga: eksternog, internog i interaktivnog marketinga (Zethmal, Bitner & Glemler, 2006: p.486). Eksterni i ineraktivni marketing svoj tok komunikacije usmjeravaju ka eksternoj javnosti. Tok komunikacije eksternog marketinga usmjerava se kroz propagandu, unapređenje prodaje, odnose s javnošću i direktni marketing, dok interaktivni marketing podrazumijeva komunikaciju između uslužnog персонала i potrošača do koje dolazi kroz ličnu prodaju, putem centara za servis potrošača, samog mjesta prodaje i uslužnog ambijenta.

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: str.536). Ova definicija obuhvata sve ključne elemente marketinške komunikacije: pošiljalac, poruka, mediji, primalac i efekti komunikacije.

Opšte promjene u bankarskom okruženju, kao i tehnološka dostignuća, dovele su do promijene u ponašanju potrošača, što je rezultiralo sve većom potrebom za integrisanje svih komunikacijskih aktivnosti, modifikovanje i prilagođavanje komunikacijskih poruka. Kao imperativ bankama i uopšte finansijskim institucijama, koje su tržišno orjentisane, nameće se kreiranje takvog programa komunikacij, čiji će centar pažnje, i na početku i na kraju, biti potrošač. Segmentacija masovnih tržišta, razvoj novih medija, porast sofisticiranosti potrošača, zahtjevi za prilagođenim komunikacijskim pristupom, rezultirali su IMK, kao novim onceptom u komunikacijskoj nauci.

IMK treba shvatiti i prihvatiti kao novi strateški pristup marketing komuniciranju, koji daje novi kvalitet komuniciranju i koji insistira na uspostavljanju dvosmjerne komunikacije između banaka i različitih ciljnih auditorijuma. IMK daje zaokružen pogled na klijente, kroz koji se mogu sagledati i razumjeti svi načini na koje komunikacije mogu uticati na njihovo ponašanje. IMK u bankarstvu bi trebalo da koordinira sredstva pomoću kojih banke pokušavaju da informišu, ubijede ili podsjetu svoje klijente, na direktan ili indirektan način, o svojim proizvodima ili uslugama. Integracijom poruka

upućenih različitim alatima komunikacije, kroz različite medije i različitim ciljnim grupama, nastoji se omogućiti klijentima da shvate: vrijednost bankarskih proizvoda, način korišćenja, efekte korišćenja, kako klijenti mogu biti podstaknuti ili nagrađeni, kao i koga to banka prepoznaje kao ciljnu javnost.

Faktori, koji su usloveli pojavu IMK mogu se podijeliti na tržišne i tehnološke faktore. Tržišni faktori bi bili (Jobber, Fahy, 2006: str.233):

- Povećana konkurencija
- Rast ulaganja u promotivne aktivnosti
- Redistribucija promotivnih aktivnosti
- Promjene u ponašanju potrošača
- Tehnološki faktori, koji su usloveli pojavu IMK su:
- Fragmentacija medija
- Pojave interaktivnih medija
- Mogućnost korišćenja baze podataka.

Prilikom prihvatanja koncepta IMK, banke moraju prihvatiti činjenicu da svi komunikacioni elementi (oglašavanje, unapređenej prodaje, promotivni događaji) moraju govoriti jednim glasom, kako se klijentima ne bi poslale kontradiktorne poruke. Osim fokusiranja na stvaranje “jedininstvenog izgleda” (grafika, logo, boja i drugi elementi vizuelnog identiteta), banke moraju raditi na formiranju “one voice”, u čemu leži i suština integrisanih marketing komunikacija u bankarstvu.

3. Kreiranje komunikativne strategije banke

Savremeni potrošač je pretrpan brojnim informacijama, uz ograničene mogućnosti da primi i obradi sve informacije, zato koristi strategiju ciljnog pristupa, koji se zasniva na upoznavanju karakteristika primalaca poruke i formiranju baze podataka. Da bi banke i finansijske institucije uspješno planirale svoje marketing komunikacije, i da se ne bi ponašale mehanički i u skladu sa trenutnim okolnostima, neophodno je da urade ozbiljnu komunikacionu strategiju, koja obuhvata sledeće faze:

- situaciona analiza (SWOT)
- definisanje ciljnog auditorijuma
- određivanje komunikacionih ciljeva
- izrada poruke (definisanje sadržaja, strukture i formata poruke, kao i izvora poruke)
- izbor kanala komunikacije, odluke o promocijnom miksu i promocijnom budžetu (medija plan)

- mjerenje rezultata kampanje.

Na bankarskom tržištu danas nije najbitnije da li banka nudi najbolji ili najkvalitetniji bankarski proizvod ili uslugu, po najpovoljnijim uslovima, sa najboljom distribucijom ili promotivnim aktivnostima. Na savremenom tržištu uspjeh je određen onim što o našoj ponudi znaju, misle i osjećaju klijenti odnosno pozicijom koju brend banke zauzima u odnosu na konkurentske brendove u očima i svijesti klijenata. U tom smislu se govori o pozicioniranju banke ili neke druge finansijske institucije.

Kod kreiranja strategije komunikacije sa klijentima, važno je uzeti u obzir i koristiti koncept 5W, čiji je ključni cilj da se u fazi planiranja integrišu ključne dimenzije značajne za samu implementaciju komunikacione strategije. Koncept 5W za planiranje marketing komunikacija traži odgovore na pet sljedećih pitanja:

- Ko je naše ciljno tržište? (*Who*)
- Kakvom porukom se treba obratiti ? (*Which message*)
- Kako treba da komuniciramo? (*Which way*)
- Gdje treba komunicirati? (*Which place*)
- Kada treba komunicirati? (*When*)

Iako su ova pitanja veoma jednostavna, odgovori na njih su složeni a posljedice dalekosežne, ne samo kada je u pitanju komuniciranje banke već i njeno poslovanje u cjelini.

4. Specifičnosti promotivnog miksa IMK u bankarskom sektoru

Odluka o promotivnom miksu podrazumijeva uspješno kombinovanje promotivnih alata u promotivni miks, na način da se traži model, koji nudi veću uspješnost, kako bi se na što ekonomičniji način obavio posao. Odgovarajuća kombinacija oblika i metoda promocije predstavljaju promotivni miks, pri čemu svako sredstvo komunikacije posjeduje jedinstvene karakteristike i iziskuje jedinstvene troškove.

Ukoliko su promotivne aktivnosti banke usmjerene na njene proizvode i usluge, neki od ciljeva promocije su (Zelenović, 2015: str.154):

- Da privuče nove klijente
- Da predstavi nove proizvode i usluge banke
- Da ohrabri učestalije korišćenje proizvoda i usluga banke
- Da djeluje protiv konkurentske aktivnosti
- Da stimulise i motiviše osoblje banke
- Da razvije šaltersko i elektronsko poslovanje

- Da ističe karakteristike prodajnih uslova banke.

Faktori koji u velikoj mjeri utiču na izbor promotivnog miksa su (Jobber, Fahy, 2006: str.234):

- Raspoloživi resursi i troškovi promotivnih sredstava
- Veličina tržišta i koncentracija
- Potrebe kupaca za informacijama
- Karakteristike porizvoda
- *Push* strategija nasuprot *pull* strategije.

Promotivni miks u bankarskom sektoru obuhvata sledeće elemente:

Privredna propaganda - Kotler propagandu definiše kao „formu posrednog komuniciranja, koja se vodi preko plaćenih medija i od strane poznatog naručioca“ (Kotler, 2009: str.532) dok Američko udruženje za marketing navodi definiciju: „Propaganda je forma posrednog komuniciranja i prezentacija ideja, proizvoda ili usluga kod koga je poznat pošiljalac“. Ciljevi propagande se mogu podijeliti prema tome da li njena svrha informisanje, ubjeđivanje, posjećanje ili podsticanje. Neke banke imaju razvijene sve funkcije neophodne za planiranje, provođenje i kontrolu propagandnih aktivnosti, dok druge koriste usluge spoljne agencije, koje im pomažu da donesu neke ili sve propagandne odluke. Prije 1995. godine, pored plaćanja ogromnih svota za reklamiranje ili saradnju sa medijima, nije postojala nijedna druga mogućnost da kompanija plasira svoju priču u javnosti (Scott 2009: str.11). U tabeli 1 su istaknute prednosti i nedostaci medija propagandnih poruka.

Lična prodaja - Lična prodaja predstavlja najstariji i najviše primjenjivan oblik promocije, pogotovo u bankarstvu. Pozitivne strane lične prodaje su: interaktivnost jer je moguće odmah odgovoriti na pitanja i otkloniti prigovore, fleksibilnost jer se prezentacije mogu mijenjati prema potrebama klijenata, mogu se predstaviti složeni argumenti, obezbjeđuje se feed back sa klijentom. Negativne strane su: ograničen auditorijum, veliki troškovi po potrošaču i slab imidž.

Direktni marketing - Direktni marketing podrazumijeva korištenje direktnih kanala da bi se doprlo do potrošača i da bi im se isporučili proizvodi ili usluge bez korišćenja marketinških posrednika. Kompanije koriste kao osnovna sredstva direktnog marketinga: direktnu poštu, prodaju od vrata do vrata, telemarketing, televiziju i štampane i druge medije da bi podstakli i izgrađivali bazu podataka o potrošačima. Pošto je cilj direktnog marketinga određena akcija kupca, rezultati komuniciranja mogu se odmah izmjeriti.

Konstantna komunikacija sa kupcima, kao strategija direktnog marketinga, doprinosi pružanju veće vrijednosti kupcima, čime se obezbjeđuje njihova lojalnost, dok je profit upravo rezultat te lojalnosti. Ostvarivanje komunikacija sa potrošačima i podizanje njihovih preferencija vrši se putem medija, uz istovremeno korištenje instrumenata koji su zastupljeni u klasičnom komunikacionom miks-u.

Tabela 1: Prednosti i nedostaci medija propagandnih poruka

<i>Vrste medija</i>	<i>Prednosti</i>	<i>Nedostaci</i>
TV	Mogućnost demonstracije, visoka pažnja, širok domet	Veliki troškovi, manja mogućnost targetiranja
Direktni marketing	Selektirana publika, fleksibilan, može da se personalizuje	Relativno skupo po kontaktu, junk mail, teško je održati pažnju
Dnevna štampa	Fleksibilna, na vrijeme, lokalno tržište	Može da bude skupo, kratak životni ciklus
Radio	Širok auditorijum, segmentirana publika, nisu visoki troškovi	Loša pažnja, kratkoročna izloženost
Žute stranice	Targetiraju lokalne kupce, koji traže informacije u vezi neophodne kupovine	Mnogo drugih konkurenata se nalazi na istom mjesu, teško je diferencirati se
Časopisi	Veoma usko profilisani, detaljni, dobra vidljivost	Nefleksibilni, nwmogućnost čestog prilagođavanja
Internet	Mogućnost postavljanja linkova ka određenom sajtu, neki od njih naplaćuju u odnosu na rezultat, lakše mjee rezultati	Teško je porediti troškove sa ostalim medijima
Outdoor	Fleksibilan, ponovljena izloženost, nije skupo	Masovna publika, veoma kratka izloženost poruci

Izvor: William D. Perreault, Joseph P Cannon, E. Jerome McCarthy, (2008), *Essentials of Marketing*, McGraw Hill, New York, p.392

Internet marketing - Finansijske organizacije bez obzira da li globalne ili lokalne, moraju da uključe Internet pri planiranju komunikacija. Internet se može koristiti kao kanal oglašavanja, sredstvo za odnose s javnošću, način podsticanja prodaje kroz razne nagradne igre i kao podrška ličnoj prodaji. Web sajtovi bi trebali da budu povezani sa ukupnom marketing strategijom, da bude dobro dizajniran i tržišno prilagođen. Najvažnije tehnike sprovođenja Internet marketinga su *e-mail*, *newsletter*, *e-books* i ostale *online advertising* tehnologije, kao što su blog, forum, web sajt.

Unapređenje prodaje - Cilj unapređenja prodaje je da se preko različitih aktivnosti privuku novi kupci i nagrade lojalni, ali i da se poveća stopa ponovne kupovine povremenih korisnika. Aktivnosti unapređenja prodaje su kratkoročnog karaktera na prodaju, ali dugoročan uticaj na vrijednost brenda. Najefektivnije unapređenje prodaje je u kombinaciji sa oglašavanjem. Najčešći oblik unapređenja prodaje u bankarstvu su sitni pokloni, kao što su npr.: privesci, upaljači, olovke, kalendari, kišobrani, futrole za naočale, novčanici, kasiće, satovi i sl. za znakom banke, sloganom banke i/ili imenom. Sitni pokloni se uglavnom daju stalnim klijentima i korisnicima značajnih usluga, kao i radnicima radi bolje motivacije za rad. Zatim, demonstracija usluga, nagradne igre, dostupnost propagandnog materijala na mjestu prodaje spadaju u oblike unapređenja prodaje. Ulaganje u unapređenje prodaje banaka ima dugoročnije efekte.

Publicitet – Ekonomski publicitet označava širenje informacija ili poruka o banci putem medija masovnog komuniciranja, bez posebne nadoknade za usupljeni prostor i vrijeme. Ekonomski publicitet stavlja akcenat na informacije o bankama ili njihovim proizvodima-uslugama, a ne na ubjeđivanje kupaca da kupe proizvode ili usluge date banke. Prednost ekonomskog publiciteta nad ostalim instrumentima integrisanog marketing komuniciranja je što se plasira na tzv. udarnim mjestima u sredstvima javnog informisanja pa je tako njegova vjerodostojnost veća, s obzirom da se ne može kontrolisati sadržaj poruke koja se objavljuje. Njegovanje dobrih odnosa sa medijima je tajna uspješnih banaka jer su odnosi sa medijima od obostrane koristi. Banka ostvaruje dobar publicitet o proizvodu ili usluzi, a mediji žele dobru vijest koja će im povećati tiraž. Publicitet se ostvaruje putem: kolumne, članaka za publikacije, saopštenja za medije, konferencija za novinare, prijema za novinare kroz planirane medijske događaje, javnog obraćanja.

Sponzorstvo – Sponzorstvo kvalitetnih događaja ili projekata podiže imidž banke ili marke, te bi trebalo biti u vezi sa funkcijom istraživanja tržišta, marketinškom strategijom i marketinškom komunikacijom. Kroz sponzorstvo, sponzor i sponzorisani ostvaruju bolje komunikacije i poslovne rezultate.

Društvene mreže – Najnoviji kanal komunikacije, i jedan od ključnih alata direktnog marketinga, koji kroz interaktivnu komunikaciju sa korisnicima omogućava transfer informacija na najbrži i najefikasniji način (Lamb, Hair, McDaniel 2013: str. 322). Komentari i blogovi korisnika predstavljaju za kompaniju *feed back* o proizvodima i uslugama. činjenica je da blogove čita samo 20 do 30% ljudi koji se bave marketingom i odnosima sa javnošću, iako

nikada kao danas nije bilo lakše saznati šta tržište misli o vama, vašoj kompaniji i proizvodima (Scott 2009: str.47). Sa pojavom platformi društvenih mreža kao što su *Facebook* i *Twitter*, došlo je do razvoja trenda, da se od banaka očekuje pružanje usluga preko ovih platformi. Banka *Bank of America* prestala je da koristi svoj korporativni blog i usredsredila se isključivo na *Facebook* i *Twitter*, gdje se nalaze njeni klijenti (Roger Yu 2012). Za razliku od konvencionalnih medija društvene mreže omogućavaju bankama da uvide i osjećanja svojih potrošača, kao i obostranu komunikaciju između banke i klijenta. Istraživanja su pokazala da je već od 2008, oko 45% potrošača koristilo društvene mreže za informisanje o proizvodu ili brendu u odnosu na one koji su takve informacije potražili na sajtu banke (Zelenović, 2015:str.171). Dakle, poslednjih godina, u kontekstu novog tehnološkog ambijenta, imamo dolazak društvenih medija i njihovo povećano učešće u finansijskim uslugama (PwC, 2011, KPMG, 2012). Wipro i Efma (2013) predlažu da je *Facebook* najistaknutija društvena medijska platforma koju koriste banke, dostižući preko jedne milijarde mesečno aktivnih korisnika do kraja 2012. Broj mjesečnih aktivnih korisnika na *Facebook*-u je u stvari porastao za 40% u poslednje dvije godine, a najviše razvijena tržišta su SAD i Kanada. Prema Wipro i Efma (2013: p.6), "brz rast digitalnih kanala u poslednjih deset godina je bio jedan od najjačih, najsnažnijih i najvažnijih trendova.... ". Dok nijedna banka nije spremna da uvede društvene medije "(Fields, 2012: pp.14-19) iz razloga kao što su ograničenja resursa i unutrašnja kultura, "banke će morati da zadrže jedno oko na horizontu da bi se osiguralo da oni ostaju na vrhu najnovijih trendova i iskorištavanja najvećih mogućnosti "(KPMG, 2012: p.5).

Ostali oblici komunikacije – U ostale oblike komunikacije mogu se svrstati: besplatne konsultacije, besplatni seminari, event marketing, ambijentalni marketing. Na konsultacijama se može demonstrirati klijentima jednostavnost elektronskog bankarstva i na taj način, kroz istovremene konsultacije i demonstracije, privući sve više klijenata. Besplatne konsultacije mogu biti vrlo efektne i voditi ka prodaji. Besplatni seminari ili radionice privlače potencijalne klijente, a onda ih preobraćaju u stalne. Na seminaru je potrebno publici pružiti vrijedne informacije i prezentovati efikasnost proizvoda i usluga, te vlastitu stručnost. Za taj dio izlaganja poželjno je odvojiti $\frac{3}{4}$ predviđenog vremena za seminar. Ostalu četvrtinu vremena treba iskoristiti za prodaju, odnosno za promovisanje ponude. Organizovanje događaja je veoma zahtjevan i odgovoran posao kojem se treba profesionalno posvetiti, kako bi dao zadovoljavajuće rezultate. Marketing kroz događaje je prisutan i u bankarstvu kroz

organizovanje zanimljivih i jedinstvenih događaja. Uspješnost marketinga kroz događaje je teško ocijeniti. Važno je zadovoljstvo organizatora marketing događaja, ali je još važnije zadovoljstvo gostiju, što je teško mjerljivo obzirom na različitost ukusa. Poslije završetka događaja potrebno je napraviti njegovu analizu, razmotriti moguće krizne situacije tokom događaja, eventualne propuste i nedostatke u cilju budućeg poboljšanja. Ambijentalni marketing (*Ambient Media Marketing*) je nestandardni tip oglašavanja koji se fokusira na pozicioniranje oglasa. Oglasi se stavljaju na zadnjim stranama bioskopske karte, računa, cjenovnika, na balonima, na korpama u supermarketu, na podu u toaletu, na držačima autobusa, na kesama, na žardinjerama za cvijeće, parkiralištima i bankomatima, pokretnim stepenicama, ulicama grada i drugim mjestima kuda se kreću ljudi. U ambijentalni marketing spada i oglašavanje na autobusima i automobilima, stavljanje propagandnog oglasa na gradske klupe, uređenje gradskog centra od strane renomiranih kompanija. Ambijentalni marketing se postavlja sa ciljem da iznenadi ljude i da napravi drugi i jedinstven osjećaj, odnosno da stvori određenu atmosferu.

Banke ulažu značajan novčana sredstva u promociju putem medija masovne komunikacije, ali treba imati u vidu, da bez obzira koliko kvalitetna poruka bila, izostaće njeni pozitivni efekti ukoliko ne bude emitovana putem medija identiteta i primjećena od auditorijuma kojem je namjenjena. Upravo je to razlog, zbog koga banke moraju poznavati osnovne karakteristike svih oblika promocije i medija, kao i njihove snage i slabosti.

5. Zaključak

Marketing u bankarstvu, kao poseban oblik marketinga usluga, bilo da se posmatra kao koncepcija, ekonomski proces ili poslovna funkcija, ima osnovnu ulogu pridobijanja novih i zadržavanja postojeći klijenti, kroz kreiranje i isporučivanje superiorne vrijednosti za klijente. Marketinški orjentisana banka ima u fokusu svog poslovanja kako sadašnje tako i buduće potrebe svojih klijenata, njihove želje, zahtjeve, preferencije prema kojima bi trebala da usmjeri svoje aktivnosti i poslovanje. U cilju povećanja prepoznatljivosti i izgradnje pozitivnog stava kod klijenata, primjenjuje se koncept integrisanih marketing komunikacija. Opšte promjene u bankarskom okruženju, kao i tehnološka dostignuća, dovele su do promijene u ponašanju potrošača, što je rezultiralo sve većom potrebom za integrisanje svih komunikacijskih aktivnosti, modifikovanje i prilagođavanje komunikacijskih poruka. Integracijom poruka upućenih različitim alatima komunikacije, kroz različite medije i razli-

čitim ciljnim grupama, nastoji se omogućiti klijentima da shvate: vrijednost bankarskih proizvoda, način korišćenja, efekte korišćenja, kako klijenti mogu biti podstaknuti ili nagrađeni, kao i koga to banka prepoznaje kao ciljnu javnost.

Banke moraju raditi na formiranju "one voice", u čemu leži i suština integrisanih marketing komunikacija u bankarstvu. Na bankarskom tržištu danas nije najbitnije da li banka nudi najbolji ili najkvalitetniji bankarski proizvod ili uslugu, po najpovoljnijim uslovima, sa najboljom distribucijom ili promotivnim aktivnostima. Na savremenom tržištu uspjeh je određen onim što o našoj ponudi znaju, misle i osjećaju klijenti odnosno pozicijom koju brend banke zauzima u odnosu na konkurentske brendove u očima i svijesti klijenata. Konačno, banke moraju poznavati osnovne karakteristike svih oblika promocije i medija, kao i njihove snage i slabosti, sam proces donošenja odluke o izboru oblika promocije, koji osim izbora medija obuhvata i odluke o učestalosti, terminima oglašavanja, mogućnosti medija u dosezanju ciljne grupe korisnika, a sve u cilju postizanja maksimalnih efekata promocije.

Literatura

Fields, N. (2012), *Starting of social media*. ABA Bank Marketing, 44(1).

Jobber, D, Fahy, J. (2006), *Osnovi marketinga*, Data status, Beograd.

Kotler, P. (2003), *Marketing Management*, Prentice Hall.

Kotler, P. (2009), *Upravljanje marketingom*, 9-to izdanje, Mate doo, Zagreb.

Kotler, P., Keller, L.K. (2006), *Marketing menadžment*, Data Status, 12. izdanje, Beograd.

Kotler, P., Vong, V., Sonders, Dž., Armstrong G. (2008), *Principi marketinga*, 4. izdanje, Mate, Beograd.

KPMG (2012), "The social banker: Social media lessons from banking insider", <http://www.kpmg.com/global/en/issuesandinsights/articlespublications/social-banker/pages/social-banker-report.aspx>, datum pristupa 10.09. 2017.

Lamb, C., Hair, J., McDaniel, C. (2013), *Marketing MKTG*, Data Status, Beograd.

Lovelock, C. (2000), *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, Prentice Hall.

Perreault, W. D., Cannon, J.P., McCarthy, E.J. (2008), *Essentials of Marketing*, McGraw Hill, New York.

PwC (2011), "The new digital tipping point", https://www.pwc.com/en_GX/gx/banking-capital-markets/publications/assets/pdf/pwc-new-digital-tipping-point.pdf, datum pristupa 10.09.2017.

Roger Yu (2012), "More Companies Quit Blogging, Go with Facebook Instead", USA Today, www.usatoday.com/tech/news/story, (datum pristupa 27.08.2017.).

Scott, D. M. (2009), *Nova pravila marketinga i odnosa s javnošću*, Mikro knjiga, Beograd.

Veljković, S. (2009), *Marketing usluga*, Ekonomski fakultet, Beograd.

Wipro and Efma (2013), "The global retail banking digital marketing report 2013", Wipro and Efma, <http://www.wipro.com/documents/the-global-retail-banking-digitalmarketing-report-2013.pdf>, datum pristupa 17.09.2017.).

Zelenović, V. (2015), *Marketing u bankarstvu*, Proleter a.d. Bečej, Subotica.

Zethmal V. A., Bitner M., Jo., Glemmler, D. (2006), *Services Marketing*, 4th edition, Mc Graw Hill, International edition.

**RAZVOJ I ODRŽAVANJE ODNOSA S JAVNOŠĆU MINISTARSTVA
PROSVETE, NAUKE I TEHNOLOŠKOG RAZVOJA
REPUBLIKE SRBIJE PUTEM INTERNETA**

**DEVELOPMENT AND MAINTENANCE OF PUBLIC RELATIONS OF THE
MINISTRY OF EDUCATION, SCIENCE AND TECHNOLOGICAL
DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF SERBIA ON THE INTERNET**

dr SLOBODAN VULETIĆ, profesor
Savez učitelja Republike Srbije

Apstrakt: U članku je analiziran rad Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja na polju ostvarivanja odnosa s javnošću kao strateškog procesa komunikacije, koji gradi uzajamno korisne odnose između organizacija i njihovih javnosti. Polazeći od teorijskih i praktičnih osnova savremenih odnosa s javnošću u obrazovanju, razmatrali smo uloge i funkcije PR službe u procesu komunikacije sa stručnom i laičkom javnošću putem novih medija. Analizom su obuhvaćeni: internet stranica kao javna prezentacija Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, kao i komunikacioni kanali Facebook, Twitter, Youtube. U zaključnom delu rada istakli smo najbitnije nalaze i dali preporuke koje mogu da unaprede rad PR službe u okviru Ministarstva na polju komunikacije sa ciljnim javnostima.

Ključne reči: Novi mediji, Ministarstvo prosvete, odnosi s javnošću, javno mnjenje

Abstract: Work conducted by Ministry of education, science and technological development (MESTD in further text) has been analyzed in this article, especially concerning public relations as strategic process of communication, which builds mutually beneficial relations between organizations and the public. Taking theoretical and practical grounds on which current public relations are made in area of education, we have considered roles and functions of PR offices in commu-

nication process with representatives expert and common public which are conducted by the new media. This analysis encompasses internet pages as MESTD educational presentation, as well as communication channels - Facebook, Twitter, Youtube. Conclusion of this work emphasises the most important findings and gives recommendations for improvement of PR office as a part of MESTD on the field of communication with targeted audience.

Key words: *New media, Ministry of Education, Public Relations, Public Opinion*

1. Uvod

Obrazovanje uključuje (direktno ili indirektno) velik broj građana jedne države i sledstveno tome, ono privlači pažnju i interesovanje različitih grupa javnosti, jer obrazovanje pored nauke, religije, politike i zdravlja spada u najznačajnije teme koje su od *javnog interesa*. Škole, državni fakulteti i instituti su nosioci promena u obrazovanju i nauci u svakoj zajednici i to su ustanove otvorenog tipa, te se nazivaju *javne ustanove* (Habermas, 1969: 8). O njihovom funkcionisanju, ugledu, reputaciji i uspehu u svakoj državi brinu nadležne institucije na čelu sa resornim Ministarstvom kao Vladinom organizacijom. Pošto svaki pojedinac kao građanin i pripadnik određene grupe javnosti gradi individualni odnos, formira stav i mišljenje o obrazovanju, time se stvara dinamična atmosfera o funkcionisanju obrazovnog sistema i kreira *javno mnjenje o obrazovanju*. Uloga Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije na polju organizovanja, uspostavljanja, održavanja i evaluacije odnosa s javnošću ima sve veći značaj jer još uvek „široj javnosti nije dovoljno poznata stvarna struktura obrazovnog i školskog sistema, a predstava o raspodeli moći i uticaja unutar sistema je nepotpuna i maglovita, to se i lokalno i nacionalno mnjenje o obrazovanju uglavnom usmeravaju na ono što je za posmatrača sa strane najvidljivije – na školu, a u školi na nastavnike i učenike, tj. na krajnje i neposredne aktere obrazovne delatnosti“ (Havelka, 2000: 13).

Kako bi nacionalna javnost u Republici Srbiji imala potpune informacije i jasnu sliku o strukturi obrazovnog sistema, o izazovima i postignutim rezultatima, Ministarstvo prosvete bi kao krovna institucija, na sistemskom nivou trebalo da organizovano vrši svoju funkciju u komunikaciji sa ciljnim grupama, i da putem medija plasira sve informacije koje se tiču tema od javnog interesa. To je neophodno jer su „teme javnog mnjenja o obrazovanju

(koje se kreću u rasponu od materijalnih nedostataka škole pa do školskih programa) najčešće pogrešno adresirane i usmerene kritički na nastavnike i zaposlene u školi.

Često se „zapaljiva“ javnost lako aktivira i preovladavaju negativni komentari i negativno javno mnjenje. U tom smislu mediji mogu značajno da utiču na „socijalnu vidljivost“ u javnoj sferi o zbivanjima u obrazovanju (Vuletić, 2016: 350). Kao posebna promena na polju povećanja socijalne vidljivosti u dokumentu *Strategija razvoja obrazovanja u Republici Srbiji do 2020. godine*, navodi se da je potreban razvoj mera za promenu medijskog odnosa prema obrazovanju. Ministarstvo prosvete je prepoznalo tu potrebu pa je „neophodno razviti taj aspekt i angažovati specijalno edukovanu osobu za plansko i sistematsko (a ne ekscenno) izveštavanje o obrazovanju u medijima, pogotovo za takozvani krizni menadžment (situacije kada se dešavaju povrede, nesreće, zloupotrebe i drugi ozbiljni prekršaji u okviru škola i fakulteta)“ (Vuletić, 2016: 351).

2. Terminološko-pojmovni okvir: javnost, javno mnjenje, javna sfera

Kada je proces odnosa s javnošću u pitanju, neophodno je definisati teoretski okvir unutar kog se prepoznaju kategorije: javnost, javno mnjenje, javna sfera, dok je složen proces odnosa s javnošću sintetičkog karaktera i predstavlja „fenomen za sebe“. Javnost se može definisati kao socijalna zajednica demokratskog karaktera ili društvena grupa građana, koja javno vodi brigu o pitanjima od opšteg interesa, te zauzima komunikacijski prostor koji se tiče svih građana i ima karakter koji se ističe transparentnošću političkog života (Vuletić, 2015: 23).

U vezi sa javnošću je i pojam *javnog mnjenja*: „Javno mnjenje (srp. arhaizam „mniti“: misliti) u javnoj sferi određene socijalne zajednice je izražavanje mišljenja pripadnika javnosti u cilju njihovog aktivnog učešća u rešavanju problema od opšteg interesa. Javno mnjenje je dokaz postojanja javnosti, budući da su javnost i javno mnjenje dva aspekta istog fenomena“ (Miletić, Miletić, 2012: 109).

Delovanje javnosti zato nije moguće izvan javne sfere iako je ona po karakteru otvorena i predstavlja „uslov funkcionisanja javnosti kao društvene grupe u određenoj socijalnoj zajednici“ (Miletić, Miletić, 2012: 107). Javnost predstavlja prostor, koji može biti i medijski prostor, unutar kog se promišljaju pitanja od javnog, opšteg značaja i interesa, dok se pod javnim mnjenjem podrazumeva mišljenje ili zbirni naziv za izražena mišljenja određenih struja gra-

đana ili socijalnih zajednica, koje se mogu organizovati na nekoliko nivoa i mogu se strukturirati. Razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija svakako utiče na sfere društvene transformacije i komunikacije i vodi do nastanka novih medija, koji izazivaju promene u realizaciji procesa odnosa s javnošću. Globalna komunikaciona mreža u obliku interneta značajno utiče na savremenu javnost sa potencijalom da razvija dvosmerne relacije. Usled razvoja novih medija došlo je do promena uloge javnosti, ne samo u semantičkom, nego i u evolutivnom smislu, pa tako savremenu javnost obeležava: *proliferacija komunikacionih centara i kanala, zasićenost društva medijima* (masovnog komuniciranja), *interaktivnost, masifikacija, fragmentiranost*, usled koje nastaje više javnosti koje zbirno čine jednu društvenu celinu.

3. Internet, novi mediji i PR

Internet postaje komunikacijski centar za razmenu mišljenja i prenos poruka različitog značenja. Informacije koje se pohranjuju, uvek su dostupne. To nudi mogućnost vraćanja na informacije, dopunjavanje i stvaranje novih značenja.

Osim toga, hipertekstualnost, multimedijalni sadržaji i interaktivnost neke su od karakteristika komunikacije putem interneta (Vuletić, Todorović, 2014). Usled toga on predstavlja novu okosnicu tehnološkog razvoja, primene inovativnog znanja i obeležava „drugo medijsko doba“ kao globalni dijaloški multimedij (Duronjić, 2011: 188). U odnosu na klasične medije i tradicionalni format (štampa, radio, televizija), internet je otvoreniji za komunikaciju, poseduje „visok kvantitet poruka i informacija“, veća je fluidnost informacija i ima potencijal konvergencije koji podiže dijaloški kapacitet (Duronjić, 2011: 189). Internet razvija nekoliko vidova interakcije i asinhronu ili sinhronu komunikaciju: 1. komunikaciju između dva komunikatora (e-mail), 2. jedan komunikator sa mnogima (listeserv.), 3. slanje poruka bazama podataka (news group), 4. komunikacija u realnom vremenu (chat), 5. mnogo komunikatora sa mnogima (peer to peer) (Duronjić, 2011: 190). Na temelju toga, *sajber prostor* nudi mogućnost formiranja internet sajtova, portala, onlajn časopisa, blogova, veb-foruma, soba za četovanje, video kanala i različitih socijalnih mreža unutar kojih građani imaju mogućnost učestvovanja u javnoj sferi. Takva savremena internet komunikacija ima potencijal za otvorenu razmenu mišljenja i javne rasprave u cilju uspostavljanja i održavanja dobrih odnosa i relacija između različitih subjekata. Kada su u pitanju novi mediji „Delovanje odnosa s javnošću i marketinga na području interneta može nas navesti na zaključak da su

“novi” odnosi s javnošću usmereni na personalizaciju i dvosmernu kontinuiranu interaktivnost, uz stalnu prilagodbu krajnjem korisniku” (Demeterffu Lančić, 2010: 158).

Odnosi s javnošću čine izuzetno važan segment funkcionisanja savremenog društva. Kao važan deo upravljačke funkcije u organizaciji, oni pomažu uspostavljanju i održavanju linije komunikacije i saradnje organizacije sa okruženjem. Kako je društvo vrlo složeno i sastavljeno od različitih organizacija, preduzeća i tipova sektora, prema tipu organizacije oblikuje se sadržaj procesa odnosa s javnošću (PR) i tada se razlikuju privredne, političke i neprofitne organizacije. Kada se govori o odnosima s javnošću, veći broj definicija ističe opšti karakter ovog procesa.

Britanski Institut za odnose s javnošću (The Institute of Public Relations – IPR) definiše odnose sa javnošću na sledeći način: „Odnosi sa javnošću su planirano i kontinuirano nastojanje da se uspostavi i održava dobra volja i međusobno razumevanje između organizacije i njenog okruženje.“ Na drugom kontinentu Američko udruženje za odnose sa javnošću (The Public Relations Society of America - PRSA) definiše ih na sledeći način: „Odnosi sa javnošću su strateški proces komunikacije koji gradi uzajamno korisne odnose između organizacija i njihovih javnosti“. Prema definiciji Američke organizacije *National School Public Relations Association (NSPRA)* odnosi sa javnošću u obrazovanju su „planirana, sistematska funkcija upravljanja, osmišljena u cilju poboljšanja programa i usluge obrazovnih organizacija. Oslanjaju se na sveobuhvatan, dvosmerni proces komunikacije uključujući internu i eksternu javnost sa ciljem podsticanja i unapređenja boljeg razumevanja uloge, ciljeva, postignuća i potrebe organizacije“. Proces strateškog upravljanja odnosima s internim i eksternim javnostima u obrazovanju uključuje komunikaciju sa: 1) zaposlenima u obrazovanju, 2) učenicima i studentima, 3) roditeljima i starateljima, 4) lokalnom zajednicom, 5) medijima, 6) ostalim predstavnicima vlasti. U praksi odnosa s javnošću, akcenat stavlja na dva pitanja koja bliže opisuju organizaciju i ostvarivanje odnosa s javnostima (ciljnim grupama):

1. KAKO se ostvaruju odnosi s javnostima?

2. KO ostvaruje odnose s javnostima?

U potrazi za najpogodnijim modelom PR -a u svim organizacijama, autor Grunig i drugi saradnici su došli do zaključka da PR doprinosi organizaciji i njenoj efektivnosti jer uspostavlja harmoniju između ciljeva organizacije i očekivanja njenih ključnih javnosti (Grunig, 2006). U savremenim odnosima sa javnošću i odnosima s medijima postoje četiri dominantna modela:

- Reklamno zastupništvo, propagandni model (Press agency model).
- Model javnog informisanja (Public information model).
- Dvosmerni asimetrični model (Two-way asymmetric model).
- Dvosmerni simetrični model (Two-way symmetric model) (Miočić, Rotar, 2012)

Dvosmerni simetričan model odnosa sa javnošću oslanja na otvoren sistem dvosmerne komunikacije, uzajamnog primanja i odavanja informacija.. Model se bazira na uzajamnom poštovanju i naporima da se postigne uzajamno razumevanje i posebno je važan u kreiranju organizacione kulture i prevazilaženju krize (Wigley, Zhang, 2014). Često se koriste teorije komunikacija bazirane na ravnoteži i postizanju konsenzusa pre nego na persuazivnom delovanju. Cilj je postizanje međusobnog razumevanja javnosti i organizacije. Ovaj model veliku pažnju posvećuje javnom mnjenju i zato zahteva mnogo napora, pregovora, istraživanja i evaluacije kako bi se postigao kompromis. Dvosmerni simetrični model odnosa s javnošću zahteva ozbiljan pristup u procesu PR-a, pa ostaje pitanje u kojoj meri je Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja kao Vladina organizacija spremna da razvija kapacitete kako bi upravljalo komunikacijom sa ciljnim javnostima.

Odgovor koji je u vezi sa pitanjima KO i KAKO ostvaruje odnose s javnošću prema stepenima upravljanja komuniciranjem, može se pronaći i u teoriji o tri nivoa PR-a: „micro-level“ (mikro nivo - socijalna interakcija između pojedinaca), „meso-level“ (srednji nivo - organizacioni nivo), „macro-level“ (makro nivo - društveni odnosi i komunikacija na najvišem nivou strukture). (Bentele, Mühlberg, 2010) *Mikroanalitički* nivo znači da se posmatraju aktivnosti i interakcije između pojedinaca, odnosno analiziraju se njihovi motivi i ciljevi, kao i efekti rada. Analizira se komunikacija na tom primarnom, interpersonalnom nivou. *Organizacioni* nivo opisuje komunikacioni proces u određenoj organizaciji, dok se sama organizacija shvata kao nivo koji posreduje između društvenih funkcionalnih sistema, i kao podsistem društva, u okviru socijalnog sistema u celini.

Na ovom nivou, posebno se analiziraju zadaci, radnje, programi i odluke koje se sprovode, a u interesu su organizacije kao i poslodavca.

Makroanalitički nivo razmatra ulogu da li je PR društveno funkcionalan sistem ili je deo sistema. U odnosima s javnošću Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije trebalo bi biti obuhvaćena sva tri nivoa analize. Pitanje je u kojoj meri je sadašnji sistem, normativno i kadrovski, spreman da ostvaruje strateške ciljeve na polju unapređenja odnosa sa ciljnim

javnostima, iako je to ideal kojem treba težiti u perspektivi imajući u vidu potrebe, duh vremena i promene koje donose novi mediji.

4. Ostvarivanje odnosa s javnošću Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije

Cilj ovog rada je da ispitamo i opišemo način na koji se odnosi s javnošću Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja (u daljem tekstu MPNTR realizuju putem novih medija. Istraživački *zadaci* odnosili su se na: a) analizu internet prezentacije MPNTR, b) analizu materijala MPNTR koji se nalaze na komunikacionim kanalima Facebook, Twitter, Youtube. *Hipoteza* od koje smo pošli u istraživanju je da se odnosi s javnošću Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja koji se realizuju putem novih medija baziraju se na modelu javnog informisanja. *Metodom* analize sadržaja ispitani su iskorišćeni potencijali i date su preporuke o ostvarenim odnosima s javnošću.

Internet prezentacija MPNTR nalazi se na adresi <http://www.mpn.gov.rs/> i služi kao zvanično glasilo Ministarstva. Pošto u samom MPNTR postoji služba za odnose s javnošću koja je organizovana po principu internog podsistema za PR. Naziv službe za odnose s javnošću je *PR služba i protokol*. Služba broji tri člana sa funkcijom: 1. Savetnik ministra za saradnju sa medijima, 2. PR Ministarstva, 3. Protokol.

U opisu rada službe na sajtu Ministarstva stoji: „Najave za događaje, sednice i druge aktivnosti Ministarstva na kojima je dozvoljeno prisustvo medija i/ili građana blagovremeno se postavljaju na internet stranici Ministarstva. Takođe, obaveštenja se upućuju i putem sredstava javnog informisanja.”¹ Takođe stoji da svi medijski zahtevi moraju da budu upućeni putem mejla osobama zaduženim za saradnju sa medijima i javnim glasilima. Postoji osoba koja je zadužena za saradnju sa medijima i javnim glasilima u Ministarstvu prosvete, nauke i tehnološkog razvoja. Takođe postoji ovlašćeno lice za informacije od javnog značaja Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i rukovodilac Grupe za javnost rada i planiranje i izveštavanje o radu Ministarstva. Na sajtu je moguće pronaći i preuzeti detaljan dokument pod nazivom Informator o radu, koji se blagovremeno ažurira i na osnovu kog se može videti sistematizacija i celokupna organizacija rada MPNTR.

Posebna *Grupa za javnost rada i planiranje i izveštavanje o radu Ministarstva* obavlja poslove koji se odnose na: „izradu plana rada i izveštaja o ostvari-

¹ Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/informacije-za-medije/> sajt posećen 17.1.2017.

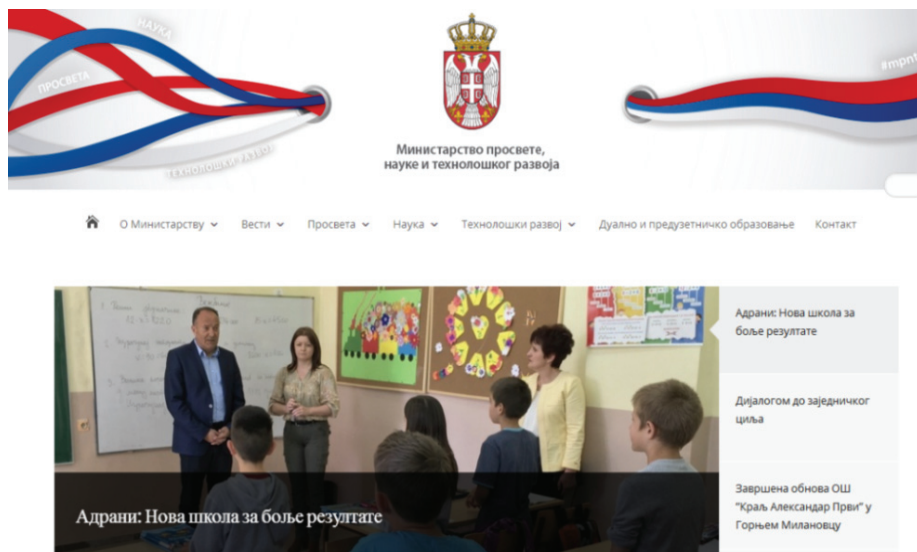
vanju plana rada Ministarstva za potrebe Vlade; izradu informacije o radu Ministarstva za potrebe Narodne skupštine; pripremu odgovora na zahteve i na žalbe po zahtevu za slobodan pristup informacijama od javnog značaja; izradu Informatora o radu Ministarstva; saradnju sa Kancelarijom Zaštitnika građana i pripremu odgovora po zahtevima Zaštitnika građana; informisanje javnosti o radu Ministarstva; praćenje i analizu izveštavanja štampanih i elektronskih medija o radu Ministarstva; izradu predloga za unapređivanje javnosti rada Ministarstva; planiranje interne komunikacije i sprovođenje internog obaveštavanja zaposlenih; pripremu i sprovođenje Plana integriteta Ministarstva; izradu Predloga plana za sprovođenje postupka procene rizika i učešće u pripremi Akta o proceni rizika; praćenje primene mera za bezbednost i zdravlje na radu; saradnja sa osiguravajućim društvom u oblasti osiguranja zaposlenih u Ministarstvu; i druge poslove u skladu sa zakonom.”²

Smatramo da je kadrovski nedovoljno da rad celog Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja na ovom polju vrši jedna ili dve osobe. To može da ukaže na nerazumevanje značaja organizovanja i ostvarivanja odnosa s javnošću škola u Srbiji.

Ukoliko se želi ostvariti vidljiviji pomak u ovoj oblasti, potreban je stručni tim, sastavljen od ljudi koji poznaju probleme obrazovanja i vaspitanja, poseduje komunikacione kompetencije, metodološku osposobljenost, analitičnost i jake relacije sa predstavnicima medijskih organizacija kao profesionalni komunikator PR.

Sa aspekta *grafičkog dizajna*, sajt MPNTR ima uređene i dobro kombinovane elemente teksta i slika, pa ostavlja vizuelni utisak odgovorne organizacije. Dominira pravolinijski format i simetrija, kao i boje nacionalne zastave sa elementima bele, crvene i plave. Sajt je moguće čitati na ćirilici i latinici, dok ne postoji opcija da se informacije čitaju na nekom stranom jeziku. Dostupni su i infografici sa relevantnim informacijama namenjenim javnosti koji bi trebalo da je predstave kao organizaciju od nacionalnog značaja.

² Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/informator-o-radu/> strana 39. Dokumenta Informator o radu



Slika 1. Internet prezentacija MPNTR

Sa aspekta *tehničke implementacije* sajt MPNTR nije osmišljen kao interaktivni medij na polju pružanja informacija svim zainteresovanim stranama i uspostavljanju dvosmerne komunikacije između "sajta" i zainteresovanih "korisnika". Komunikacija sa javnošću se obavlja putem elektronske pošte *kabinet@mpn.gov.rs*, telefonski, lično ili putem pošte. Osim toga, moguće preuzeti sadržaj sajta, što je i naznačeno u donjem delu početne stranice (fasade sajta). Postoji prostor za proširenje na sve organizacione jedinice- školske uprave, a posebno se proširenje odnosi na višejezičnost i engleski jezik, kao i obezbeđenje servisne podrške za mobilne platforme i sve prisutnije komunikacione uređaje poput tableta.

Sa aspekta *marketing poruke*, informacije koje se nalaze na sajtu sugerišu da MPNTR aktivno radi na razvoju obrazovnog sistema, obnavljaju se postojeće škole, ministar se interesuje za probleme naučnih institucija kao što su instituti i posećuje iste, ministar posećuje i predškolske ustanove te se promoviše naučno-tehnološki razvoj u okviru kog se školama poklanjaju roboti, a zainteresovane strane se pozivaju na učešće na sajmovima tehnike i primena informaciono-komunikacionih tehnologija i inovacija u obrazovanju. Primetno je da se na fotografijama sa sajta uglavnom nalazi ministar obrazovanja, iako se u ministrovom kabinetu nalazi preko dvadeset osoba na pozicijama pomoćnika ministra, državnog sekretara, savetnika i rukovodioca grupa, koji sa ministrom prosvete obavljaju odgovorne funkcije.

Verovatno se želi ostvariti cilj da se ministar prikaže kao dinamična osoba koja rukovodi resorom i svakodnevno provodi vreme „na terenu“ u ispitivanju problema i komunikaciji sa ciljnim javnostima, zaposlenima u obrazovanju i nauci, učenicima, studentima, predstavnicima sindikata i ostalim ministrima. Poruke koje se žele slati vode ka stvaranju poverenja u Ministarstvo putem jačanja poverenja u samog ministra.

Sa aspekta *navigacije*, pošto se u nadležnosti ovog Ministarstva nalazi više od jedne oblasti, otvaranjem stranice primete se da postoje grupe pod nazivom: O Ministarstvu, Vesti, Prosveta, Nauka, Tehnološki razvoj, Dualno i preduzetničko obrazovanje, Kontakt. Na sajtu se objavljuju svi najnoviji pravni akti, strategije, dokumenta i propisi. Osim toga, objavljuju se stipendije za studente, kao i konkursi i javni pozivi koji su upućeni stranama zainteresovanim za saradnju sa Ministarstvom. Sama navigacija nije u potpunosti problematična za korisnike, ali se nakon posete sajtu ne stiče jasan utisak gde se tačno mogu pronaći željene informacije i koji su putevi dolaska do njih. Stranice izgledaju skoro identično, što otežava navigaciju korisnika.

Sa aspekta *spremnosti za pretragu*, u gornjem desnom uglu početne stranice postoji prostor za unos reči za pretragu koji olakšava navigaciju na sajtu i dolazak do željenih informacija. Poseban deo koji je uočljiv na polju pretrage, predstavljen je po nazivom „Javnost u radu“ u okviru kog se nalaze najsvežije informacije i tabelarni pregledi u oblasti predškolskog i srednjeg obrazovanja. Postoji i poseban deo o informacijama od javnog značaja za koje stoji: „U skladu sa članom 16. Zakona o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja, Ministarstvo će u roku od 15 dana od dana prijema zahteva, tražioca obavesti o posedovanju informacije, stavi mu na uvid dokument koji sadrži traženu informaciju, odnosno izdati mu ili uputi kopiju tog dokumenta. Ako Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja nije u mogućnosti, iz opravdanih razloga, da u navedenom roku postupi po podnetom zahtevu, o tome će obavestiti tražioca i odrediti naknadni rok, koji neće biti duži od 40 dana od dana prijema zahteva.“³ Potrebno je prethodno uputiti zahtev za dostavljanje informacija. *Twitter* i *Facebook* stranice MPNTR predstavljaju prostor za razmenu ideja putem novih medija u cilju razmišljanja, sugestija i predstavljanja praksi i aktuelnih događaja.

Društvene mreže danas okupljaju veći broj građana koji žele da prate informacije, u aktuelnom vremenu, od strane Vladinih i nevladinih organiza-

³ Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/info-od-javnog-znacaja/> datum posete 18.1.2017.

cija putem novih medija. „Društvene mreže omogućavaju predstavljanje užoj ili široj javnosti proizvoda ili organizacije gotovo besplatno. Organizacije koje su to na vreme shvatile verovatno lakše podnose ovo krizno razdoblje“ (Demeterffu Lančić, 2010: 160).

Veoma se lako koriste i upravlja sadržajem. Putem ovih novih medija stvara se potencijal za povećanjem interaktivnosti MPNTR, jer na društvenoj mreži Facebook MPNTR ima nalog od 2014 godine i danas okuplja 10650 korisnika sajta. Stranica je vrlo akzivna i na nedeljnom nivou se ažuriraju sve novosti i podaci. Ocenjena je prosečnom ocenom 3, a ima i dosta negativnih komentara građana koji se žale na lošu komunikaciju MPNTR sa građanima i na cenzuru komentara: „Očajno je reč koja približno ocenjuje vaš rad. (...) Prvo, kada vam treba informacija, jako je teško iskopati na zvaničnom sajtu. Drugo, ako želite da postavite pitanje, ili ne daj Bože, komentarišete, to vam nije omogućeno. Treće, i kada uspete da se telefonskim putem povežete, javljaju vam se lica koja naravno nisu u mogućnosti da vas obaveste o onome što vas interesuje, ili vam daju odgovor koji ne da vam ne rasvetli problem, već vam u vaše teško prikupljene informacije unese još veću zabunu, tako da vam je bolje da ih niste zvali.“⁴

Na mreži Twitter MPNTR ima nalog od 2012. godine sa 2300 objavljenih tvitova i danas okuplja oko 3000 aktivnih korisnika, koji mogu da prate i dele sve informacije. Tvitovi su obeleženi fotografijama sa propratnim linkovima i pozivima za događaje. Primetan je mali stepen interakcije sa korisnicima Twitter mreže, jer su postavljeni tvitovi deljeni u proseku jednom ili dva puta, dok su postovi „lajkovani“ oko 4-6 puta iako na sajtu MPNTR stoji da „U svakom momentu možete nam postaviti pitanje / uputiti komentar i odgovor će stići kroz nekoliko minuta. Smatramo da je naše prisustvo na društvenim mrežama od velike važnosti jer želimo da pokažemo da institucije mogu i treba moderno da komuniciraju. Dostupnost, pravovremenost i #dobrakomunikacija, put su koji biramo u dostizanju zajedničkih ciljeva.“⁵

Za razliku od ovih mreža na Youtube kanalu Ministarstva mogu se pronaći kraći video zapisi koji obeležavaju aktuelne teme. Za postavljene snimke na sajtu MPNTR kaže se da su „rezultat su osluškivanja vaših zamerki / sugestija na mrežama i smatramo ih #dobromkomunikacijom koja ne može biti dvo-

⁴ Izvor: <https://www.facebook.com/pg/mpntrrs/reviews/> datum posete 12.1.2017.

⁵ Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/informacije-za-medije/> datum posete 15.7.2017.

smislena, jer čovek govori čoveku – produkcija je naša, običnom kućnom kamerom te ne zamerite ukoliko kvalitet ne bude zadovoljavajući.”⁶

Primetno je malo interesovanje javnosti za ovaj kanal MPNTR jer ga prati samo 74 osobe. Postoji samo 6 snimaka koji su usmereni na učeničku javnost, a teme su ocene, upisivanje fakulteta, prijemni ispiti. Postoji par snimaka koji su usmereni i na zaposlene u obrazovanju i njihove obuke. Primećuje se da kanal nije ažuriran od 2015. godine i da nema novijih snimaka. Stepenn interakcije je vrlo mali sa nekoliko svidanja. Analizom sajta i MPNTR stranica na društvenim mrežama može se konstatovati da MPNTR slabo komunicira sa naučnom javnosti i njenom zajednicom. Na tom polju bi trebalo aktivno raditi jer se nove informacione tehnologije upravo oslanjaju na naučne rezultate koje bi trebalo deliti diseminacijom novih informacija.

5. Zaključak

Na osnovu analize sajta MPNTR, može se zaključiti da je sajt funkcionalan ali da je dominantan *model javnog informisanja* čime se potvrđuje naša polazna istraživačka hipoteza.

Ovaj model se bazira na činjenici da mediji prenose podeljene informacije. Pošto se medijima šalju saopštenja koja se potom objavljuju i na sajtu MPNTR, može se reći da se ova model oslanja se na informativnu ulogu medija. Karakter ovog modela oslanja se na istinite i autentične događaje, potkrepljene fotografijama, na izjave ministra, precizne informacije i dokumenta koja su dostupna za preuzimanje.

Dobri odnosi s javnostima prema ovom modelu trebalo bi da generišu i dobar publicitet. PR služba MPNTR u ovom modelu ima ulogu „kućnog“ novinara jer predstavnicima medija i ostalim javnostima pruža informacije o Ministarstvu. Analizom profila na društvenim mrežama, utrdili smo da oko 10 000 ljudi prati rad MPNTR putem društvene mreže Facebook. Imajući u vidu činjenicu da obrazovni sistem broj oko 100 000 zaposlenih kao pripadnika interne javnosti, te da je velik broj učenika i studenata, odnosno njihovih roditelja, koji se kreće preko jednog miliona, može se zaključiti da je potrebno dosta rada u procesu PR-a MPNTR kao i da se mora povećati broj ljudi koji čine tim za odnose s javnošću. 10 000 pratilaca društvene mreže Facebook je vrlo malo, obzirom da sa druge strane rad Ministarstva odbrane i Vojske Srbi-

⁶ Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/informacije-za-medije/> datum posete 16.7.2017.

je, kao Vladine organizacije prati 212 575 građana, i pri tome je stranica ocenjena visokom prosečnom ocenom 4,7.

Zabrinjavajući podatak je da se sektor nauke i tehnološkog razvoja uopšte ne predstavljaju putem novih medija u procesu ostvarivanja odnosa s javnošću MPNTR.

Skoro da i nema sadržaja na društvenim mrežama koji se tiču nauke i tehnološkog razvoja. Opšti zaključak je da su odnosi s javnošću MPNTR zamišljeni i da se planiraju prema Strategiji razvoja obrazovanja u Republici Srbiji do 2020. godine, ali da bi ih trebalo unapređivati, imajući u vidu potencijale i interaktivnost koju nude novi mediji. Novi diskurs o obrazovanju stoga bi trebalo da se bazira na dvosmernom simetričnom modelu odnosa s javnošću i da predstavlja polemički početak na polju smene tradicionalnog koncepta informisanja o obrazovanju u kontekstu prosvetne stručne i naučne javnosti.

Literatura

Bentele, G. Mühlberg, S., (2010). Can Propaganda and Public Relations coexist? 'Socialistic Public Relations' in the German Democratic Republic (East Germany) 1965-1989, *Proceedings of The First International History of Public Relations Conference*, Bournemouth University, str. 7-25.

Demeterffu Lančić, R., (2010). Novi mediji i odnosi s javnošću, *Medijske studije*, broj 1. Fakultet političkih znanosti, Zagreb, 2010, str. 157-170.

Duronjić, T. T., (2011). *Komuniciranje u medijasferi*, Romanov, Banja Luka, Bard-fin. d.o.o. Beograd. 2011.

Grunig, J., (2006). Research in Public Relations: Current Status and New Directions, *Analisi* 34, str. 49-65

Havelka, N., (2000). *Učenik i nastavnik u obrazovnom procesu*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.

Habermas, J., (1969). *Javno mnjenje, Istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*, Kultura, Beograd.

Miočić, B., Rotar, N. Z., (2012). Razlike u odabiru modela odnosa s javnošću na internetu s obzirom na obilježja službi za odnose s javnošću, *Medijska istraživanja* (god. 18, br. 2). str. 33-58

Miletić, M., Miletić N., (2012). *Komunikološki leksikon*, Univerzitet Megatrend, Beograd.

Vuletić, S., (2016). Izvori informacija za novinare i njihov značaj u izveštavanju o obrazovanju, *Medijski dijalozi*, Istraživački medijski centar, Podgorica, Crna Gora, godina IX, broj 24. str. 345-361,

Vuletić S. Todorović V., (2014). Internet marketing i medijska promocija obrazovnih ustanova, *Zbornik radova sa prve međunarodne konferencije SINTEZA*, Singidunum univerzitet, Beograd, str. 523-529.

Vuletić, S., (2014). Odnosi s javnošću školskih ustanova prema dokumentu "Strategija razvoja obrazovanja do 2020. godine", *Godišnjak Fakulteta za kulturu i medije, "Komunikacije, mediji, kultura"*, str. 215-228.

Vuletić, S., (2015). Organizovanje i ostvarivanje odnosa s javnošću osnovnih škola u Srbiji, doktorska disertacija Fakultet za kulturu i medije, Beograd.

Wigley, S., Zhang, W., (2014). Does Planning and Practice Make Perfect? A Study of Communication Culture, Autonomy and PR Practitioners' Confidence in Handling Crises. *Public Relations Journal*, Vol. 8, No. 2.

Elektronski izvori:

Izvor: <https://www.facebook.com/pg/mpntrrs/reviews/> datum posete 12.1.2017.

Izvor <https://twitter.com/mpntr> datum posete 2.1.2017.

Izvor https://www.youtube.com/channel/UCDxfwO6p1I4PBXvFRX_heQ datum posete 12.1.2017.

Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/informacije-za-medije/> datum posete 15.7.2017.

Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/info-od-javnog-znacaja/> datum posete 18.1.2017.

Izvor: <http://www.mpn.gov.rs/informator-o-radu/> datum posete 18.1.2017.

Izvor: <http://www.instituteforpr.org/> datum posete 19.1.2017.

Izvor: <http://www.prsa.org/> datum posete 19.12.2016.

Izvor: <https://www.nspra.org/> datum posete 24.12.2016.

PISMO NOMADA

LETTER OF NOMAD

ISIDORA DAMJANOVIĆ

Apstrakt: Ova teorijska studija bavi se relacijom medija i umjetnosti u konstruisanju i čitanju identiteta. Subjekt je percipiran kroz (ko)egzistenciju umjetnika u dijaspori, engleski jezik, kao jezik detektovanja drugosti, jezik stranca ali i jezik globalizacije u neograničenom virtuelnom prostoru. Iako je surfovanje umjetnika kao nomada kroz prostor i vrijeme, praćeno evolucijom u komunikaciji ali i društvenim odnosima i novim diskurzivnim praksama, odnosi među različitim je-dinkama praćeni su predrasudama i već formiranim slikama u glavi, već zauzetim stavovima prema Različitom. Postmoderna hibridnost identiteta i njegovo bestjelesno prisustvo u virtuelnoj geografiji daje mu iluziju sigurnog mjesta u virtuelnoj zajednici, no istovremeno i osjećaj nepripadanja ni tamo, ni ovdje, nemogućnosti stabilnog situiranja i oprostorenja u realnom sistemu.

Ključne riječi: Medij, umjetnost, identitet, subjekt, jezik, mjesto

Abstract: This theoretical study focuses on the relation between the media and arts in the construction and reading of identity. The subject is perceived through the (co)existence of the artist in the diaspora, the English language as a language for detection of otherness, the language of the foreigner but also the language of globalization in the unlimited virtual space. Although the surfing of the artist as a nomad through space and time is followed by the evolution in communication as well as social relations and new discursive practices, the relations between different individuals are accompanied by prejudices and previously formed mental images, by previously taken attitudes towards the Different. The postmodern hybridity of identity and its incorporeal presence in virtual geography gives it the illusion of a safe place in

virtual community and also the sense of not belonging neither here nor there, of inability of a stable positioning and spatialisation in real system.

Key words: *Media, Art, Identity, Subject, Language, Place*

1. Uvod - Politika identiteta

Rasprave o identitetu praćene su različitim teorijama unutar društvenih i humanističkih nauka i kritičkim tenzijama između politike identiteta i koalicione politike, esencijalista i konstruktivista, globalista i radikalnih zagovornika nacionalnih identiteta. Pojedine definicije vide identitet kao suštinsko sopstvo, nešto jedinstveno, sadržajno, fiksno, nepromjenljivo, a druge pak, poput egzistencijalističkih (Niče, Hajdeger, Sartr), smatraju da je identitet krhka tvorevina svakog pojedinca koju treba graditi i prići joj kao egzistencijalnom projektu. Moderno doba promatra identitet u procesu konstatnih promjena, inovacija i prolaznosti, i u funkciji stvaranja specifičnih ličnosti. Savremena postmodernistička misao odbacila je esencijalističko i racionalističko shvatanje identiteta, dajući prednost konstruktivističkim teorijama. Prema Kelneru (Kelner, Douglas) diskursi postmodernizma problematizuju pojam identiteta, tvrdeći da je identitet samo mit i fantazija.¹

Mnoga diskurzivna istraživanja bavila su se *konceptom identiteta* "ističući njegovu paradoksalnu prirodu i dekonstruišući ga u različitim oblastima; dovodeći u pitanje identitet, kao integralnu, izbornu ili jedinstvenu pojavu."² Na prelazu iz 60-ih u 70-e godine XX vijeka debata naučnih istraživanja u društvenim naukama usmjerila se na *politiku identiteta*. Fraza *politika identiteta*, prema Adriani Zaharijević upućuje na amalgam političkih aktivnosti, koje poživaju na uvjerenju da postoji specifično zajedničko iskustvo ili kolektivni identitet koji dijeli izvjesna grupa ljudi, čiji je identitet ugrožen normama dominantne politike. "Pripadnost grupi najčešće definišu oni koji se nalaze izvan okvira grupe"³ a stigma koja prati pojedince model je koji se pripisuje *svima* i od *svih drugačijih* se očekuje da je sprovode. Pojedinaac iz stigmatizovane grupe nosi čitavo breme nasleđa, prethodno konstruisan imidž i status pripadnika

¹ Daglas Kelner, *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004, str.384-385.

² Jelena Đurić, "Paradoksi identiteta", *Filozofija i društvo*, No.2, Beograd, 2010, str.284.

³ Adriana Zaharijević, "Gdje je politika u politici identiteta", *ProFemina*, broj 51/52, Beograd, 2008, str.200.

njegove grupe, pripisanog i njemu (boju kože, religiju, jezik...). Anri Žiru (Henry, Giroux) je zagovornik teze da *politika identiteta* predstavlja "borbu za konstruisanje kontranarativa i stvaranje novih kritičkih prostora i društvene prakse."⁴

Početkom 80-ih kada su varijacije francuskog poststrukturalizma izrodile postmodernističku teoriju, identitet je percipiran kao konstrukcija, fragment, pluralnost. "Poststrukturalističko mišljenje se suprotstavlja shvatanju da je osoba rođena sa fiksnim identitetom. Umesto toga, poststrukturalisti drže da su identiteti promenljivi, da značenje nije fiksirano i univerzalno istinito za sva vremena i sve ljude, i da je subjekt konstruisan preko nesvesnog, u želji, fantaziji i sećanju."⁵ Tipično viđenje pluralnih identiteta formulisao je i Daniel Bel (Bell, Daniel) tvrdnjom da "svako od nas posjeduje mnoge sklonosti i identitete, te slijedi različite interese i vrijednosti."⁶

Mišel Fuko (Foucault, Michael) je pozicionirao identitet kroz subjekt koji govori o sebi. Subjekt je "samo posledica određenog *diskursa*, odnosno 'diskurzivnog formiranja' kojim je uslovljen, ali on ne postoji, niti ima transcendentalni kontinuitet tj. identitet. Fukoova rekonfiguracija identiteta i sopstva predstavlja radikalno napuštanje tradicionalne filozofije prema kojoj je identitet singularna, apriorna, jedinstvena i trajna stvarnost."⁷ Osoba tokom života može da mjenja svoje ponašanje, mišljenje i vrijednosni sistem ali duša i *sopstvo*⁸ ostaju isti.

Definiciju identiteta teoretičar britanskih studija kulture, Stjuart Hol (Hall, Stuart) temelji na zapažanju da je identifikacija nejasan i zamršen pojam koji podjednako crpi značenja iz diskurzivnog i psihoanalitičkog repertoara, a da se u isto vrijeme ne ograničava niti na jedan od njih. "Identifikacija se konstruira na pozadini prepoznavanja nekog zajedničkog porijekla ili zajedničke osobine s drugom osobom ili grupom (...) Suprotno 'naturalizmu' ove definicije, diskurzivni pristup vidi identifikaciju kao konstrukciju, nikad završen proces uvijek 'u procesu.'

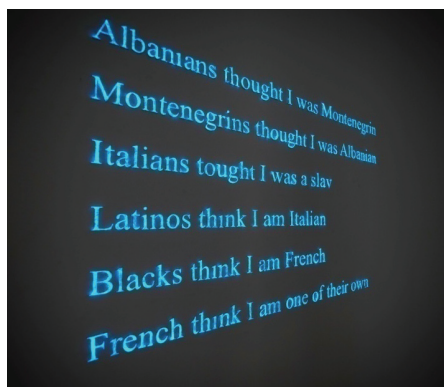
⁴ Majkl Bilig, *Banalni nacionalizam*, XX vek, Beograd, 2003, str.262.

⁵ David Bailey&Stuart Hall (eds.), *Critical Decade*, Ten/8, Impressions Gallery, York, 1992, str.20.

⁶ Wolfgang Welsch, "Postmoderna genealogija i značenje jednog spornog termina", u, *Postmoderna ili borba za budućnost*, Peter Kemper (ed.), AC, Zagreb, 1993, str.9.

⁷ Jelena Đurić, "Paradoksi identiteta", *Filozofija i društvo*, No.2, Beograd, 2010, str.286.

⁸ Prema Heru, **sopstvo** označava privatane doživljaje bića i predstavlja izvor opažanja - konstantno tekuće središte postojanja.



Aleksandar Đuravčević, *Identitet*, instalacija, 2010-2014.

U Đuravčevićevoj instalaciji *Identitet*, identifikacija se odvija u Holovom ključu, u nedovršenom procesu, odnosno u lančanom *pomjeranju nosioca identiteta* s jednog lokaliteta na drugi. Đuravčevićev misaoni fokus u instalaciji okrenut je kritici *subjekta predrasude*, konstruisanog istrajavanjem *stigmatski definisanog identiteta* kroz istorijsku perspektivu, u transkulturalnom mišljenju i tekstovima, a unutar istovjetnih, repetitivnih činova. U ovom radu Đuravčević kroz tekst⁹ postavlja identitet kao jednu od najfrekventnijih tema umjetnosti, kao *prostorno-vremensku* katagoriju i problematizuje pitanje konstrukcije identiteta, njegove predodređenosti, umnožavanja, poricanja...

Tema rada je eksponirana kroz metadiskurs Đuravčevićevo epistolarno-političkog aktivizma u instalaciji-transparentu, pismu, citatu, izjavi, pa zašto ne reći i poeziji, budući da je tekst *formatiran* u određenoj metrici. Zamisao konceptualne poezije izvodi se između ostalog i iz teksta koji se definiše kao metajezik razvijan u relaciji sa jezicima drugih umjetnosti poput likovne, pozorišta, muzike...¹⁰ Izlaskom poezije u vizuelno-grafičku formu potvrđeno je načelo multimedijalnog stvaralaštva da uzajamno djelovanje različitih umjetnosti pruža različite sinteze, kojima se proširuju resursi medija.

⁹ U *Art&Language-u* su u više tekstova razmatrali mogućnost izlaganja teksta (eseja) u galeriji na način kako se izlaže vizuelni umetnički rad. Takav tekst ima dvostruku funkciju: (1) čita se kao bilo koji filozofski, lingvistički ili teorijski esej, (2) gleda se kao likovno delo jer je izložen na način kako se izlažu likovna dela. (...) Džozef Košut je u više radova problematizovao status teksta kao umetničkog dela. - Vidi: Miško Šuvaković, *Pojmovnik moderne i postmoderne likovne umetnosti i teorije posle 1950*, Srpska akademija nauka i umetnosti, Prometej, Beograd, Novi Sad, 1999, str.341.

¹⁰ Miško Šuvaković, *Postmoderna*, Narodna knjiga, Beograd, 1995, str.63.

2. Broken English

Instalacija *Identitet* pisana je na crnoj podlozi (ekran), uglačanim slovima bronze, čime je njen ontološki potencijal višeznačan, i zbog čega se pozivamo na stav Borisa Grojsa (Groys, Boris) da instalacija eksponira materijal civilizacije koju živimo i kao takva demonstrira *civilizacijski hardver* koji ostaje neprimjećen ispod cirkulacije u medijima. "Savremena instalacija ima za cilj da predstavi mesto, kontekst, strategiju, unutar kojih nastaje razlika između starog i novog, repetitivnog i originalnog, konzervativnog i progresivnog."¹¹

Instalacija *Identitet* je s jedne strane intimno i biografsko umjetničko djelo, a s druge postavljena kao transparent ili tabla, *javni front* negodovanja usmjerenog ka univokalom čitanju identiteta. Instalacija je izvedena kroz postavljanje (*setting*) pisma u bronzi na crnu pozadinu, s naglaskom na procese mišljenja (*thinking*) i kretanja (*movement*). Iskazi:

Albanci su mislili da sam Crnogorac

Crnogorci su mislili da sam Albanac

Italijani su mislili da sam Sloven

Latinosi misle da sam Italijan

Crnci misle da sam Francuz

Francuzi misle da sam jedan od njih

napisani su na engleskom jeziku, što potencira globalnu¹² dominaciju anglo-kulture koju je omogućio engleski¹³ kao svjetski i jezik nekadašnje kolonijalne sile¹⁴. Ivana M. Todorović zapaža da je *kolonizirani Drugi* u ambivalentnom

¹¹ Miško Šuvaković i Aleš Erjavec, *Figure u pokretu*, Atoča, Beograd, 2009, str.701-702.

¹² Prema pisanju Emila Heršaka sam izraz **globalizacija** pojavio se početkom 1960-ih u anglo-američkoj upotrebi i bio je pandan starijem francuskom izrazu **mondijalizacija**.

¹³ "Sve više se ističe neophodnost shvatanja i priznavanja činjenice da će se u narednih 100 godina više od 90% jezika na svetu naći u opasnosti od izumiranja. Glavni razlozi za stvaranje ovakve situacije su pojave socio-istorijskog karaktera; genocidi, socijano, ekonomsko i demografsko potčinjavanje, kulturna i jezička asimilacija, u najvećoj meri sprovedena bombardovanjem elektronskim medijima. Prateća pojava je pojava **engleskog kao globalne lingua franca** i njegovo ugrožavanje drugih jezika i kulturnih identiteta na svetu." - Ivona Radojević, "Jezički imperijalizam, ugroženost manjinskih jezika i engleski kao globalna *lingua franca*", www.journal.casca.org.rs/2013/12/24

¹⁴ Prema Vintropu Džordanu, u 17.veku došlo je do promjene terminologije kojom se kolonizator distancirao od 'drugog': "Od prevashodno najučestalijeg termina *hrišćanin*, sredinom veka načinjen je naglašen okret ka terminima *Englez* ili *slobodan*."- Ivana M. Todorović, "Konstrukcija drugosti u doba ranog kolonijalizma: Šekspirova 'Bura' i Defoov 'Robinzon Kruso' ", www.journal.casca.org.rs/2012/12/24

odnosu s kolonizatorom jer u njemu istovremeno vidi teritorijalnu opasnost¹⁵ i emancipatorsko dobročinstvo.¹⁶

Seljenje Đuravčevićevog pisma s jednog toponima na drugi, inherentno je migracijama savremenog doba ali i globalnom širenju engleskog jezika, čime uviđamo da nekadašnje kolonijalne sile i danas upravo preko jezika kao ikone anglo-kulturnog prestiža smišljeno vrše prosvetiteljsku ulogu i uticaj na druge manje kulture i njihovu politiku identiteta. Engleski je kao po pravilu, poslije maternjeg *drugi jezik* kojeg današnji *ne-engleski subjekt* koristi da bi komunicirao tehničkim sredstvima unutar/izvan svojih granica. Stoga, Albanci, Crnogorci i Italijani ... da bi bili uključeni u savremene tokove društva, povinuju se zapovijedima savremene dinamike i *tehnologije priključenja* u globalne tokove korporativnog ekspanzionizma.¹⁷ Ovaj *brzi jezik* službenih, formalnih dijaloga dio je svojevrzne inicijacije, pristupanja u tuđe, poziv Drugom da potvrdi naše prisustvo i status pridošlice.

U eseju *Nomadski jezik*, dramski pisac i migrant, Silvija Jestrović piše o *Broken English* jeziku (*razbijen, polomljen, pokvaren engleski jezik*) koji je "kontrasteza svemoćnom jeziku tržišta i moći, jer se pretvara u jezik Stranaca. Taj jezik je oličenje dualiteta između poznatog i nepoznatog, a prisutnog u svemu što smatramo našim i u svemu što prepoznavamo kao strano. (...) To je jezik Stranaca koji manevrišu kroz englesku govornu hemisferu rvući se s pomešanim lingvističkim i kulturnim idiomima."¹⁸ Engleski je *pomoćni jezik* onih subjekata koji su stupili na strano tlo i koriste ga da bi svoju stranost učinili manje disonantnom¹⁹ u odnosu na apstraktni kulturološki sistem. Iako svi stranci imaju

¹⁵ U knjizi *Jezik i nacionalizam*, hrvatska autorka Snježana Kordić govori o sintagmi *propadanje jezika*, koja je izazvala moralnu paniku kod bivših jugoslovenskih država i iracionalan strah od propadanja nacionalnog identiteta, kulture, od nestanka jezika definisanog nacionalnom pripadnošću i geografskim granicama. Osim što su kroz *paranoidni scenario* predimenzionirali opasnost od previše engleskih i drugih tuđica u hrvatskom, srpskom, bošnjačkom... lingvistički su stručnjaci sasvim ispolitizovali ovu problematiku vraćajući u postjugoslovenske jezike mnoge prevaziđene i gotovo zaboravljene arhaizme. Vidi: Snježana Kordić, *Jezik i nacionalizam*, Durieux, Zagreb, 2010.

¹⁶ Vidi: Ivana M. Todorović, *op.cit.*

¹⁷ Senka Majetić navodi citat iz NY Times-a u kojem *World, Wide, Web* - 3 engleske riječi znače da, želimo li iskoristiti sve što internet nudi, moramo znati engleski. Vidi: Senka Majetić, "Multilingvizam na internetu", *Post scriptum*, br.1, zima 2010/2011, str.3.

¹⁸ Silvija Jestrović, "Nomadski jezik", *Sarajevske sveske*, br. 23-24, Sarajevo, 2009, str.173.

¹⁹ U ovom kontekstu interesantno je pomenuti tzv. *mračnu privilegiju potčinjenih*, odnosno, nešto što Teri Iglton prepoznaje u potčinjenima koji su stavljeni u poziciju da stalno iznova dokazuju

akcenat koji je egzotičan, nezgrapan, nepravilan... s engleskim jezikom niko nije sasvim stran, zatvoren i udaljen. Naprotiv, uspostavljajući komunikaciju na engleskom, gdje god da se nađe stranac osigurava sebi *kretanje u međupros-toru*, u kom je njegov jezik kao što piše Silvija Jestrović, u isto vrijeme, razumljiv i stran, redukovan i bogat, nesavršen, razbijen... U instalaciji *Identitet* Đuravčević govori kroz svoju ali i poziciju svih stranaca koje je *Broken English* jezik *detektovao* i pozicionirao kao strance, ne njihovom voljom, označio ih kao *subjekte razlike*.

3. Stranac

Prema pisanju Branke Arsić "stranac je onaj koji je različit, drugi, onaj koji je u nekoj spoljašnjosti koju još nismo zahvatili ili prihvatili, koju još nismo identifikovali. Da bismo uopšte mogli da ga identifikujemo kao stranca, mi moramo da njegov identitet posmatramo kao različit, što zapravo znači da moramo svoj 'vlastiti' identitet da otvorimo za njegov, da izvršimo razmenu..."²⁰ Subjekt stranca nikad nije sasvim stran jer koliko god dalek, on tangira neko znanje koje već posjedujemo. Kratimo distancu s njim preko univerzalnih i stereotipnih *fragmenata identiteta* i najprije njih pronalazimo u strancu, kao *komunikativnu inicijativu*, jer stranac ne ćuti i mada ga ne razumijemo, *dekodiramo* ga zajedničkim tipovima komunikacije; mimika, gestikulacija, vokalna intonacija, ukupni govor tijela. Da bismo *otvorili* stranca mi zapravo nesvjesno tražimo u njemu sliku koju smo već vidjeli i doživjeli ili nešto nalik njoj, predstavu o kojoj već imamo neke informacije. Prepoznavanje, identifikovanje stranca vršimo pomoću važećih, komunikacionih pravila i vrijednosti, kojima otkrivamo njegove karakteristike i ništa nam ne garantuje da naš poduhvat mora okončati razumjevanjem, uspostavljanjem kakve-takve relacije, jer mi to ponekad i ne želimo. Ništa nam ne garantuje da spram stranca nećemo osjetiti odvratnost koja nam je uzvraćena s njegove strane. Ništa nas ne može lišiti pozitivnog iznenađenja, no podjednako i antagonizma, averzije i odustajanja od komunikacije. Trenutak našeg susreta sa strancem odvija se u tenziji tzv. *situacionih identiteta*, proizvedenih *ambijentom mjesta* "gdje dolazi do međusob-

svoju legitimnost pred drugima. Homi Babi definiše tu situaciju kao *prevodenje* nečijeg identiteta na prihvatljiv jezički kod mnogo dominatnijeg referenta Drugog. - Vidi: Elizabeta Šeleva, "Granične kulture/kulture na granici", *Genero*, br.1, Beograd, 2007.

²⁰ Branka Arsić, "Telo knjige i značenje žene", u, Branka Arsić (ed.), *Žene, slike, izmišljaji*, Centar za ženske studije, Beograd, 2000, str. 153.

ne igre različitih osa moći i nemoći. ²¹ U jednoj situaciji prevagu moći nosi nacija, a u drugoj religijsko opredjeljenje, boja kože, klasa... Identitet jedne osobe, pa i stranca, je proizvod višestrukih subjekatskih pozicija koje nisu odmah vidljive.

Sudeći po tekstu Aleksandra Đuravčevića, stranca *ne čitaju* po redukovanom, površnom i simplifikovanom repertoaru nacionalne pripadnosti samo Italijani, Francuzi, Albanci... To je generalno odnos svakog društva prema Drugom, prema nepoznatom. Ove, nazovimo ih, *ispovijesti, stihovi, iskazi*... su sudbina svih stranaca ili kako se često kaže *neznanaca* - ljudi neobuhvaćenih našim prethodnim iskustvom. Kardinalna misao Đuravčevićevog rada upravo je osjećanje nepripadanja, stranosti, drugosti, kao najranjivije tačke subjekta kojeg destabilizuju one vrste komunikoloških barijera, u kojima je prinuđen na preispitivanje svog sopstva, tačnije *diskurzivne nejednakosti*. Jer, kao što piše Ba-uman, "u susretu neznanaca ne nastavlja se tamo gdje se na posljednjem susretu stalo, ne razmjenjuju se priče (...), nema zajedničkih uspomena; ničeg na što se možemo osloniti i po čemu se možemo ravnati u toku sadašnjeg susreta. Susret neznanaca je *događaj bez prošlosti*. A ponajčešće *događaj bez budućnosti*."²²

U ovom radu mi konstatujemo dva osjećanja tzv. *stranosti*:

- prvo koje se tiče umjetnika kao individue
- drugo koje se tiče individue kao pripadnika određene nacionalnosti

Početna dva reda u instalaciji

Albanci su mislili da sam Crnogorac

Crnogorci su mislili da sam Albanac

upućena su prostoru Đuravčevićevog rođenja i mladosti, gdje ga, takođe, nisu doživljavali *kao svojeg*. Ustvari, to nije ni moguće jer, umjetnik je po definiciji biće koje se drugačije ponaša, drugačije razmišlja, ima stavove i manje konvencionalan vrijednosni sistem, on je već svojim rođenjem u stanju potencijalne neprilagođenosti. Đuravčević nam saopštava emocionalni značaj sredine u kojoj se igrom sudbine zadesio ali i onaj dio nelagode koji je u njemu prisutan kao kreativnom biću, neizmirenom s nametnutom ideologijom, postojećom realnošću, datom rođenjem. Ne možemo se oteti utisku da tekst instalacije nije

²¹ Suzan Stenford Fridman, "Preko roda: nova geografija identiteta i budućnost feminističke kritike", *Genero* 6/7, Centar za ženske studije, Beograd, 2005, str.111.

²² Zygmunt Bauman, *Tekuća modernost*, Pelago, Zagreb, 2011, str.96.

ono *pismo iz daleka*, upućeno svojim, iskreno jadanje na ponovnu neprilagođenost u dijaspori. Baveći se pitanjem identiteta a kroz komentarisanje viđenja Pola Gilroja (Gilroy, Paul) Predrag Krstić piše da trans-nacionalni identiteti osporavaju fiksne i esencijalističke koncepcije, kroz koncept dijaspore, koja "nudi nove mogućnosti razumjevanja identiteta kao nečeg što nije neizbježno determinirano mjestom ili nacionalnošću."²³ Da li umjetnik i gdje može biti *fiksiran, odomaćen*, ako je po prirodi neobičan, čudak, stranac, kreativni lutalica i nomad? Koliko je on uopšte u mogućnosti suzbijati otpor prema dominantnom društvenom konsenzusu, ma gdje bio i kosio se s umjetničkim idealom? Emil Dirkem (Durkheim, Emil) je pisao da društvo primorava pojedinca na stalno suočenje s dualnošću vlastitog bića, s neskladom kolektivnih kategorija i pojedinačnog.

Koliko je u ontološkom smislu Đuravčevićeva instalacija uveličana replika ekrana, toliko je njegov tekst javna provokacija politike u kojoj taj ekran *aktivno radi*. Na umjetnički aktivizam, "moramo gledati kao na protiv-hegemonijske intervencije čiji je cilj zauzimanje javnog prostora"²⁴, što doprinosi stvaranju novih pozicija subjektivnosti. "Kada jednom prihvatimo da identiteti nisu predodređeni već su rezultat procesa identifikacije, te da su diskurzivno izgrađeni, postavlja se pitanje vrste identiteta koje umjetničke kritičke prakse trebaju razvijati."²⁵ Kritički stav u Đuravčevićevom radu iniciran je NELAGODOM U DRUŠTVENOJ KOEGZISTENCIJI. *Privatnim pismom/javnim transparentom* u bronzi Đuravčević problematizuje odnos subjekta i mjesta, skrivenosti i vidljivosti, imaginarne i realne geografije, privatne i društvene mobilnosti u prostoru, tačnije, ideologiju globalne kulture koja procedurama nametanja ekonomske lojalnosti omogućuje subjektu da u svakom društvu, svakom medijskom punktu koji je zahvaćen globalizacijom uspostavi ili simulira vezu sa drugim, sa nepoznatim, i na taj način relativizuje potencijalne komunikativno/kulturološke prepreke/razlike unutar koegzistencije. Očito da se postupak OD RAZLIKE KA EKVIVALENCIJI, može tumačiti i kao *tiho slamanje*, odnosno strateško modifikovanje, prevođenje identiteta u područje njegovog protivljenja. Iz tih razloga u instalaciji pronalazimo dvije kontradiktorne kritičke linije

²³ Predrag Krstić, "Pitanja identiteta II / Zajedničko polje identiteta i razlike: spekulativne i socijalne teorije", www.hrcak.srce.hr/file/124988/ 12/04/2017

²⁴ Šantal Muf, "Umjetnički aktivizam i agonistički prostori", *Artcentrala*, Centar savremene umjetnosti Crne Gore, Podgorica, 2014, str.25.

²⁵ Šantal Muf, *op.cit.* str.24.

u kojima se nazire i taktika hegemonije kakvu definiše Rejmond Vilijams (Williams, Raymond) u *Marksizmu i književnosti* kada piše da hegemonija konstituše *osjećaj za realnost* kod većine ljudi u društvu. Đuravčevićeva instalacija prepoznaje tu dvostruku igru *realne prepreke* i simulaciju *manipulativne prednosti otvorenog/pristupačnog medija* kojim se ta prepreka prevazilazi, što se očituje u:

- polemici/sukobu sa globalističkom fragmentacijom identiteta *malih kultura*, što izaziva negodovanje subjekta
- vođen licimjernom slobodom demokratije i govora, subjekt premješta svoj bunt u medijski prostor, riješen na *javnu ispovijed (public confession)*²⁶ čime javno priznaje svoju ranjivost

Kada pročitamo

Italijani misle da sam Sloven

ova kvalifikacija nije relacija dva čovjeka, već dva granicama odvojena entiteta, koji jedni o drugima imaju mišljenje, zasnovano uglavnom na stereotipima. Prema Žarku Trebješaninu stereotipi su *slike u našoj glavi* "koje se znatno razlikuju od 'spoljašnjeg sveta' koji prikazuju, obrazuju se pod uticajem društva i kulture, pre nego što je pojedinac u stanju da na osnovu validnog i provorenog ličnog iskustva izgradi vlastito mišljenje o raznovrsnim socijalnim objektima i, posebno, o društvenim grupama. Naši sudovi i verovanja o pojedincima za koje samo znamo da su pripadnici određenih socijalnih, etničkih, religijskih, profesionalnih grupa, pod velikim su uplivom jednog veoma uprošćenog, stereotipnog mišljenja o toj grupi."²⁷ Stoga, instalacija *Identitet* nije proizišla iz namjere Đuravčevića da nam saopšti kako se on predstavlja, već kako ovi ili oni pojedinci/grupe/nacije imaju predstavu o drugim nacijama na koje ih umjetnik asocira spektrom njegovih identitetskih osobina. To prepoznavanje zapravo je kulturna, ekonomska, društveno-politička *vrijednost pojedinačne nacije* u znanju druge nacije. Tako se nasleđivanjem *pasivne percepcije* Drugog, nivelišu njegov lični i kolektivni identitet, i subjekt se selektira prema vještački konstruisanoj tipizaciji. Kao paralelan primjer za ovu tvrđu navešćemo rad *Niko i ništa u Parizu i Londonu*, umjetnika iz Srbije, Uroša Đurića. Umjetnik se fotografisao za raznim svjetskim selebritijama pored kojih je on kao srpski

²⁶ Britanski teoretičar medija i kulture Brajan Mekner pisao je o *kulturi ispovijesti* u medijima u svojoj knjizi *Striptiz kultura*.

²⁷ Žarko Trebješanin, "Stereotip o ženi u srpskoj kulturi", u *Polni stereotipi*, Nova srpska politička misao, Beograd, 2002, str.91.

umjetnik *niko i ništa*, što implicira njihovu predstavu o Srbiji ali i isključenost Srbije iz evropske modernizacije.²⁸

Balkanski narodi kao *istočni*, po pravilu i očekivanju Zapada, imaju istorijski kompleks manje vrijednih u odnosu na narode Zapadne Evrope. U očima Evrope Balkan je odvajkada bio Drugi. "Evropa se - prema pisanju Jovana Čekića - samim tim što je prihvatila korišćenje izraza 'Jugoistočna Evropa' kao sinonima za Balkan, nikad nije potpuno odrekla Balkana, kao što ga nikad nije ni prihvatila."²⁹ Za izgradnju respektabilne pozicije na evropskoj mapi, Balkanskim narodima je odvajkada nedostajao kontinuitet, izgrađenost, kontrola mita i fantazma, što je uzrokovalo permanentni skepticizam Evrope prema Balkanu. I danas je aktuelan trend opšte identifikacije sa zapadnim vrijednostima kao superiornijim, "dok se različitosti kulture sve više svode na 'egzotične' turističke suvenire kao na jedina autentična tržišna dobra."³⁰ Antropolog Arjun Apaduraj (Apadurui, Arjun) nazvao je to "razdvajanjem i raskolom u globalnoj kulturnoj ekonomiji"³¹, što znači da kultura ne uspeva da uhvati korak sa razvojem ekonomije i da ne možemo ni pomisliti da je kao takva *odraz* savremene ekonomije. I danas podjednako kao i juče, Balkanski identitet je *predodređen*, negativnim stereotipima stigmatizovan i njegov status je pridodat statusu neuređenih, *tradicionalnih kultura* koje su se našle u opasnosti od iščezavanja, pred vulgarno dominantnim, agresivnim, potrošačkim kulturama globalizacije. Rušenje autentičnih narativa, tehno-racionalizacija modernog pogleda na svijet i njegovo zauzdavanje *zajedničkim imeniteljem*, dovelo je do neprepoznavanja autentičnosti modernog identiteta.

Duravčević instalacijom *Identitet* ne targetira sopstvenu decentriranost, koliko suštinsku nezainteresovanost postmodernog, kapitalističkog *duha bez dubine* (Majkl Bilig) da se izvan informacija koje već ima, pozabavi i upozna Drugog i različitog, *s onu stranu nacionalne granice*, tog markiranog ograničenja

²⁸ Danilo Prnjat, *Bižuterija od sećanja* (I) deo, *DeMaterijalizacija umetnosti 2014-2016*, 1/29/2016, *DeMaterijalizacija umetnosti 2014-2016*, Arhivsko izdanje online platforme *DeMaterijalizacija umetnosti*, <http://dematerijalizacijaumetnosti.com/str.219>

²⁹ Jovan Čekić, "Balkan - mašina anomalija", u Branka Arsić (ed.), *Žene, slike izmišljaji*, Centar za ženske studije, Beograd, 2000, str.76.

³⁰ Jelena Đurić, "Paradoksi identiteta", *Filozofija i društvo*, No.2, Beograd, 2010, str.283.

³¹ Ugo Fabijeti, Roberto Maligeti, Vinčenco Metera, *Uvod u antropologiju, od lokalnog ka globalnom*, Clio, Beograd, 2002, str.220.

nešto što je samo prirodom dato, već i nešto što se prirodno pamti, i da je, kao što kaže Lešek Kolakowski (Kolakowski, Leszek), *sadašnjost produženo trajanje prošlosti*. To *produženo trajanje* u različitim egzistencijalnim ciklusima predstavlja involviranost prošlosti u nadolazeća iskustva. Prošlost raspolaže mjestima našeg sjećanja i intezitetom svih naših emocija, prošlost upravlja sadašnjošću i budućnošću. I Đuravčević to potvrđuje kroz glagolsku relaciju *mislili-misle* zasnovanu u tekstu kao uporište identifikacije. Te glagolske zgrade bilježe *prostorno proticanje* govorne prakse jednog subjekta, one su život sam. Ovaj rad potencira vezu stvaralaštva (*umjetnost kao život*) sa sudbinom autora.³⁷

Đuravčevićeva identitetska konstrukcija nastala je na nomadskoj ruti *Balkan-Zapadna Evropa-SAD* i definišu je stvaralački zaokreti i revizije sjećanja. Tako su na temelju *fluidne ideje gibanja umjetnosti* (Žarko Paić), uklopljeni nazgled nespojivi razasuti, fragmentarni elementi jednog stvaralaštva, jedne biografije. Đuravčević kroz prezentaciju nomadske rute *komentariše* geografsko-konstitutivne segmente subjekta kao i: globalni status nacionalnog identiteta utemeljenog u prvobitno datim granicama,³⁸ njegovu transformaciju i pristupanje novim prostorima i društvenim komunikacijama, u kojima je *drugost* u kauzalnom odnosu s *habitusom oprostorenja*. "Rušenje starih granica, gubitak iz-vesnosti i slabljenje osećanja vezanosti za mesto izazvale su ono što Giddens naziva 'ontološkom nesigurnošću' (Giddens, 1990). Meluči veruje da je takva nesigurnost ugrađena u savremeni svet, jer današnji čovek je 'nomad duha' i potisnut je osećanjem beskućništva (Melucci, 1989). Kao što Bauman smatra, postmoderni građanin je nomad koji tumara između nepovezanih mesta (Bauman, 1992b)."³⁹ Recimo i to da je "kontinuitet između identiteta i prostora, što je vekovima obezbeđivao 'ontološku' sigurnost, poverenje, i osećanje trajnosti,

³⁷ Poput Aleksandra Đuravčevića, japanski umjetnik On Kawara, živio je i radio u Njujorku, pretvarajući svoj **život u temu umjetnosti**, koja se nije zadržala samo na slikarstvu, već je prešla i na područje konceptualne umjetnosti. On Kawara je upravo kroz tekst bilježio mjesta na kojima je bio, ljude koje je sretao, vremenske prilike i razne događaje. (*June 2. 1971, Sit-in on Times Square, Taeko kissed me*). Vidi: Ruhreberg, Schneckenburger, Fricke, Honnef, *Umjetnost 20 stoljeća*, Tachen, 2004, str.358.

³⁸ Jurij Lotman piše da je pojam **granice** ambivalentan, da granica razdvaja i spaja. "Ona je uvijek granica nečega te tako pripada objema graničnim kulturama, objema kontiguitetnim semiosferama. Granica je bilingvalna i polilingvalna. Granica je mahanizam za prevođenje tekstova iz tuđe semiotike u 'naš' jezik, ona je mjesto na kojemu se ono što je 'vanjsko transformira u ono što je 'unutarnje'..." - Jurij Lotman, *Universe of the Mind. A Semiotic Theory of the Culture*, New York, London, 2001, str.137.

³⁹ Majkl Bilig, *op.cit.* str.246.

duboko poremećen"⁴⁰, zbog čega mjesta nisu više jasna podrška naših identiteta. Novi geografski diskurs često naglašava nedostatak čvrstog oslonca i neprestanu promjenu fluidnosti, lutanje transnacionalne dijaspore.

Razmatranje nomadizama⁴¹ u kontekstu umjetnosti sagledavanje je mjesta/mape u kojem je umjetnik nalik šegrtu koji luta svijetom da bi ga vidio i iskušao; "kroz praksu svog umijeća; on se izdržava na putu vršeći svoj zanat..."⁴² *Vršenje* tog zanata nije ništa drugo do pisanje putopisa, bilježenje sazajno-produktivnog dnevnika, ličnog iskustva, percepcije... kada umjetnik biva prenosnik sadržaja iz jednog *medijski generisanog prostora* (Divna Vuk-sanović) u drugi. Kris Barker (Barker, Chris) *prostor* tumači kao mrtvu i apstraktnu udaljenost između dvije tačke, dok je *mjesto* određeno učesćem mišljenja i djelanja, emocionalnim odnosom pojedinca prema određenom lokalitetu. Prema teoretičaru medija Vilemu Flaseru (Flusser, Vilem) današnji nomadizam praćen je prelomom cjelokupne strukture mišljenja linearnog razvitka istorije. Teritorija se više ne nastanjuje već se boravi *u* ili *na* njoj, zbog čega se koncept urođene nacije pokazao varijabilnim. Promjene granica na Balkanu, revolucije i migracije, koje su se desile početkom 90-ih, poslije pada Berlinskog zida, ob-novile su stare i stvorile nove političke projekte, iz čega su i stvorene rekonfiguracije u percepciji prostora za koji se identitet ne vezuje kao ranije.

Kroz naizgled statično privatno-javno pismo/poeziju/tablu, možemo pratiti monumentalan prostorno-vremenski presjek između neposredne/spon-tane i posredne/konstruisane komunikacije ali i estetizaciju tzv.*visoko-tehnološkog prostora*.

Simbioza arhaičnog i digitalnog u Đuravčevićевой instalaciji, podstiče na razmišljanje o kretanjama/surfovanju subjekta kroz različite istorijske pre-sjeke; BRONZNOG DOBA - kada se život odvijao sporo i u skladu s priro-

⁴⁰ Jelena Đorđević, *Postkultura*, Clio, Beograd, 2009, str.399.

⁴¹ "Od 2003. godine i svjetske konferencije u Berlinu o nomadizmu kulture utemeljen je i prvi Institut za nomadizam. Umjetnički projekti unutar tog Instituta usmjeravaju se na problem novog kulturalnog identiteta, novih medija i globalizacije, transkulturalnosti i kozmopolitizma. **Nomadizmom** se danas označava iskustvo prelaska svih kulturalnih granica nacije-države. Taj se pojam primjenjuje na neki imaginarni labirint književnog fenomena, pisaca, filozofa, umjetnika koji jednostavno putuju svijetom i razmjenjuju tzv. iskustvo vlastite i tuđe kulture u sveopćem mješanju svega i svačega" - Žarko Paić, *Zemljovid i lutalice: nomadizam i kaos kraja povijesti*, Sveske, No.23-24, Sarajevo, 2009, str.111.

⁴² Borislav Mikulić, "GLASOVI IZ KANTA - McLuhan, digitalni apsolut i problem regresivnog napretka (Prilog materijalističkoj epistemologiji medijskog diskursa)", *Filozofija i društvo*, No.3, Filozofski fakultet sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2005, str.16.

dom, i DIGITALNE EPOHE u kojoj istorija dobija na ubrzanju, a subjekt je svojim emocijama i razmišljanjima sve bliži virtualnoj zbilji, dajući sve više svoje sopstvo na raspolaganje medijima. Bronzano doba je bilo DOBA LICA, očiglednosti koja nije ostavljala mogućnost za prerusavanje i varku, što znači da distanca između subjekta-medija i sadržaja skoro da nije postojala. Estetika i tehnologija komunikacije bila je uslovljena društvenim radom i društvenim vezama, koje su bile veoma bliske. Tijelo subjekta je prenosilo i primalo poruku. Bronzano doba je bilo doba NEPOSREDNOG TJELESNOG PRISUSTVA U KOMUNIKACIJI, u slanju i primanju poruke. Pojavnost je u bronzanoj epohi bila imperativ da bi subjekt nešto saopštio i njegov diskurs, kao i identitet, bio je sasvim čist.

Đuravčevićeva slova od bronz, referiraju na daleku istoriju, kada je kretanje *čistog tijela* bilo ekstenzivnije, jer je pješačenjem čovjek širio neophodne resurse za egzistenciju ali i granice društvenosti, koje su se brisale shodno potrazi za informacijom i prenošenjem iste. Prema pisanju Borislava Mikulića "Hodanje-pješačenje, kao 'medij s porukom' posve sigurno ima kulturološke, političke i ideološke konotacije"⁴³ u kojima su sadržaj i cilj medija jedno. Pojavom pisma to jedinstvo se razbija, da bi kasniji razvoj medija doveo do gomilanja i hipertrofije medija kroz tekst, fotografiju, film. "Praistorijska društva imala su samo usmenu kulturu, a usmenu kulturu čine neposredni međuljudski odnosi (tipa *face to face*), praistorijski mentalitet (čulno-konkretni) i jezik istovetan govoru."⁴⁴ Krucijalni pomak u istoriji medija uslijedio je promjenom u "diskurzivnoj konstrukciji između naracije i narativne instance"⁴⁵ kada se konstrukcija medijskog sadržaja sa predmeta i prikazanog, pomjerila na prikazivača. U prilog tome pozivamo se na pisanje Srečka Horvata o *digitalnim nomadima* koji "gotovo da ne nose papir jer znaju da svojim dokumentima mogu pristupiti preko osobnih računala, mobilnih telefona ili online."⁴⁶ Subjekt stupa na mjesto predmeta. Mjenjaju se konstelacije i konfiguracije medija ali i procedure percepcije. Modifikuje se leksika, semantika, režim slike i *vrijednost informacije*. U tom smislu i Đuravačević nam kroz potenciranje automati-

⁴³ Borislav Mikulić, "GLASOVI IZ KANTA - McLuhan, digitalni apsolut i problem regresivnog napretka (Prilog materijalističkoj epistemologiji medijskog diskursa)", *Filozofija i društvo*, No.3, Filozofski fakultet sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 2005, str.16.

⁴⁴ Andžej Mencvel, *Antropološka imaginacija*, XX vek, Beograd, 2013, str.198.

⁴⁵ Borislav Mikulić, *op.cit.*, str.18-19.

⁴⁶ Srećko Horvat, "Samosvjesni nomadi i njihova ideologija", *Sarajevske sveske*, No.23-24, Sarajevo, 2009, str.164.

zovanih identifikacija (*Crnogorci su mislili da sam... Latinosi misle da sam...*) dokazuje koliko su lični identitet i saznanje o drugima danas formirani informacijama iz medijski konstruisanog a ne realnog prostora, ne iskustva, dijaloga i istine⁴⁷ što znači da naša pojavnost, naše tijelo nije realno utemeljenje života, već "horizont spektakularnog univerzuma bez tela i senzualnosti."⁴⁸

I dok je čovjek Bronze suštinski zavisio od prostora, i kroz pješačenje obavljao medijsku funkciju (prenos), sada imamo ontološki obrt u kom BES-TJELESNA INDIVIDUA provodi svoje vrijeme ispred ekrana, ustoličena u jednom mjestu, u neograničenoj virtuelnoj komunikaciji sa cijelim svijetom, kompenzujući time doživljaje i društvena iskustva u realnom, gdje je distanca između subjekta, virtuelne zajednice i medijskog sadržaja/poruke istovremeno minimalna, nesaglediva i neuhvatljiva. Nije neophodno prisustvo tijela ni u slanju, ni u primanju poruke jer, medij nam omogućava da budemo odsutni, a izrečeni, direktni, a udaljeni, što subjekt koristi kao moć "prevazilaženja podređenosti u socijalnim odnosima."⁴⁹ Ovom svakako dodajmo i Viriliova (Virilio, Paul) zapažanja o politizaciji medija prenešenu "na samu strukturu prirodnog i socijalnog svijeta"⁵⁰, što za posljedicu ima *medijsku stvarnost* i strategiju *nevidljivosti* ideologije koja formira medijsku sliku svih identiteta.

Pitanje istorije identiteta i komunikacije, zapravo je pitanje prostora i pitanje komunikativnosti jednog *site*-a (mjestu). Nije li kroz istoriju poruka postala sve brža, sve dalja, oprostorenija, u geografskom smislu uvijek ispred subjekta? Prema Suzan Stanford Fridman (Friedman, Susan Stanford) "nova geografija obuhvata kretanje od alegorizacije jastva (self) u terminima organizma, stabilnih centara, jezgra i celovitosti do diskursa oprostorenih identiteta koji su stalno u pokretu.(...) Umesto modela individualističkog razvoja koji dolazi do kraja, nova geografija oslikava identitet kao istorijski utvrđeno mesto (site), pozicioniranost (positionality), lociranost (location), motrište (standpoint), teren, presek, mrežu, raskršća višetruko smeštenih znanja. Ona ne artikuliše organski razvoj identiteta već mapira teritorije i granice..."⁵¹ Fridmanova smatra da ovakav geografski diskurs identiteta naglašava nedostatak

⁴⁷ Pol Virilio, naziva ovaj fenomen *opšte interaktivno zatočeništvo*.

⁴⁸ Žil Lipovecki i Žan Seroa, *Globalni ekran: od filma do smartfona*, Akademska knjiga, Novi Sad, 2013. str. 290-291.

⁴⁹ Saša Radojičić, "Identitet u virtuelnom svetu", *Kultura*, br.133, 2011, str.97.

⁵⁰ Borislav Mikulić, *op.cit.*, str.26.

⁵¹ Suzan Stanford Fridman, "Preko roda: nova geografija identiteta i budućnost feminističke kritike", *Genero* 6/7, Centar za ženske studije, Beograd, 2005, str.106.

čvrstog oslonca, neprestanu promjenu fluidnosti, nomadsko lutanje transnacionalne dijaspore i nepregledno kruženje kiborgprostora. Slično njoj i Flaser je mišljenja da je u eri digitalnog doba čovjek "medijalni proizvod, komunikacijska mreža odnosa, razmješteni/izmješteni luralica između različitih kulturnih svijetova koje povezuje logika komunikacije na daljinu."⁵² Pojavu novog subjekta, njegovo haotično lutanje kroz mitove i fantazije, decentriranost koja ga sprečava u učvršćivanju jednog niza pozicija možemo shvatiti kao *rizom*, postmoderni model subjekta kojeg Delez (Deleuze, Gilles) i Gatari (Guattari, Felix) predstavljaju u linearnoj strukturi, s karakteristikama odsustva jasnog društvenog modela, višeznačnosti i širenja u prostoru. *Rizom* ne dozvoljava sazrijevanje društva, razvija se izvan puta, daleko od vidljivog cilja.

Socijalni antropolog Ulfo Hanerc (Hanerc, Ulfo) smatra da je upravo internet omogućavajući stvaranje nadnacionalnih mreža razvio savremeni identitet oslobođen lokalnih obilježja. S aspekta *lokacione politike identiteta* informatičke nacionalne elite u stalnom su dodiru na daljinu i njihova komunikacija prelazi državne granice, granice ekonomske i kulturne politike. "Kulturne poruke, značenja i izražajne forme (ukusi, postupci, ideje itd.) ukrštaju se i mjenjaju kanalima koji najčešće izmiču logici odnosa između pojedinačnih država-nacija."⁵³ Hanerc takođe konstatuje da nadnacionalne kulture obezvređuju mjesto kao faktor kulturnog identiteta. Zbog toga, Đuravčevićev rad nije samo *priča o identitetu*, već i polemika između subjekta i prostora, subjekta i medija, identiteta i prostora, identiteta i nacije, pa zaključujemo da je:

- današnji identitet zapravo proizvod medijske mreže / relacije / reprezentacije ali i globalnih geo-političkih intencija
- nema *čistih* kultura pa time ni identiteta
- saznanje o drugim društvima i teritorijama bitno utiču na odnos subjekta prema mjestu porijekla
- granice realnih i virtuelnih teritorija su promjenljive pa time i sudbina subjekta i domen njegovog *oprostorenja*
- realne i virtuelne granice *oprostorenja* sve su manje udaljene
- umjetnost i autor poziciju identiteta stižu u realnom i virtuelnom prostoru
- istorija subjekta koji *surfuje* kroz virtuelne teritorije i kulture postaje i njegovom istorijom jer ostavlja učinak na identitetu i predmetu želje

⁵² Žarko Paić, *op.cit.* str. 114.

⁵³ Ugo Fabijeti, Roberto Maligeti, Vincenco Metera, *op.cit.*, str.208.

Pozivajući se na postkolonijalne studije Suzan Stenford Fridman skreće pažnju na *hibridnost identiteta* nastalu na kulturološkim presađivanjima i geografskim migracijama. Ova teoretizacija identiteta oslanja se upravo na narative pisaca poput Glorije Anzaldo (Anzaldau, Gloria), Salmana Ruždija (Rushdie, Salman), Maksin Kingston (Kingston, Maxine Hong), koji opisuju uslove hibridnosti identiteta kroz migracije, egzil, život u pograničnim područjima. "Hibridnost ponekad konfigurira identite kao taloženje različitih kultura u jedinstvenom prostoru, koji se zamišlja kao pogranična oblast, kao mesto mešanja i sukoba. 'Da biste živeli u *Pograničnoj oblasti*' piše Anzaldo 'morate živeti *sin fronteras* (bez granica), morate biti raskrsnica'. U oba slučaja identitet nije 'čist', 'autentičan', već je uvek heterogena mešavina proizvedena u pograničnim oblastima ili je međuprostor koji odvaja razlike. Ovako presađivanje često poprima oblik bolnog razdora..."⁵⁴

Hibridnost identiteta ponekad vodi u obnavljajući rast i kreativnost, ponekad ka jeziku kojim se gubi porijeklo i autentičnost ili ka jeziku usvojene sinkretičke heteregenosti i kulturološkog prevoda.⁵⁵

Prihvatljiva je ideja Fridmanove da termin *hibridno* vezuje za razvoj interdisciplinarnih humanističkih i društvenih nauka, u kojima je zamisao hibridnosti povezana s konceptima razlike (*difference*). "Hibridizacija znači: nemati jedno poreklo, *jedno drvo znanja*, već nekavu neodređenu spremnost na interventno suočenje sa materijalnim društvenim praksama i njihovim stvarnim ili funkcionalnim kontradikcijama."⁵⁶ Hibridizacija je otvoreni koncept koji na mjesto zatvorene egzistencije postavlja koegzistenciju, eksteritorijalnost, drugačije, razliku, ono što savremena sociologija prepoznaje kao utopijski prostor, *teritorijalizaciju želja*, i što predstavlja novi koncept teritorije zasnovan na fizičkoj i mentalnoj pokretljivosti.⁵⁷

5. Zaključak

Duravčevićeva instalacija *Identitet* je upravo geografska mapa, procedura hibridizacije, eksteritorijalnosti subjekta koji iz singularnog i jedinstvenog prostora, nošen emancipatorskim praksama, medijatizovanom realnošću i kreativnim učincima, prelazi u prostor kulturnih i istorijskih promjena, ozna-

⁵⁴ Suzan Stenford Fridman, *op.cit.*, str.112.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Miško Šuvaković i Aleš Erjavec, *op.cit.*, str.819.

⁵⁷ Vidi: *Artcentrala*, br.8-9, Centar savremene umjetnosti Crne Gore, Podgorica, 2014, str.97.

čavajući *jezikom stranca* porijeklo i izvorište svoje misli, svoje umjetnosti, braneci time pravo na opiranje, kritiku i protest.

Literatura

Bailey, David & Stuart Hall (eds.), *Critical Decade, Ten/8, Impressions Gallery*, York, 1992.

Bauman, Zygmunt, *Tekuća modernost*, Pelago, Zagreb, 2011.

Bilig, Majkl, *Banalni nacionalizam, XX vek*, Beograd, 2003.

Đordano, Kristijan, *Ogledi o interkulturnoj komunikaciji, XX vek*, Beograd, 2001.

Đurić, Jelena, "Paradoksi identiteta", *Filozofija i društvo*, No.2, Beograd, 2010.

Fabijeti, Ugo, Roberto Maligeti, Vinčenco Metera, *Uvod u antropogiju, od lokalnog ka globalnom*, Clio, Beograd, 2002.

Fridman, Suzan Stenford, "Preko roda: nova geografija identiteta i budućnost feminističke kritike", *Genero 6/7*, Centar za ženske studije, Beograd, 2005.

Horvat, Srećko, "Samosvjesni nomadi i njihova ideologija", *Sarajevske sveske*, No.23-24, Sarajevo, 2009.

Jestrović, Silvija, "Nomadski jezik", *Sarajevske sveske*, br. 23-24, Sarajevo, 2009.

Kelner, Daglas, *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004.

Kordić, Snježana, *Jezik i nacionalizam*, Durieux, Zagreb, 2010.

Krstić, Predrag "Pitanja identiteta II / Zajedničko polje identiteta i razlike: spekulativne i socijalne teorije", www.hrcak.srce.hr/file/124988/12/04/ 2017

Lipovecki, Žil i Žan Seroa, *Globalni ekran: od filma do smartfona*, Akademika knjiga, Novi Sad, 2013.

Majetić, Senka, "Multilingvizam na internetu", *Post scriptum*, br.1, zima 2010/2011.

Muf, Šantal, "Umjetnički aktivizam i agonistički prostori", *Artcentrala*, Centar savremene umjetnosti Crne Gore, Podgorica, 2014.

Radojičić Saša, "Identitet u virtuelnom svetu", *Kultura*, br.133, 2011.

Šuvaković, Miško i Aleš Erjavec, *Figure u pokretu*, Atoča, Beograd, 2009.

Welsch, Wolfgang, "Postmoderna genealogija i značenje jednog spornog termina", u, *Postmoderna ili borba za budućnost*, Peter Kemper, AC, Zagreb, 1993.

Zaharijević, Adriana, "Gdje je politika u politici identiteta", *ProFemina*, broj 51/52, Beograd, 2008.

KAPITALIZAM, RODNA (NE)RAVNOPRAVNOST I RODNO SENZITIVNI JEZIK

CAPITALISM, GENDER (NON)EQUALITY AND GENDER-SENSITIVE LANGUAGE

mr RADOMIR ĐURĐIĆ,
Podgorica

Apstrakt: Pojam rodne ravnopravnosti ovdje će biti posmatran u kontekstu epohalnih određenja odnosa muškog i ženskog roda. U radu koji slijedi, ovom problemu prišli smo dvojako, razmatrajući prvo određene istorijske prilike, a na osnovu njih, istoriju ideja, koja leži u korjenu razumijevanja rodni razlika, i borbi za rodnu jednakost. U feudalno doba, uloga žene svedena je na oblast domaćinstva. U buržoaskom društvu možemo govoriti o uključivanju žena u kapitalistički pogon, što dovodi do dvostruke društvene eksploatacije žena, u kontekstu klasne podjele društva, i rodne razlike, koja se na različite načine ispoljava u Evropi i Americi. Teret ovog istorijskog nasleđa Moderne prisutan je u konstrukciji jezika, koji ne predviđa, na primjer, postojanje naziva za ženska zanimanja (poslove), koji se, u kontekstu kulturološkog epohalnog sklopa, vezuju za muškarce – što se posebno očituje u javnoj, medijski podržanoj “rodnoj nekorektnosti govora”. Obrazlažući istorijske oblike društvene podređenosti žene u kapitalističkom svijetu, u ovom radu su pokazane teoretske osnove ženskih emancipatorskih pokreta, uključujući i oblike borbe za javnu primjenu rodno senzitivnog govora.

Ključne riječi: Rod, pol, kapitalizam, eksploatacija, rodno korektni govor, mediji

Abstract: The concept of gender equality here will be observed in the context of the epochal determinations of the relationship between male and female gender. In the paper that follows, we have approached this problem in a twofold manner, considering, first of all, certain histori-

cal circumstances, and based on them, the history of the ideas, which lies in the root of understanding the gender differences, and the struggle for gender equality. In feudal times, the role of women is reduced to the household. In the bourgeois society, we can talk about women's inclusion in capitalismpropulsion, which leads to a double social exploitation of women in the context of class division of society, and gender difference, which in many ways manifest in Europe and America. The burden of this historical heritage of the Modern is present in the construction of language, which does not foresee, for example, the existence of names for women's occupations (jobs), which, in the context of a cultural epochal framework, are linked to men - which is particularlyevident in public, media supported "gender-unfairness of language". Through the explanationof the historical forms of social subordination of women in the capitalist world, this paper presents the theoretical basis of female emancipatory movements, including the forms of struggle for public application of gender sensitive speech.

Key words: Gender, Sex, Capitalism, Exploitation, Gender-Fair Language, Media

1. Uvod

U kontekstu sociološke nauke obično se izbjegava postavljanje pitanja poput ovog: iz kog razloga dolazi do ugnjetavanja žene? Odnos prema ženi, kao prema biću koje treba da bude podređeno muškim prohtjevima začuđujuće je zastupljen, od najranijih istorijskih vremena, sve do savremenog svijeta¹.

Uspostavljane rodne diferencije valjano se može razumjeti samo u kontekstu epohalnih sklopova: različite istorijske situacije, sociloški odnosi i filozofska stanovišta, objašnjavaju razumijevanje odnosa polova, oslikavajući društvenu pozadinu ove relacije. Tako je *rodna neravnopravnost* proistekla iz određenih društvenih odnosna moći, kao što je i borba za ravnopravnost rodova – posledica epohalnih konstelacija².

Razlikovanje roda i pola u tom smislu možemo da razumijemo na sledeći način: polna razlika između muškarca i žene uvijek je društveno određe-

¹ Gejl Rubin, "Trgovina ženama", *Antropologija žene*, priredile Žarana Papić i Lidia Sklevicki, Prosveta, Beograd, 1983, str 95.

² Branka Arsić, *Mislim, dakle nisam žena*, Rad, Beograd, 1999, str 24.

na, odnosno anatomske i fiziološke razlike dva pola uvijek su sagledavane u nekom sistemu značenja, koji je određen istorijskim prilikama. To znači da je razumijevanje razlike među polovima u osnovi rodno zasnovano. Uvijek se pretpostavlja prisustvo neke društvene vizure, teoretske pozicije ili usvojenih tradicionlanih uvjerenja³.

Ukoliko pođemo od pomenutog, društvenog određenja rodni razlika, može se uspostaviti sasvim jasna diferencija između antičke i novovjekovne slike svijeta, u okviru kojih se, na različite načine, konstituiše rodna neravnopravnost.

Antički epohalni sklop podrazumijeva primat prirode, određenog poretka stvari koji se uzima kao metafizička nužnost – prema kojoj treba urediti odnose u društvenim zajednicama. Tako je za stare Grke polis samonikla zajednica, čije porijeklo seže do mitskih korjenova, a odnosi unutar ove društvene zajednice određeni su svojevrsnim prirodnim poretkom stvari. Nasuprot tome, novovjekovna slika svijeta uvodi primat razuma, kao od prirode nezavisne, autonomne sile. Prirodne razlike sada zahtijevaju racionalno objašnjenje, a spoljašnja nužnost postaje podređena interesima društvene zajednice, koja više nije određena prirodom kao „apstraktnom onostranošću“, nego je racionalno struktuirana.

U oba epohalna konteksta, mada na sasvim drugačijim osnovama, razlika između muškaraca i žena, odnosno svojevrsna podređenost žena muškarcima, temelji se na usvojenim pretpostavkama: u Antici je to teoretki oslikana prirodna razlika, u novovjekovnoj slici svijeta – strukturalna razlika unutar novih društvenih odnosa, odnosno kapitalističke proizvodnje socijalnih relacija. U tom smislu, i emancipatorske pokrete, koji nastoje da uspostave rodnu ravnopravnost, treba posmatrati u sklopu društvenih promjena, mijena savremenog kapitalizma, kao i njegovog sučeljavanja sa idejom drugačijeg društvenog uređenja u socijalističkom društvu, koja je proizvela značajne posledice po uspostavljanje rodne ravnopravnosti.

Pojednostavljeno – to znači da teoretski konstruisane razlike između dva pola, u anatomsko-fiziološkom, racionalističkom ili, u novije vreme – psihoanalitičkom ključu, uvijek ukazuju na društvene mehanizme, proizvodnje i raspodele dobara, staleške i klasne razlike, koje u teorijama dobijaju opravdanje. Svako teoretsko insistiranje na rodni razlikama treba da opravda različite vidove diskriminacije žena, na sličan način kao što se opravdavaju soci-

³ Seli Sloukem, „Žena skupljačica – muške“, u antropologiji, *Antropologija žene*, nav. str 82.

jalne razlika između bogatih i siromašnih. Zbog toga su emancipatorski feministički pokreti često kompatibilni sa borbom potlačenih društvenih staleža za povoljniji položaj u društvu.

Međutim, ovako grubo postavljena razlika zahtijeva da se ukaže na složene istorijske prilike koje su dovele do emancipacije žena. U tom smislu, u centralnom dijelu rada, posebno će se govoriti o evropskom i američkom putu emancipacije, koji tek u naše vrijeme dovode do jedinstvenog ženskog pokreta.

2. Muževnost i ženstvenost u Antici

U kontekstu antičke filozofije prvi put dolazi do uspostavljanja metafizičkih razlika između *muževnog* i *ženstvenog*. Ova se razlika možda najdublje očituje u Platonovom dualizmu u dijalogu *Timaj*, gdje se ideje, koje dolaze od Demijurga, utiskuju u materiju, kao „prihvatiteljku“. Ova filozofska podjela na ono što oblikuje, i ono što treba da bude oblikovano, u stvari je pitagorejskog porijekla. Na tragu pomenute platonističke podjele je i Aristotel, koji, razvrstavajući četiri vrste uzroka, materiju i formu diferencira na sledeći način:

A bjelodano je kako iz jedne tvari nastaje jedan stol, dok onaj koji nanosi oblik (iako je jedan) tvori mnoge stolove. Isto tako ponaša se muško naspram ženskom: žensko se oplođuje jednim opašajem, a muško oplođuje jednom.⁴

Ženski princip podrazumijeva pasivnost, koja treba da poprimi oblik od muževnog principa. Filozofska teorija je, u tom smislu, oblikovala i opojmila još mitsko razumijevanje žene, na kakvo nailazimo u mitu o Pigmalionu. Naime, Pigmalion je oblikovao idealnu ženu od slonovače, potom se zaljubio u djelo svojih ruku, a bogovi su ga nagradili za trud time što su ovu udelovljenu ženu oživeli.

I na planu etike, za Stare Grke, *muževnost* je primjerenija vrlina. Muževnost podrazumijeva – umjerenost, odnosno svojevrsan otpor nagonima. Muževan muškarac je za Grke onaj koji je u stanju da svoja htjenja uredi prema mjeri. Ova je mjera, doduše, proizvod neke spoljašnje uzročnosti, odnosno u antičkom epohalnom sklopu – mjera prethodi merenju.⁵ Mjera je nešto objektivno, dato, mitski izniklo, a zadatak je čovjeka da svoje djelovanje uskladi sa

⁴ Aristotel, *Metafizika*, Liber, Zagreb, 1985, 988a 3-5

⁵ Младен Козомара, „О мери“, у *Субјективност и моћ*, Плато, Београд, 1998, стр 31-33

mjerom, da u konkretnom činjenju pronađe „sredinu“ između ekstremnih stanja. Ta je primjerenost, prije svega, muževni atribut.

U Platonovoj koncepciji države, doduše, nailazimo na mogućnost da i žene postanu čuvari, pa i vladari u nekom polisu, ali to podrazumijeva njihovu strogu, a to znači muževnu disciplinovanost, koja se u Platonovom sistemu obrazovanja postiže isključivo upoznavanjem sa harmonijom, kasnije matematičkim odnosima, i napokon, relacijama u samom svijetu ideja.

Opisana slika ima svoje mitske korjene. U poznatom mitu o proroku Tiresiji, predočena nam je sledeća priča: Tiresija je najpre bio običan mladić, koji, pošto je uplašivši se ubio ženku zmije, kletvom zmije-mužijaka biva pretvoren u ženu, koja je ubrzo postala najpoznatija helenska prostitutka. Kada mu je pošlo za rukom da ponovo postane muškarac, Tiresija je pozvan u stanište bogova. Zevs i Hera, koji su se posvađali oko toga ko više uživa u ljubavnim nasladama, muškarci ili žene (svako od njih je tvrdio da suprotni pol uživa više), smatrali su da Tiresija, koji je bio i bio i jedno i drugo, može da o tome valjano presudi. „Muškarac uživa tek jednu desetinu, a žena preostalih devet desetina“ – glasio je Tiresijin odgovor, posle koga ga je Hera kaznila slepoćom, a Zevs mu je, radi utjehe, podario proročki dar (razumijevanje ptičijeg govora).

Ako imamo u vidu pomenute mitske korjenove, koji kasnije dobijaju filozofsko, pojmovno obličje, jasno je da je razlika između muškarca i žene posmatrana kao neko svojstvo „po prirodi“, kao mitski usud. U tom smislu, antička rodna razlika određena je polnom diferencijom. Polno razlikovanje uvijek polazi od prirodnih osobenosti muškarca i žene. Na polnim razlikama insistiraće se i u novovjekovnom kontekstu, od Ogista Konta, pa do Frojda, Vajningera, i sociologa Foksa i Murdoka⁶. Međutim, u Antici je ova polna diferencija proizvod od čovjeka nezavisne metafizičke svrhe, koja samim tim određuje primjerenost muževnosti i ženstvenosti. U novovjekovnom smislu, pomenuta je razlika uvijek shvaćena u kontekstu društvene uloge žene, koja je sada ljudska, a ne neka „prirodna“ svrha.

U Antici, smim tim što brine o potomstvu, što dobar dio svog života provodi u „bremenitosti“, žena je podložna djelovanju aktivnog principa, muževnosti. Nasuprot tome, iako pasivna, žena je manje umjereno stvorenje. Ona nije u stanju da se suprotstavi „prirodnim“ porivima. U seksualnom

⁶ Mirjana Popović, „Feminizam, rod i konstituisanje rodnog identiteta“, *Sociološka Luča*, 2011, Vol. 5 Issue 2, p29, str 31.

smislu, žena više uživa od muškarca, koji može da bude i sputan prilikom obavljanja oplodnje. Sa druge strane, kako to otkriva Mišel Fuko, u svojoj *Istoriji seksualnosti*, žena je manje sklona „dijetetici“, uzdržavanju od određenih zadovoljstava shodno harmoniji elemenata (stihija), zbog čega je, na primjer, tokom ljetnjih mjeseci (kada dominira vatra) savjetovana seksualna apstinencija⁷. Pasivnost i raspoloživost žene za ljubavna zadovoljstva u tom smislu određuju njenu neumjerenu sudbinu, od koje se može pobjeći samo strogim tretmanom omuževljenja, kao u Platonovoj *Državi*.

Priodna razlika treba da odredi i odnose u domaćinstvu. U pseuodoaristotelovskom spisu *Ekonomika*, žena se zato posmatra u istoj ravni sa ostalim bićima kojima treba da gospodari glava porodice:

Kod ljudi, u svakom slučaju, življenje u dvoje omogućava tokom čitavog života uzajamnu pomoć i potporu; što se tiče potomstva, njime se ne obezbjeđuje samo opstanak vrste, nego je ono »korisno i za roditelje« jer im »briga i pažnja, koju su dok su bili u punoj snazi ukazali slabim bićima, biva uzvraćena u trenutku kada i sami u »starosti postanu slabi, a ta bića ojačaju«. I upravo za takav bolji život priroda je dodatno opremila muškarca i ženu; zbog življenja u zajednici »stvorila je dva različita pola«. Prvi je jak, a drugi bojažljiv; jednome je izvor zdravlja u kretanju, dok je drugi sklon da provodi život sjedeći; jedan donosi imetak u kuću, a drugi nadzire ono što se u njoj nalazi; jedan othranjuje djecu, dok ih drugi vaspitava. Priroda je, u neku ruku, unaprijed odredila ekonomiku domaćinstva i uloge koje u njemu svaki od supružnika treba da obavlja.⁸

Prirodno određenje razlike između muškaraca i žena pokazuje da je u antičkom svijetu reflektovan samo polni identitet. Samim tim možemo da kažemo da u antičkom istorijskom sklopu rodna diferencija nije shvatana kao društvena određenost, nego izvedena iz prirodnih konstanti, iz primarnog određenja muškarca i žene.

Sada treba postaviti pitanje: šta je u osnovi podređivanja žene muškarcu. U vrijeme Antike mjesto žene je u kući. Ona nema udjela u javnom poslovanju. Samim tim, žena ne može da bude poštovana kao muškarac, jer je za

⁷ Мишел Фуко, *Историја сексуалности 2*, Просвета, Београд, 1988, стр 165 i dalje.

⁸ Мишел Фуко, *Историја сексуалности 2*, Просвета, Београд, 1988, стр 171

Grke samo javna sfera dostojna punog poštovanja. Ono što je privatno ostaje *privativno*⁹. U području izvan javnog djelovanja su i hetere, helenske prostitutke, koje služe za zabavu poslije opijanja na gozbama. To ne znači da u antičkom svijetu nije bilo i obrazovanih žena. Sapfo, poznata antička pjesnikinja, je najbolji primjer za to. Međutim, žena do javnosti može da dospije samo ukoliko se nametne, izlazeći iz tame kućnog ambijenta, što podrazumijeva specifične uslove, koje možemo da posmatramo prije kao izuzetak nego kao pravilo. U svakom slučaju, antička filozofija, kao što smo pokušali da ovdje ukratko izložimo, cementira i fiksira tradicionalni, naslijeđeni odnos prema ženama, koji se mora očuvati, radi održanja harmonije unutar polisa – još jedne „samonikle“ tradicionalne zajednice.

Ovaj odnos dominira i u helenističkom periodu. Iako se preporučuje da muškarci i žene budu jedno drugom vjerni u braku, jasno je određeno ko u takvoj zajednici treba da ima primat. Ono što bismo mi danas nazvali biološkom razlikom žena i muškaraca, svejedno da li je razumijevana kao prirodna diferencija, ili proizvod nekog božanskog plana – određuje i opravdava odnos u porodici i društvenoj zajednici.

Nagovijestićemo samo da je u Hrišćanstvu odnos muškaraca i žena znatno kompleksniji, i da je ovdje rodna razlika ustanovljena na osnovu više simboličke, nego biološke diferencije. Najjednostavnije rečeno, za hrišćane postoji jasna razlika između zatečenih odnosa u svijetu, i onoga što treba da bude izgrađeno u kontekstu prvih crkvenih zajednica. U crkvenim zajednicama je, kako to možemo pronaći kod apostola Pavla, žena – sestra, prema kojoj se treba odnositi jednako kao i prema muškarcu, unutar zajednice. To što se ženi ne dopušta da gospodari mužem, i što se u neku ruku podrazumijeva da muškarac bude glava porodice, treba razumjeti u simboličkim razlikama između Boga i njegove crkve, gde muškarac simbolizuje božanski *prius*, a žena vjernu crkvu - koje su, međutim, sintetisane u neraskidivu zajednicu. Ne treba smetnuti s uma, da je u hrišćanskim zajednicama ženama dopušteno da ulaze u Crkvu, da učestvuju u svetim tajnama, i da „u ljubavi“ budu ravnopravne sa muškarcima.

U svakom slučaju, „komunizam“ prvih hrišćanskih zajednica nije dobar primjer za objašnjavanje rodne nejednakosti u kasnijoj hrišćanskoj civilizaciji. Odnose među polovima mnogo će više određivati odnosi proizvodnje, nego religijski nazori, iako će svaka društvena podjela rada posegnuti za

⁹ Branka Arsić, *Ibid*, str 189.

mehanizmom „istorijske mistifikacije“¹⁰, odnosno teoretskog opravdanja uspostavljanja određenih društvenih odnosa.

3. Organizovanje buržoaske polnosti

U feudalnom dobu, uloga žene svedena je na oblast domaćinstva. Čim napusti roditeljsku kuću, žena postaje vlasništvo muža, koji je zastupa u javnosti, odgovara za njene postupke, raspolaže cjelokupnom imovinom, uključujući i onu koju je žena mirazom donijela u porodičnu zajednicu. To se odnosi na društveni stalež zemljoposjednika. Kada je riječ o kmetovima, zakon se jednako ophodi i prema njima, s tim što je ovdje raspolaganje imovinom bespredmetno. I u svijetu kmetova, ženi su predodređeni kućni poslovi, koje najčešće obavlja sama. Ona vodi brigu o djeci, mada ima i slučajeva gdje zajedno sa muškarcima obavlja fizičke poslove, doprinoseći tako u sticanju rente od koje živi porodica.

Način proizvodnje dobara ovdje određuje rodne razlike. Koncentracija prava u rukama muškaraca utemeljena je u potrebi da se lakše uspostavi vlasništvo nad određenom zemljom, koja često potiče od ratnih prisvajanja, ili podjele ratnog plijena. Muškarac koji odlazi u ratove ima prava da raspolaže plijenom, a sticanje prava nad imovinom žene, poslije sklapanja braka, pomaže da se vlasnička prava i zemljišne knjige urednije vode. U takvom miljeu, svakako, ne može biti govora o borbi za rodnu ravnopravnost. Žena je „stajajući kapital“, intervali u kojima je žena bremenita, ili se bavi odgojem djece, sprečavaju je da aktivno učestvuje u odnosima razmjene dobara, indisponirajući je da bude aktivni učesnik društvenih odnosa.

Novovjekovno doba omogućuje ne samo munjeviti razvoj nauka, nego i uspon zanatlija i trgovaca do buržoaske klase. U Novom vijeku brišu se zatečeni odnosi, ukida tradicija. Novi vijek uspostavlja odnose na bazi racionalnosti. Utoliko je više nego začuđujuće što se dosta dugo, tokom razvoja kapitalističkih odnosa, odbrana podređenosti žene stavlja na tradicionalne osnove, koje će, međutim, postupno poprimati boju buržoaskog društva.

Tek u buržoaskom društvu možemo govoriti o uključivanju žena u kapitalistički pogon. Do toga dolazi sasvim postupno, a ti su stupnjevi znatno različiti u Evropi i u Novom Svijetu, odnosno Americi¹¹.

¹⁰ K. Маркс, *Капитал* III, Просвета, Београд, 1974, str. 719-720

¹¹ Simon de Bovar, *Drugi pol*, Naprijed, Zagreb, 1998, str 143.

3.1 Engleska – žene, privatnost i korjeni feminizma

Donoseći mnoštvo promjena, kada je riječ o organizaciji proizvodnje, rano buržoasko društvo uspostavlja jasnu diferenciju između sfere rada i područja privatnosti. Pomjeranje težišta društvenog života na gradove uslovljava da su sada mnogi muškarci upućeni da se tokom dana bave određenim poslom, bilo da upravljaju ili da rade. Rad treba da obezbijedi privatnost, zaštice-
nu od odnosa koji vladaju u tom svijetu proizvodnje i razmjene. Rad je garant privatnosti. Što je neko preduzimljiviji i sposobniji, to mu je dostupnija veća sfera privatnosti i lagodnija privatnost. Žena je u takvom svijetu dugo isključena iz područja rada i zatvorena u domen privatnog. Ona se brine o domaćinstvu, o načinu na koji se ono uređuje, o obrazovanju i vaspitavanju djece, o ugodnostima doma, za muža, koji dan provodi u području rada.

Koliko je značajno odvajanje pomenutih dvaju sfera, pokazuje promjena odnosa prema siromašnima. Za razliku od ranijeg elizabetanskog zakonodavstva, koji je podrazumijevao da oni koji ne mogu da rade, zbog teškog siromaštva, nesposobnosti ili bolesti, imaju pravo na pomoć parohija u kojima žive, ubrzo stupa na snagu novi zakon o siromašnima. Prema novom zakonu, koji je dobrim dijelom utemeljen na „Eseju o principu polnosti“ Tomasa Maltusa, siromašnima, koji ne mogu da izdržavaju svoje porodice, mora se name-
tnuti određena radna disciplina. Ona se ostvaruje u takozvanim workhouses, radnim kućama, u kojima vlada stroga polna segregacija. Stanovnici ovih domova za siromašne su odvojeni prema polu, što je funkcionisalo toliko strogo da su i majke bile odvajane od dojenčadi. Muškarci u ovim domovima, koji su bili vođeni na takav način da njihovim stanarima to bude gotovo nepodnošljivo (kako bi se podstakla preduzimljivost, odnosno stvaranje uslova za napuštanje workhouses), radili su slabo plaćene poslove. Oni nemaju pravo na porodicu, to jest njihovo je osnovno pravo da rade, a ne da uživaju u blagodatima doma¹².

Siromaštvo ovdje ima muški lik, pocrtavajući razlikovanje radnog i privatnog. Siromašni nemaju pravo na žene. Njihovo pravo na privatnost, smatralo se, ugrozilo bi sam sistem oplodnje kapitala, jer bi se sve više sredstava odvajalo za pomoć siromašnima, koji bi, neodgovornim reproduktivnim ponašanjem, proizvodili sve veći broj siromašnih.

¹² Adrijana Zaharijević, *Postajanje ženom*, Rekonstrukcija ženski fond, Beograd, 2010, str 22 i dalje.

U svijetu privatnosti, žena je određena kao izvor lijepih osobina. Ona, kako o tome govori Ruso, treba da bude „odmor za muškarčevu umornu glavu“. A iz pomenutih određenja, ishode i ženske osobine. Žene su smjerna, nestrastvena bića, kojima je u prvom planu dom, a ne vlastita zadovoljstva. Ovakvo utemeljena priroda, žene drži dalje od područja kapitala, svodeći ih, sa druge strane, na izvjesno dobro, koje se zaslužuje radom i preduzimljivošću.

Navedeni odnosi proizvodnje buržoaskog svijeta reflektuju se na razumijevanje muške i ženske prirode. Muškarac koji radi, mora imati strastvenu prirodu. Njegova se strast ispoljava i u području seksualnosti. Sa druge strane, žena je znatno manje seksualno biće¹³. Žena, štaviše, ne uživa u ljubavnim nsladama kao muškarac. Njena priroda je, doduše, da iz ljubavi udovoljava muškarcu, koji zbog toga nipošto ne smije da bude nasrtljiv, i da zahtijeva isuviše seksualnosti od svoje supruge.

Tako se, u osamnaestom vijeku, postupno rađa institucija javne kuće. Svoju seksualnost muškarci mogu da obuzdavaju u javnim kućama, a žene koje pružaju ove usluge principijelno se razlikuju od smjernih žena-domaćica, i područja privatnosti buržoaske klase. Kao što siromašni muškarci nemaju prava na privatnost, već je njihov cjelokupan život praktično premješten u područje rada, tako i prostitute nijesu domaćice. Za ove žene se govorilo da su u fiziološkom smislu degenerisane, u odnosu na „normalnu“ ženu građanskog društva¹⁴.

Problem do koga dolazi uslovljen je djelimično zakonom koji se odnosio na vojnike-redove i mornare, kojima je prema tadašnjem zakonu bilo zabranjeno stupanje u brak. Naime, u lučkim gradovima, gdje je cvetala prostitucija, postupno je došlo do širenja, a zatim i do pravog razbuktavanja polnih bolesti, prije svega sifilisa, koji je u poodmakloj fazi vodio smrtnom ishodu. Ta se epidemija širila i na nelučke gradove, pa je u osamnaestom vijeku polovina bolnički zbrinutih pacijenata imala sifilis. Iz tog se razloga ponašanje žena u javnim kućama stavlja pod strogu kontrolu. Medicinski imperativ higijene, u stvari, izlazi iz burdela, i prelijeva se na opštu društvenu kontrolu. Policija može da bilo koju ženu privede i natjera na pregled, koji se često obavlja u ponižavajućim okolnostima – u svrhu očuvanja javnog zdravlja. Ovakva prava policiji je davao „Dekret o zaraznim bolestima“ engleskog parlamenta. Ovim je dekretom ne samo genitalna sfera žene, do tada prepuštena uglavnom babi-

¹³ *Ibid*, str 79.

¹⁴ *Ibid*, str 84.

cama, postala raspoloživa dubljem medicinskom istraživanju, nego je ovo istraživanje davalo i moralne posledice.

Prvi protesti protiv primjene „Deklaracije“ u stvari su začeci feminizma, kao društvenog pokreta usmjerenog protiv patrijarhata, a za ostvarivanje prava žena.

Protiv pomenutog „Dekreta“ izjasnile su se poznate žene toga vremena, Henrijeta Martino, Džosefina Butler, pa i osnivač poziva medicinske sestre, Florens Najtingel¹⁵.

Ono što će u budućem političkom djelovanju Džozefine Butler biti u prvom planu, upravo je razumijevanje žena kao roda, nezavisno od njihove klasne zastupljenosti. Žene su žene, a ne dame sa jedne i, prostitutke, sa druge strane. Tako je „Deklaracija“, označujući ženski pol kao mogući izvor zaraze, koja bi se pogubno odrazila na društvo, u stvari doprinijela homogenizaciji žena, stvaranju njihovog rodnog identiteta¹⁶.

Ovakav potez nužno je proizvodio i druge društvene posledice, razarajući metafizički opravdanu klasnu strukturu društva. Ukoliko su sve žene samo žene, u vrtlogu jednog društvenog pogona koji je orijentisan na oplodnju kapitala – onda se borba protiv njihove diskriminacije opasno približava osvješćenju stanovništva prema klasnim osnovama. Zato će djelovanje Nacionalnog društva za ženska prava, na čijem je čelu bio poznati engleski filozof, pragmatista Džon Strujart Mil – biti shvaćeno kao akt usmjeren protiv postojećeg društvenog ustrojstva, iako se Milu svakako ne mogu pripisati socijalističke ideje.

Svojevrsna reakcija na pomenuta nastojanja, kao poslednja brana tadašnje medicine (koja je mistifikacijom branila postojeće društvene odnose) – predstavlja poznato djelo Ota Vajningera, pisano pred kraj devetnaestog vijeka, „Pol i karakter“. Pojednostavljeno, Vajninger, u duhu medicinskih „saznanja“ koja stoje i u korjenu „Deklaracije“, razlikuje dva tipa žena – tip majke i tip bludnice. Za razliku od ranijeg uvjerenja, prema kome je žena-dama smjerno biće, gotovo lišeno seksualnog nagona, za Vajningera je žena daleko seksualnija od muškarca. Muškarac, štaviše, sublimiše svoju seksualnost, dok je žena prvenstveno puteno biće. Samim tim, što je žena ženstvenija, to će biti manje karakterna. Žene-majke su u Vajningerovom biološičkom sistemu – manje žene, odnosno posjeduju veći stepen muževnosti: u prirodi ne postoji

¹⁵ *Ibid*, str 98

¹⁶ *Ibid*, str 102.

idealna pol, pa ima slučajeva feminiziranosti muškaraca i omuževljenosti žena. Karakterna je samo omuževljena žena¹⁷.

Vajningerovi radovi se u filozofskom smislu nadovezuju na Dekarta. Prema osnivaču filozofskog racionalizma – do misleće supstance, koja se uspostavlja u povlačenju od čula, ne mogu dospjeti duševni bolesnici, turci i – žene. Žene su putena bića, one se ne mogu emancipovati od čula, i zato ne mogu „misliti“, pa tako ni konstituisati „misleću stvar“¹⁸.

3.2 *Žena i robinja*

Za razliku od Evrope, u Americi je put emancipacije žene išao pod ruku sa borbom protiv ropstva.

U Americi su od početka konstituisanja društvenih odnosa, svi muškarci bijele boje kože bili jednaki, bez obzira na stalešku pripadnost. Žene, takođe, imaju izvjesna građanska prava, dakle one mogu da uživaju sudsku zaštitu, kao i pravo na posjedovanje imetka. Međutim, to ne znači da je ženama omogućen ulazak u javnu sferu, u područje rada. Smatrano je da se žena svojih građanskih prava „doborovoljno“ odriče u korist muškaraca, koji, kao i u Evropi, gospodare područjem rada.

Građanska prava važe za bijelog čovjeka, i ona se ne odnose na „živu pokretnu imovinu“, odnosno na robove. U Deklaraciji o nezavisnosti iz 1776, nigdje se eksplicitno ne osuđuje institucija ropstva. Jednakost svih ljudi odnosi se samo na onaj dio stanovništva kome je priznat status ljudskog bića.

U tom odnosu izrabljivanja robova, kako je o tome pisala Linda Breg, ropkinji je daleko teže nego muškarcima-robotima. Interpretirajući slučaj Margarete Garner, odbjegle ropkinje koja je, kada je uhvaćena, tokom noći prije nego što će biti predana vlasniku – umorila jednu svoju kćerku, a pokušala da ubije i ostalu svoju djecu ženskog pola, da bih ih poštjednja strahota ropstva,¹⁹ Linda Breg izvlači zaključak da je odnos prema ženama daleko drastičniji i kada je riječ o kažnjavanju. Osakaćenje žene ne mora da se bitno odrazi na njenu radnu sposobnost, ukoliko obavlja poslove u kući gospodara. Kažnjavanje muškaraca mora da uzme u obzir mogućnost sakaćenja, i djelimičnog smanjenja radne sposobnosti.

¹⁷ Ото Вајнингер, *Пол и карактер*, НИРО, Књижевне новине, Београд 1986, стр.. 102.

¹⁸ Arsić, *Ibid*, str

¹⁹ A. Zaharijević, *Ibid*, str 96.

Crna žena ne raspolaže svojim tijelom, ona je posmatrana kao biće koje nema svoju volju, budući da je njena volja, u stvari, volja njenog gospodara. Crne žene bile su ne samo svirepo kažnjavane, i izložene teškom radu, nego su često bile surovo seksualno eksploatisane. Potomci crnih žena su, takođe, smatrani robovima, nezavisno od toga što su očevi bili bijelci.

Iako je mješovit rasni brak bio zakonski zabranjen, pa su čak bili zapriječene i višegodišnje zatvorske kazne za one koji se o ovo ogлуše, seksualno iskorišćavanje robinja bilo je dopušteno, i ekonomski opravdano. Na taj način se reprodukovala nova radna snaga, jeftinija od dobavljanja novih robova iz Afrike. A kada je zabranjen „uvoz“ robova, ovo je bio jedini način dugoročnog obezbjeđivanja „pokretne imovine“. Crnci su samo formalno, uz dopuštenje gospodara, mogli da budu u braku. Taj brak je gospodar u svakom trenutku mogao da raskine, da odvojeno proda roba od njegove žene i djece.

Imajući u vidu da se ropstvo nasljeđivalo po ženskoj liniji, i da, sa druge strane – institucija braka u uslovima ropstva nije donosila ništa drugo do kratkoročnu seksualnu zajednicu, žene unutar ropskih brakova nijesu bile podređene crnim muškarcima. To se očitovalo prvenstveno u njihovoj seksualnoj slobodi i promiskuitetu, zbog koga će, posle pada ropstva, biti posmatrane na sličan način kao siromašne prostitutke u Evropi²⁰.

Borba za abolicionizam, odnosno za ukidanje ropstva, veoma brzo biva spojena sa borbom za prava žena. Poznato je da se Frederik Daglas, jedan od najpoznatijih američkih abolicionista, zalagao za pravo žena, koje je uključivalo i pravo glasa. Tako je upravo abolicionizam doprinio da se žene u Americi shvate kao pripadne ljudskom rodu, na isti način kao i muškarci, garantujući im, u početku, samo deklarativno, jednaka prava.

Položaj žena bjelkinja bio je unekoliko drugačiji nego u Evropi. Najprije, tokom borbe za nezavisnost i uspostavljanje republike, žena je nadrastala područje privatnog time što je u republikanskom duhu vaspitavala svoju djecu, čime joj je priznata određena javna uloga²¹.

To se uklapalo u američku „ideologiju domaćinstva“ prema kojoj je svakome u porodičnoj zajednici dodijeljena određena uloga. U okrilju doma, žene imaju političku ulogu u političkom usmjeravanju djece republikanskim vrijednostima. Politička opravdanost materinstva je nesumnjivi izlazak iz privatnosti, što je omogućilo američkim ženama da se kasnije aktivno uključe u

²⁰ *Ibid*, str 161.

²¹ *Ibid*, str 161.

borbu za abolicionizam, i da u ovoj borbi pronađu dodirne tačke sa idejom ostvarivanja ženskih prava.

Margaret Fuller, prva značajna američka feminiskinja, u svom djelu "Žene u devetnaestom vijeku", objavljenom 1845. godine pravi jasnu paralelu između ove dvije borbe:

Kao što prijatelj crnog čovjeka polazi od toga da jedan čovjek ne može da po pravu drži drugog čovjeka u okovima, tako bi i prijatelj žene morao pretpostaviti da muškarac ne može postavljati ograničenja ženi, čak ni dobronamjerno..²².

Uprkos tome što je pomenuta borba išla paralelno, i poslije priznavanja prava ženama, i dalje je opstala razlika između crnih i bijelih žena. U američkom društvu dugo je preovladavala predrasuda da su crnkinje putene, bestidne i seksualno većih apetita od bjelkinja, i da su u tom smislu moralno iskvarene. Dok je za silovanje bjelkinje crnac bio nekažnjeno linčovan, silovanje crnkinja se dosta dugo nije uračunavalo u prestup koji zahtijeva sudsko gonjenje. Za crnu ženu je zbog toga ideal bio da bude žena-domaćica, ostajući u privatnoj sferi u sjenci muškarca.

Ovakva podjela i neravnoravnost „dama“ i crkinja nije pobudila posebnu pažnju Lukrecije Mot i Lusi Ston, američkih feminiskinja, koje su, inače, odlično uviđale suštinu obespravljenosti žena, i razliku između robinja i bjelkinja u njihovoj podložnosti volji muškaraca²³.

Rezultat borbe za prava žena u Americi rezultirao je prvim priznatim pravom glasa, u američkoj državi Vajoming, gdje su žene mogle da biraju i da budu birane od 1869. godine. Slijedilo je ostvarivanje prava glasa žena na Novom Zelandu, 1893, pa u Australiji, 1902. godine.

Prve evropske zemlje u kojima je ženama dato pravo glasa su Finska i Norveška, pet, odnosno šest godina poslije Australije. Posle Prvog svjetskog rata, 1918. godine, pravo glasa je ženama priznato u Sovjetskom Savezu, Austriji, Njemačkoj i Velikoj Britaniji (ženama sarijim od 30 godina). Tek 1920. godine u SAD je u svim saveznm državama ženama priznato puno pravo glasa, a u Velikoj Britaniji to se dogodilo tek 1928. godine. U Francuskoj, žene

²² Citirano prema A. Zaharijević, *Ibid*, str 166.

²³ „Telo bele žene bilo je spremište nasljednika svojine i moći, a telo crne žene izraz nužnog stanja ropstva. Razlika između slobodnih belih žena i neslobodnih crnkinja svodi se da jedne (neslobodne) rađaju nasledike svojine, a druge svojinu“ – *Ibid*, str 173.

su mogle da biraju i budu birane poslije oslobođenja od fašističke okupacije, 1944. godine, a u tadašnjoj našoj zemlji, Jugoslaviji, priznato im je puno pravo glasa tek 1946, punih 26 godine poslije Albanije, i 13 godina poslije Turske.

4. Eksploatacija, žena i moć

Smisao položaja žena u ranom buržoaskom društvu, i promjena ovog odnosa u procesu razvoja kapitalizma, nastojali su da objasne ljevičarski teoretičari društva.

Kapitalizam prema Marksu počiva na višku vrijednosti. Kapitalista, vlasnik sredstava za proizvodnju, svome radniku daje nadnicu, za rad koji uloži u proizvodnju nekog dobra. Oplođnja kapitala podrazumijeva da se kapitalisti, prodajom dobra, vrati uloženi novac, uz materijal i nadnicu, i uz to ostavri dodatna zarada, višak vrijednosti, koji će biti uloženi u novu proizvodnju. Tako se eksploatacija širi, a tržište uvećava i obogaćuje.

Nadnica treba da omogući osnovne potrebe proleterijata, hranu neophodnu da ga čini radno sposobnim, odjeću i krov nad glavom. U takvom svijetu, žena ima svoju ulogu. Ona obavlja kućne poslove, čime doprinosi da se proleter okrijepi i pripremi da nadalje prodaje svoj rad. Odgoj djece također je važna kategorija, jer se njime obezbjeđuju „zalihe proletarijata“. Za razliku od vremena prvobitne akumulacije kapitala, gdje su u primitivnim fabrikama ili manufakturama radile cijele porodice, razvijeni industrijski kapitalizam uočava da se na takav način iscrpljuju ljudski resursi, i da je neophodno stvoriti makar minimalne uslove za život i reprodukciju proletarijata: potomci će također postati radnici, a njihov će zadatak biti i da vode brigu o očevima, kada više ne budu radno sposobni (tada nije bilo penzionog osiguranja).²⁴

Ukoliko usvojimo ovakvu sliku svijeta, koja pored ostalog objašnjava i oslobađanje robova u Americi (jer je postojala potreba za obrazovanijom radnom snagom, osposobljenom za rad na mašinama) – socijalističko društvo trebalo bi da donese punu ravnopravnost žena i muškaraca. Žena u socijalizmu može da radi, i da za to prima jednaku zaradu kao muškarci. Međutim, ženska neravnopravnost u socijalističkom društvu ogleda se u neplaćenom kućnom radu.

Francuski sociolog, Pjer Burdije, pokazao je kako su u buržoaskom društvu žene proletera eksploatisane na poseban način, jer moraju da obavljaju

²⁴ „Trgovina ženama“, *Ibid*, str 97.

kućne poslove koji se „podrazumijevaju.“²⁵ U socijalističkom miljeu usvaja se tradicionalna podjela na muške i ženske poslove. U mnogim porodicama iz vremena SFRJ, žene su po zanimanju domaćice, dok su muškarci i dalje u sferi rada. Ovu sliku dopunjuje i očekivanje da žena bude rezervoar reprodukcije, odnosno da svoje ambicije podredi materinstvu, kao svojoj društvenoj ulozi.

Razumije se, ovaj neslućeni mehanizam eksploatacije u socijalizmu preuzet je iz kapitalističkog svijeta. Kućni rad nije produktivan rad, on se ne oplođuje i zato ostaje neplaćen. Ali, i ovim radom upravlja kapital, jer on pretpotavlja ovo obavljanje rada bez nadnice, čiji je cilj stvaranje uslova za dalju reprodukciju proletarijata²⁶.

Osmog marta 1857. godine, radnice tekstilne industrije u Njujorku protestovale su zbog neljudskih uslova rada i niskih primanja. Na polovini XIX vijeka, industrijski kapitalizam je već u usponu, a na talasu Francuske buržoaske revolucije donosi besprekornu deklarativnu jednakost, u smislu jednake podložnosti eksploataciji. U kombinaciji s patrijarhatom – to znači da žene imaju pravo da rade, ali ne i za isti novac. To je ujedno i vrijeme snažnog prodiranja socijalističkih ideja u zapadnom svijetu, već je objavljen *Komunistički manifest*, radnička klasa je prepoznata kao subjekt revolucije, kao nada u bolje sutra, to je vrijeme prvih sindikata, vrijeme kada se termin „bratstvo“, naizgled tako obećavajući u doba Revolucije, pokušava prvi put ozbiljno istoriji civilizacije proširiti i na sve sestre ovog svijeta. Jer, ako su sestre već, zbog potreba navodno egalitarnog kapitalizma, mogle ući bar u tekstilnu industriju, trebalo bi da odlazeći kućama ponesu istu platu kao i njihove kolege. Prvobitni kapitalizam, međutim, ne odmiče mnogo od patrijarhata, jer ženska radna snaga ugrožava mušku radnu snagu na tržištu rada, uzima im radna mjesta, a time i osnov njihove egzistencije.

Razvijeni kapitalizam naših dana donosi izvjesne promjene. Smanjenjem broja proletera u Marksovom smislu riječi, dolazi do još jedne pojave na koju treba obratiti pažnju. Zaposlena žena, uključena u kapitalistički pogon, svoju ženstvenost i materinstvo mora da podredi zahtjevima kapitala.

²⁵ Смиљка Томановић, „Примењивост Бурдијеовог концепта социјалног капитала на проучавање породице у Србији“, у *Наслеђе Пјера Бурдијеа*, Институт за филозофију и друштвену теорију, Завод за проучавање културног развика, Београд, 2006, стр. 111-123.

²⁶ Синтиа Лирондел, „Кућни рад у капитализму. Неплаћени рад мајки“, *Постајање женом*, Београд, 2011.

Uključivanje žena u kapitalistički pogon može se objasniti marksistički. Kriza kapitalizma prevladava se ili temeljitijom eksploatacijom starih izvora, ili proširenjem tržišta. Žene su u razvijenom kapitalizmu ne samo – proizvođači, nego i potrošači. Stvaranje „ženskog tržišta“ zato podrazumijeva upošljavanje žena, kako bi njihova zarada iznova bila uključena u dodatnu kapitalističku oplodnju²⁷.

U postsocijalističkim zemljama, ova dva vida eksploatacije se prepliću. Žene, kao i u ranom kapitalizmu, rade za manje zarade, a, sa druge strane – one su isporučene buržoaskom tržištu, koje uslovljava uspjeh i karijeru, čak i kada je riječ o najjednostavnijim poslovima, određenim „stajlingom“.

Očigledno je da je tekovina socijalizma porast procenta obrazovanih žena, u sredinama gdje su ranijim društvenim oklonostima one obrazovnijem znatno zaostajale za muškarcima. Porast procenta obrazovanih žena primjetan je i u zemljama zapadne demokratije, ali tu vlada drugačija diferencija: obrazovane su uglavnom bijele žene, a znatno manje imigrantkinje. U Americi to i dalje ima svoju rasnu osnovu, pa crnkinje, u odnosu na svoju rasu, zaostaju po stepenu obrazovanosti za oko 20 procenata za bjelkinjama.

U savremenom društvu, žena nije lišena neproductivnog kućnog rada, mada je, sa druge strane, industrija sredstava za higijenu i kućnih pomagala stvorena u namjeri da ovaj segment života žene učini plodnim tlom za razvoj novog tržišta. I dok u razvijenim zemljama svijeta eksploatacija žene podrazumijeva udovoljavanje tržišnim principima proizvodnje odjeće, šminke, sredstava za mršavljenje, u postsocijalističkim zemljama žene ne samo da rade iste poslove kao i muškarci, za manje plate, nego je i njihova kućna eksploatacija izraženija – nemogućnošću ulaganja u savremena kućna pomagala. Tako, na primjer, mnoge žene ručno peru veš, jer ne mogu da priušte opravku postojeće, ili kupovinu nove mašine za pranje veša, i slično.

5. Rodna nejednakost i jezik

Nastojanje da se uspostavi „rodno korektan govor“ može se opravdati specifičnim društvenim okolnostima, koje su odredili postojanje još uvijek aktuelnog načina izražavanja, u kome je ženski rod u jeziku kontruisan na osnovu jasno uspostavljene društvene rodne diferencije. To što, na primjer, izostaju termini za rodno intoniran govor koji označava ženu koja se bavi

²⁷ Катарина Лончаревић, „Глобализација, жене и феминизам“, *Неко је рекао феминизам*, Женске студије, Београд, 2009, стр. 336-348.

advokatskim ili ministarskim poslom, može se objasniti društvom strukturom koja je predviđala da se ovim zanimanjima bave gotovo isključivo muškarci. Međutim, u južnoslovenskim jezicima ova socijala diskriminacija nije u jeziku do kraja konsekvetna. Ne samo da je termin “predsjednica” odavno u upotrebi, nego se korste i termini “profesorica” ili “doktorica”, mada se porijeklo ovih riječi vezuje za period socijalzma, u kome su žene po prvi put u istoriji južnoslovenskih naroda dobile aposlutno pravo glasa (pa tako i priliku da postanu “predsjednice”). Drugim riječima, rodno senzitivni govor pratio je rezultate društvene borbe za ravnopravnost. Profesorice i doktorice postoje tek od trenutka kada su žene postavljane na mjesta koje su ranije zaizimali profesori ili doktori.

Kada je, međutim, riječ o kadegorijalnim ili vrsnim apstraktnim pojmovima, nominativi jednine u muškom rodu posledica je same strukture jezika. Prevodjenje sa latinskog ili grčkog rezultiralo je rodom, koji se zadržao – a iz ovih termina su kasmije izvođene riječi kojima su imenovana različita zanimanja, odnosno različite društvene uloge.

U Srbiji i Hrvatskoj ovaj problem je, od svoje prvobitne formulacije, evoluirao na rodnu senzitivnost u nazivima zanimanja. I tu se javio problem: postoje termini u ženskom rodu koji se ne mogu uskladiti sa gramatičkom strukturom jezika. Nedavno je u štampi objelodanjeno još nepublikovano istraživanje SANU, po kome su termini “hirurkinja” ili “psihijatrikinja” izvan gramatičke strukture srpskog jezika. Otuda se postavlja pitanja – može li se rodno senzitivni govor usaditi u već uspostavljenu jezičku matricu, čija je struktura relativno autonomna u odnosu na pokušaje revizije – odnosno zbog čega nazivi za zanimanja u muškom rodu predstavljaju takvu sablazan, osibito u vrijeme kada žene u sve većem procentu obavljaju te poslove. Drugim riječima, ako nema rodno restriktivne politke obrazovanja i zapošljavanja, ako je mogućnost napredovanja u karijeri takođe lišena rodni predrasuda – zašto uopšte dirati u zabran jezika?

Odgovor na ovo pitanje neminovno zadire u medijsko korišćenje rodno senzitivnog govora. Ukoliko se u javnosti insistira na nazivima zanimanja u muškom rodu, onda ostaje nevidljiv stalno obnavljani poziv na mobilizaciju žena u borbi za njihova socijalna prava, odnosno rodno senzitivni govor ima, prije svega, smisao mobilizacije²⁸.

²⁸ Ksenijha Forca, *Govor I mobilizacija*, Ženske studije, Beograd, 2016, str 17.

Ukoliko se insitira na činjenici da žene mogu da budu radno produktivne, a ne isključivo određene kućnim dužnostima, onda je i sam odnos u porodici, to jest patrijahalni koncept društva, koji rezultira odnosima eksploatacije o kojima govori Burdije, postaje atavistički. U tom smislu, zalaganje za rodno senzitivni govor postaje oblik društvene borbe, koja se vodi na području masovnih medija, u uvjerenju da je na ovaj način moguće djelovati emancipatorski.

6. Zaključak

U razvijenom kapitalizmu žene su izložene posebnoj vrsti moći, koja, iako ima patrijahalne obrise, nema istu strukturu kao u ranijim istorijskim razdobljima. Tradicionlani model podrazumijeva da moćnik, muškarac, dobija ovaj status na osnovu patrijahalne strukture porodičnih odnosa. Teško je nedvosmisleno reći odkuda muškarac crpi ovu moć. Njegova fizička snaga i tjelesne karakteristike, kakve potenciraju biologistička objašnjenja, mogu biti uzeti sasvim relativno, jer je muškarac tokom istorije bio u položaju da razvija svoj mišićni sistem, kondiciju i vještinu ratovanja²⁹.

U savremenom kapitalizmu, moćnik više nije muškarac, nego samo tržište, čijim se zahtjevima podređuje i žena. Sa jedne strane, ona mora biti omužvljena, dakle poslovna žena, poput muškarca. Sa druge, od nje se očekuju naglašeni atributi ženstvenosti, koji su utoliko traženiji što se žena nalazi na nižoj ljestvici poslovne nomenklature.

Osnovna razlika patrijarhalnog podređivanja moći i savremenih kapitalističkih odnosa poglavito je u tome što su tradicionalna društva, pa i rani kapitalizam, na ženu gledali kao na rezervoar potomstva, namećući imperativ: rađaj! U savremenim društvima žena je sve više instrument poslovanja, a materinstvo podrazumijeva oblike klasnog iskazivanja moći: djecu čuvaju bebisisterke, a doje ih profesionlane doilje, i slično.

Upravo iz razloga što moć postaje sve bezličnija, teže je odrediti način borbe. Utoliko, prema našem mišljenju, u savremenom svijetu feminizam je nužno povezan sa borbom protiv ustanovljenja takozvane „nevidljive ruke tržišta“ kao apsolutne moći, odnosno mita o slobodnom tržištu, koji u stvari brani monopol i moć krupnog kapitala.

²⁹ Branka Galić, „Moć roda“, *Revija za sociologiju* 33 (3-4), Zagreb, 2002.

Rodna ravnopravnost je projekat. Nadovezujući se na Žak Lakanovu misao da „žena ne postoji“, feministički pokreti treba da tek izgrade ženu izvan svih ispostavljenja, „prirodnih“ nužnosti, i nametnutih društvenih uloga.

Literatura

- Arsić, Branka (1999), *Mislim, dakle nisam žena*, Rad, Beograd.
- Bovar, Smon de (1998), *Drugi pol*, Naprijed, Zagreb.
- Fuko, Mišel (1988), *Istorija seksualnosti 2*, Prosveta, Beograd.
- Galić, Branka (2002), *Moć i rod*, Revija za sociologiju 33 (3-4), Zagreb.
- Jovančević, Saša (2003), „Autoritarnost kao element društvenog karaktera i činilac društvene interakcije polova“, *Filozofija i društvo XXII/XXIII*, Beograd.
- Kozomara, Mladen (1998), „O meri“, u *Subjektivnost i moć*, Plato, Beograd.
- Kozomara, Mladen (2001), „Epohalni sklopovi i struktura društvene organizacije“, *Zbornik radova sa desetih filozofskih susreta*, Beograd-Smederevska Palanka.
- Lirondel, Sintia (2011), „Kućni rad u kapitalizmu. Neplaćeni rad majki“, u *Postajanje majkom*, Beograd.
- Lončarević, Katarina (2009), „Globalizacija, žene i feminizam“, u *Neko je rekao feminizam, Ženske studije*, Beograd.
- Marks, Karl (1974), *Kapital III*, Prosveta, Beograd.
- Popović, Mirjana (2011), „Feminizam, rod i konstituisanje rodnog identiteta“, *Sociološka Luča*.
- Tomanović, Smiljka (2006), „Primenjivost Burdijeovog koncepta socijalnog kapitala na proučavanje porodice u Srbiji“, u *Nasleđe Pjera Burdijea*, Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd.
- Vanjinger, Oto (1986), *Pol i karakter*, NIRO, Književne novine, Beograd.
- Zaharijević, Adrijana (2010), *Postajanje ženom*, Rekonstrukcija ženski fond, Beograd.

UDK: 159.942

**THE EMOTIONAL ROOTS OF MENTAL LIFE: A CONCEPTUAL
EXPLORATION ON THE ROLE OF EMOTION IN MENTAL SPACE**

**EMOCIONALNI KORIJENI MENTALNOG ŽIVOTA: KONCEPTUALNO
ISTRAŽIVANJE ULOGE EMOCIJE U MENTALNOM PROSTORU**

ROSAPIA LAURO GROTTO,

Department of Health Sciences, Psychology and Psychiatry Section,
University of Florence, Italy

MILOS BOROZAN

School of Psychology, University of Florence, Italy

Abstract: *In the present paper we would like to explore the interplay between the two major innovative aspects of mental functioning as described by Matte Blanco, that is, the Bi-logical approach to thinking and the Theory of Emotion (Matte Blanco, 1975). The analysis will be achieved by referring to a formal approach based on a topological description of the mental space. We will describe the metric and ultrametric topology and show that these abstract structures correspond to the asymmetric mode (the Conscious system) and the symmetric mode (the Unconscious system) of the Bi-Logic model. We will therefore discuss the issue of emotion within the topologic formalism.*

Key words: Emotional Roots, Mental Life, Mental Space, Metric Space, Ultrametric Space

Apstrakt: *U ovom radu želeli bismo da istražimo međusobnu saradnju između dva glavna inovativna aspekta mentalnog funkcionisanja, kako je opisao Matte Blanco, odnosno Bi-logički pristup razmišljanju i Teorija emocija (Matte Blanco, 1975). Analiza će biti postignuta referisanjem na formalni pristup zasnovan na topološkom opisu mentalnog prostora. Opisaćemo metričku i ultrametričku topologiju i pokazati da ove apstraktne strukture odgovaraju asimetričnom režimu*

(*Conscious Sistem*) i simetričnom režimu (*nesvjesni sistem*) *Bi-Logic* modela. Stoga ćemo razmotriti pitanje emocija unutar topološkog formalizma.

Ključne riječi: *Emocionalni korijeni, mentalni život, mentalni proctor, metrički proctor, ultrametrički prostor*

1. Introduction

According to Matte Blanco the Unconscious and Emotion appear to share some deep fundamental aspects; however emotional experience is always rooted in a corporeal *datum* (the sensation component). While Matte Blanco considers the sensation component as not specifically relevant in his understanding of the links between emotion and thinking, by explicitly stating that *to include these (corporeal) aspects in the concept of emotion was ultimately, a matter of convention* (Matte Blanco, 1975, p.307), we will argue that this component has a very relevant role in the topological model of mental function.

2. Emotion and the mind

Matte Blanco formalized the structural unconscious of Freud (Freud, 1915). He postulated the existence of the two basic logical principles of generalization and symmetry, which govern this *fabric of thought*.

Somewhat bizarre consequences of application of principle of symmetry impede its appearance in a pure form in the consciousness, so it is always contained in a tissue structured by principles of conventional thought. The human mind as seen by Matte Blanco is a stratified structure, the difference between the strata being the manifestation of varying proportion of the two modes of being. The more superficial ones (closer to consciousness) are dominated by asymmetric logic, whilst the more profound ones are where the principle of symmetry prevails. This interpretation of mind as an interaction between two modes of perceiving reality has as its consequence the redefinition of unconscious as a *quality* resulting from the relationship between symmetric mode and the intrinsic limitations of consciousness, which is incapable of holding infinite classes at once.

One of Matte Blanco's most interesting contributions is his *phenomenological-psychoanalytical-logical* theory of emotion. (Matte Blanco, 1975, p. 216) It is again a theory that presupposes two different modalities of perception and elaboration of emotional experience in what is usually a predictable sequence:

the first is highly focused, immediate and coherent, and the second is diffuse, imaginative and resonant. In analogy with vision, Matte Blanco defines the first as *macular* and the second as *peripheral*. (ivi, p. 232) He asserts that, when some corporeal process awakens our attention, psychological registration of it in our macular consciousness gives birth to a pure, naked sensation. It holds the spot for just an instant, as it is immediately put in a relation with our past experiences, resulting in a perception, or if that is not available, an imagination. 'Putting in relation with' or establishing the relations between sensory data and existing mental elements is the essence of *propositional activity* which in its more asymmetrical form represents the cognition as it is usually conceived, the *cognition of the object*, and in its more symmetrical form can be seen as *cognition around the object*. The former is what we assume in conventional thought; the latter is characterized as unconscious. Because of incapacity of our macular consciousness to hold more than one thing at the time, in its focal part the images are formed mostly by using asymmetric relations and they lead to (re)cognition of the object, whilst peripheral consciousness is considered as the preferred habitat of sensation wrapped in symmetrized, loose clothing.

The symmetrized parts are visible in description of objects of our emotion such as loved ones, terrifying monsters hiding in darkness etc. In these cases, elements that cause emotions of love or fear are thought as having all of the properties resulting from application of the corresponding propositional function ('x is object of love' and 'y is a monster') in their maximum grades of expression. This is the only way that our consciousness has for representing the infinite classes denoted by propositional function – by making the individual stand for them (Matte Blanco uses the example of an *ambassador of a powerful country that himself is relatively powerless, but is the outward reminder of power behind him* (Matte Blanco, 1975, p. 298). More so, the definition of these classes as infinite, and as if they were containing discrete elements, is achieved by looking at them, so to say, from outside; in themselves they do not have elements nor can these be put in a serial order of any type as suggested by definition. But it is the only instrument at our disposal to refer to them. When we look at someone from a point of view of an emotion, we see him as representing the infinite class the denotes him, because is no other way to consciously think about the symmetrized content produced by emotion, and these embedded, wrapped cognition are the only way to do it.

Emotion has its conscious and unconscious aspects, or should we say its symmetric content is an infinite set confined by a set of asymmetrical relations acting as a bag, from which the translating function constantly strips away asymmetric contents. Since there are different emotions, there will be different bags, and different infinite sets. Emotion is therefore seen as a *mother of thinking* (Matte Blanco, 1975, p. 303), an infinite reservoir from which consciousness can continue draining asymmetric relations. This can express one of possible origins of the word intelligence – *intellegere* (lat. to read within).

As just shown, Matte Blanco's most relevant contributions were devoted to exploring the implications of the presence of propositional activity as a constituent of the emotional processes. Emotion then, although experienced as a psycho-physiological event, in its purely psychological aspects, has two components – the capturing of corporeal events by the psyche (named by Matte Blanco *sensation-feeling*), and thought. This is not thought in its ordinary kind, as we seen – *emotion, insofar as it is emotion, does not know individuals, but only classes or propositional functions, and therefore, when confronted with an individual, tends to identify this individual with the class to which it belongs.* (Matte Blanco, 1975, p. 244).

However, it is important to remember that in the present case the infinite classes are denoted by a single propositional function that is anchored to the stimulus which gives rise to the emotion and which acts as the subject of the proposition (i.e. the x , in the propositional function 'x is object of love'). This imposes an intrinsic limit to symmetrisation, which is not present when we consider the symmetric mode of Bi-logic functioning per se. Here we would like to stress that, in our opinion, the corporeal counterpart of the emotional experience is functional in holding the symmetric components of thought by binding them to the source of the emotional response: no matter if the stimulus is exogenous or endogenous, it is something to which we respond to (e-motion). Emotional experience is rooted in an event. The event induces the symmetrisation, but also it anchors the more symmetric components of thought to the representation of the event which gives rise to the emotion. For instance, in cases of bursts of symmetrizing paranoid ideations, as soon as the patient clasps the sensory *datum*, the paranoia diminishes. Additionally, this mechanism is used as part of technique of negotiation in the situations including people being kidnapped and held as hostages, where they often can be identified by the attackers only as representatives of a certain class (bankers, westerners, Italians, Americans etc.), without reference to their asymmetric

specificities such as their being living souls with lives, families, social ties and hobbies. Public appeals therefore, made in attempt of resolving the situation are in many instances focused on bringing this datum of reality to the eyes of attackers in hope of making them see their the hostages as people, so that they consequently give up on their intentions. Furthermore, the traumatic event in this light is made intelligible as the one that cannot be represented as an *event* whose symmetric components cannot be kept under control and so remain unrestrained. All of these are examples of sensory data and reality which set a boundary round the otherwise unbounded symmetric components of emotional experience.

3. Spatiality and the mind

This extremely elegant way of representing the human mind and its elements, cognitions and emotions, with its eye-opening insights into human nature is in some ways reminiscent of Arthur Conan Doyle's dictum that *there is nothing more deceptive than an obvious fact*¹. Matte Blanco tried to clarify the mutual relationships between the asymmetric and symmetric logic modes, and based on an analysis of different mental, linguistic and clinical phenomena, he concluded that *the heterogenic mode is the realm of the logical. The symmetric mode is the realm of the illogical. The Freudian Unconscious is the realm of biological structures and, as such, the realm of antinomies*. (Matte Blanco, 1975, p. 82). He states however, that the above conclusion is a consequence of a reflection in terms of classical logic, as it is used in thinking and reasoning. He clarifies that *... if, instead, the question could be seen in the light of a unitary super-logic, which is not yet available (...), the conclusion just mentioned might no longer be true*. (ivi. p. 82)

Is there another way of presenting this strange reality that is human mind?

First of all, we would just would like to point out that some relevant aspects of what is *mental* appears to be intimately linked to what is *spatial* in nature. What we would like to discuss here is a line of research in which the space-ness of the mind is critical feature of mental function. For the moment we would like recall that is a straightforward and common-sense operation to consider that the similarity among two items, irrespective

¹Arthur Conan Doyle, (1859 – 1930) Scottish writer and physician, the creator of Sherlock Holmes (A. C. Doyle, (1891), *The Boscombe Valley Mystery*)

of their intrinsic nature, is equivalent to a kind of ‘closeness’, while difference is equivalent to ‘distance’. In experiments performed with children as young as two or three, the standard way of presenting a classificatory task is by asking the child to recognize things that *go together* and separate them apart from other things that do not. The way in which children learn to manage the task is by *physically displacing* things that go together. Once they master the task in this way they are ready to classify in a more abstract sense. If one interprets the same evidence from a neo-Cartesian perspective one would say that children have an innate sense of *space-ness* and they very soon learn to adapt it to the requirements of the classification task.

A formal definition of the notion of space (see **Appendix A**) is provided in the context of topology. Roughly speaking the core problem of topology is to find the way to discover the global shape of a space from inside the space itself. One remarkable example is the torus (See **Fig.1**): a *torus* is a surface that is shaped like a donut, now imagine you are living on the surface of an immense artificial planet and you would like to acquire some knowledge about the shape of your ‘planet’: the topological solution to this issue suggests that you fix a starting point and you produce a series of very long paths on the surface on the planet, and each time you let a ribbon mark the path you have followed on the surface. All the tours must come back to the original starting point, so that they all are closed paths. Now you base yourself in the starting point and you consider the end of every single ribbon. Start to rewind the ribbon by progressively reducing the length of the closed path. If you are on a spherical planet this operation will be performed without problems: each closed path on a sphere can be reduced to a point-like path. But if you live on a torus in some cases the ribbon will reach a minimal extensions and it would not be possible to reduce the diameter of the closed path to zero. You have discovered that there is a hole somewhere ‘out-there’ and that your space is running around that hole. This is the type of ideas that are formalized in topological terms.

4. Definition of metric space

A metric space is set that is endowed with the notion of *distance*. The metric space that is closest to our intuition is the three-dimensional space, endowed with an Euclidean notion of distance (for a more formal definition of metric space see **Appendix B**). The standard Euclidean distance is characterized by the so called Triangular Inequality, stating that given three points **a**, **b**,

c it is always true that $d(\mathbf{a}, \mathbf{c}) \leq d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) + d(\mathbf{b}, \mathbf{c})$. This inequality determines the shape of the triangles in our ordinary space: in all possible triangles one side has to be shorter than the sum of the other two sides, being equal to this sum only in the case that the triangle degenerates into a segment. It can be shown that the definition of a distance in a space implies the possibility of projecting a natural topology onto that space. A metric space is therefore also a topologic space.

5. Definition of ultrametric space

In what follows we will be concerned with a peculiar type of metric space, that is characterized by a notion of distance that satisfies the so called strong form of the triangular inequality. In the strong form the triangular inequality requires that for any points **a**, **b**, **c** be true that $d(\mathbf{a}, \mathbf{c}) = d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) + d(\mathbf{b}, \mathbf{c})$. The previous definitions seem to provide quite an abstract way of defining a space (for a formal definition of metric space, see **Appendix C**). In order to make the whole story a bit more intuitive, let's consider the case the *semantic space*, in which the distance between two items can be perceived as a measure of the degree of semantic relatedness between them. Semantic space can be organized in hierarchical clusters. The cluster of 'living items' for example contains as a proper subcluster the cluster of animals and the cluster of plants, and so on. Nevertheless, each element of the subcluster keeps a certain level of differentiation from the other elements of the same subcluster, so that it is intuitive that the semantic representation corresponding to 'dog' should be placed closer to 'cat' than to 'robin', while the three taken together should be placed somewhere further apart from 'rose' and 'oak'. If an ultrametric structure is imposed on the same set by altering the metric of the semantic space, the way in which the various clusters are 'perceived from outside' is deeply altered. First, all the items in the semantic space must be seen as belonging to hierarchical clusters. Second, if some items are seen as belonging to a given cluster, they must be *ipso facto* considered as indistinguishable from each other. This has the remarkable consequences that a set in an ultrametric space becomes indistinguishable from its proper parts. This is a very intriguing feature, and it allows us to re-define the characteristics of the unconscious processes as described by Matte Blanco in topological terms. First, the ultrametric space is hierarchically organized, with all the possible clusters can be seen as subclusters of larger clusters; second, the metric of the clusters is so defined that all the elements in a given cluster are seen as all equidistant from any

other element of any other cluster, becoming therefore indistinguishable from each other; as a consequence, the whole cluster is seen as indistinguishable from its parts. Given these features of the ultrametric space it is clear that the symmetric mode as formulated by Matte Blanco is homologous to a topologic space endowed with an ultrametric structure. The generalization principle reflects the hierarchical nature of the ultrametricity, in which all the stimuli (or the concepts) are perceived as belonging to classes, and the classes are clustered into super-classes of increasing generality. Finally, a single omnicomprehensive class is generated. The principle of symmetry is a consequence of the strong form the triangular inequality stating that all triangles are isosceles in an ultrametric space.

6. Some concluding remarks and open issues

Can the topological description just explained facilitate the understanding of the mind and the role of emotion in the theory proposed by Matte Blanco?

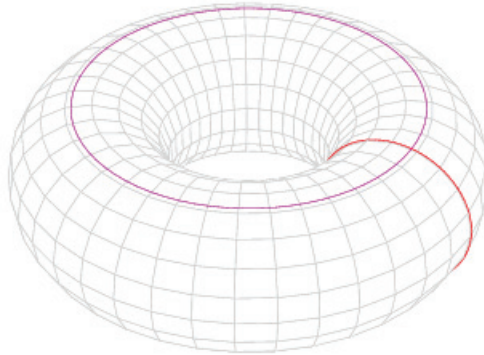
As a first point we can suggest that the contribution of emotion to the shaping of the mental space could be formulated in terms of a topological shift from a metric topology to an ultrametric one.

A clear statements Matte Blanco's theorization is that it is in affectivity and in the emotional aspects of mental life that Bi-logic becomes accessible at the level of conscious insight: intense emotional states such the ones that are experienced when being in love seems to produce a symmetrisation in the thought processes with the consequence that the feelings are felt as absolute and totalizing. In any emotionally charged relational exchange the balance between metric and ultrametric topology seems to be biased in favor of the latter.

An important observation connected to the phenomenology of emotion that we have analyzed above refers to the fact the emotional experience is rooted in corporeal responses that are activated by the perception of the stimulus which gives rise to it. It is therefore triggered by an emotional event. This apparently trivial datum has profound implications with respect to our theory. An event is bounded to occur as a precise occurrence in time, and therefore if we consider the abstract topological description of mental space as such, it forces us to consider a temporal component to be added to the model. The model evolves from a topology to a *dynamic on topology* itself.

Furthermore, we have hypothesized that the rooting of the emotional experience in the body could anchor its more symmetrical aspects to the representation of the emotional event, which is definitely more asymmetrical in nature. Therefore, it is possible that the introduction of the emotional component into the theory could provide some valuable hints to the way in which we could solve the *Bi-logic dilemma*, that is, how to describe the way in which symmetric and asymmetric modes can be operationally put in relationship to each other. In an attempt to give a viable explanation for a transition from the more asymmetric to a prevalently symmetric mode of being, we suggest that it might be fruitful to attend to the sensation-feeling component of emotion, specifically to the corporeal events that cause it, bearing in mind that their inclusion in concept of emotion is far from *convention* as Matte Blanco considers it (Matte Blanco, 1975, p. 307). *Au contraire*, in our opinion they can provide the formal clue, possibly related to the concept of time², to solving the problem of the coexistence of symmetric elements and asymmetric ones.

Figure 1. A *torus* contains some closed paths of irreducible length.



²An interesting point of analogy has been detected by the theoretical physicist M.Rost (personal communication) who has recently explored the role of the time parameter in the fundamental equations of Quantum Mechanics. In fact, Quantum Theory has been originally represented by the Hilbert formalism in which time is not considered; in order to derive equations which describe evolution with respect to time, as commonly expected in physics (i.e. the Schrödinger and Dirac equations) it has been suggested that an implicit assumption can be made: the quantum system is related to a classical system which induces the definition of the time parameter in the quantum model (Rost, 2000). Apparently this fundamental problem of theoretical physics and the issue of relating the ultrametric and metric component of our 'psychological topology' could both be solved by referring to some extent to the same construct, that is, external reality (Lauro Grotto, R. & Rost, J.M. (*in preparation*): Introducing time in a structural formalism: a comparison between Quantum Mechanics and Psychoanalytical Theory.).

Appendix A.

Definition of Topological Spaces

In formal topology the concept of space is defined having a Set as a starting point. A topological space is a set plus something else, or to say it in another way, a set that is characterized by a series of properties of the way in which you can combine the elements of the set. The formal definition goes as follows: A topological space is a couple (X, T) , where X is a set and T is a collection of subsets of X , called *open sets of X* , having the following properties:

- 1) The empty set and X are open sets;
- 2) The union of an arbitrary number of open sets of X is an open set of X ;
- 3) The intersection of any finite number of open sets of X is still an open set of X .

The collection of open sets T is said to be a topology for the set X .

Just to give a simple example consider the set $X=\{a, b, c\}$ and let $\emptyset$ denote the empty set.

The collections $T_1=\{\emptyset, X, \{a\}\}$ and $T_2=\{\emptyset, X, \{a\}, \{b\}, \{a, b\}\}$ are topologies on X , while the collection $T=\{\emptyset, X, \{a\}, \{b\}\}$ is not, because it lacks of the union of $\{a\}$ and $\{b\}$.

This is a formal definition that calls into question the way in which subsets (or classes) of elements in the space can be combined together by subsequent operations of union and intersection, the crucial issue being that all the possible combination must be allowed, and any resultant combination should be already there as an existing set (class) of the topology (X, T) . This property provides the 'shape-ness' of the topological space, in the sense that a so defined topological space can be shown to be 'compact' and 'connected'. Compactness and Connectivity are formal properties, but they correspond to a good extent to our intuition of what it is like to have a shape.

Appendix B

Formal definition of metric Space

More formally a metric space is a couple (X, d) , where X is a set and d is a function that associated to any couple of elements of X a real number that is positive or zero, being zero if and only if the two elements are coincident. A distance must be symmetric for the exchange of the two points considered, i.e. $d(a, b)=d(b, a)$.

A metric space (X, d) therefore consists of a non-empty set X and a function $d:X \times X \rightarrow [0, \infty)$ such that:

1. (*Positivity*) For all $x, y \in X$, $d(x, y) \geq 0$ with equality if and only if $x=y$.
2. (*Symmetry*) For all $x, y \in X$, $d(x, y) = d(y, x)$,
3. (*Triangle inequality*) For all $x, y, z \in X$ $d(x, y) \leq d(x, z) + d(z, y)$.

A function d satisfying conditions (1.)-(3.), is called a *metric* on X .

Appendix C

Formal definition of ultrametric space

An ultrametric space (X, d) consists of a non-empty set X and a function $d: X \times X \rightarrow [0, \infty)$ such that:

1. (*Positivity*) For all $x, y \in X$, $d(x, y) \geq 0$ with equality if and only if $x=y$.
2. (*Symmetry*) For all $x, y \in X$, $d(x, y) = d(y, x)$,
3. (*Strong form of triangle inequality*) For all $x, y, z \in X$ $d(x, y) \leq \max(d(x, z), d(z, y))$.

A function d satisfying conditions (1.)-(3.) is called an *ultrametric* on X .

From these conditions, one can conclude several typical properties of ultrametrics. For example, in an ultrametric space, for all x, y, z in M and r, s in R :

- Every triangle is isosceles, i.e. $d(x, y) = d(y, z)$ or $d(x, z) = d(y, z)$ or $d(x, y) = d(z, x)$;
- Every point inside a ball is its center, i.e. if $d(x, y) < r$ then $B(x; r) = B(y; r)$;
- Intersecting balls are contained in each other, i.e. if $B(x; r) \cap B(y; s)$ is non-empty then either $B(x; r) \subseteq B(y; s)$ or $B(y; s) \subseteq B(x; r)$.

As another example consider the Set of endless binary patterns $a=(1,0,0,1,0,0,1,1\dots)$. These pattern can be viewed as the expression of a formal language with a two symbols alphabet. The pattern is therefore thought as generated starting from the first position on the left-hand side. Now we would like to introduce a notion of distance between two patterns a, b that considers the first position at which two otherwise identical strings start to differ. Be n this position. We assign a distance function that is equal to $(1/2)^n$:

$d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = (1/2)^n$, where n is the ordinal number of the first position in which the pattern $\mathbf{a}, \mathbf{b}$ are found to differ.

Let's introduce a few examples.

If $\mathbf{a}=(1,1,0,1,0,0,1,1\dots)$ and $\mathbf{b}=(0,0,0,0,1,1,1,1\dots)$ then $d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = (1/2)^1 = 1/2$

If $\mathbf{a}=(1,1,0,1,0,0,1,1\dots)$ and $\mathbf{b}=(1,0,0,0,1,1,1,1\dots)$ then $d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = (1/2)^2 = 1/4$

If $\mathbf{a}=(1,0,0,1,0,0,1,1\dots)$ and $\mathbf{b}=(1,0,1,0,1,0,0,1\dots)$ then $d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = (1/2)^3 = 1/8$

If $\mathbf{a}=(1,0,0,1,0,0,1,1\dots)$ and $\mathbf{b}=(1,0,0,0,1,1,1,1\dots)$ then $d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = (1/2)^5 = 1/32$

If $\mathbf{a}$ and $\mathbf{b}$ do coincide at every position, then $d(\mathbf{a}, \mathbf{b}) = (1/2)^{n \rightarrow \infty} = 0$.

The ultrametric space we have considered is a set in which the maximum distance between elements is $1/2$. This distance is typical of all the patterns that diverge from the beginning, that is in the first position. A convenient way to imagine this space is by considering each pattern as produced by a hierarchical generative process that at each level chooses between two possible alternatives (1 or 0, or left or right...), (see **Fig. 2**) Once two pattern diverge at a single decision, they belong to a different branch of this hypothetical decision tree structure. An interesting feature of this way of organizing the patterns emerges once you consider the all set of patterns that share a given path along the decisional tree, let's say all the pattern that starts with the same triplet (1,1,0,...) and differ thereafter. No matter what comes later, these patterns are all at a distance of $(1/8)$ from each other. The ultrametric definition of the distance imposes therefore on the Set of patterns a very peculiar - and counterintuitive - hierarchical organization. All the patterns are naturally divided into classes, and all the patterns within a class are placed at the same distance from each other. Furthermore, if one considers all the pattern that belong to two different classes A and B, one finds that all the pattern in A are placed at the same distance from all the pattern in B. The distance is entirely determined by the class and once two patterns belong to a class they are seen as equidistant from any other point 'outside' that class.

Figure 2. A binary pattern in an ultrametric Space is thought as derived form a sequence of infinite dyadic choices. All the patterns that starts with (1,1,0,1...), as pattern $\mathbf{a}$ in the text, doshare the an initial path along the hierarchical decisional tree and belong to the same hierarchical cluster. They are all placed at a distance of at least $(1/2)^5$ from each other.

Murtagh, F. (2012) *Ultrametric model of mind, II: Application to text content analysis*, p-Adic Numbers, Ultrametric Analysis and Applications, 4, p. 207-221.

Murtagh, F. (2012), *Ultrametric model of mind, I: Review*, p-Adic Numbers, Ultrametric Analysis and Applications, 4, p. 193-206.

Murtagh, F. (2013), *The new science of complex systems through ultrametric analysis: Application to search and discovery, to narrative and to thinking*, Journal of p-Adic Numbers, Ultrametric Analysis and Applications, vol 5, no. 4, p. 326-337.

Murtagh, F. (2014), *Mathematical representations of Matte Blanco's bi-logic, based on metric space and ultrametric or hierarchical topology: towards practical application*, Language and Psychoanalysis, 3(2), P. 40-63.

Murtagh, F. (2014), *Pattern recognition in mental processes: determining vestiges of the subconscious through ultrametric component analysis*, in eds. Patel, S., Wang, Y., Kinsner, W., Patel, D., Fariello, G. and Zadeh, L.A., Proc. ICCI*CC 2014, 2014 IEEE 13th Int'l. Conf. on Cognitive Informatics and Cognitive Computing, p. 155-161.

Murtagh, F. (2014), *Pattern recognition of subconscious underpinnings of cognition using ultrametric topological mapping of thinking and memory*, International Journal of Cognitive Informatics and Natural Intelligence (IJCINI), 8(4), p. 1-16.

Murtagh, F., Ganz, A. (2015), *Pattern Recognition in Narrative: Tracking Emotional Expression in Context*, Journal of Data Mining and Digital Humanities, vol. 2015 (published May 26, 2015).

INFORMISANOST GRAĐANA O UČEŠĆU CRNE GORE U
REGIONALNIM OKVIRIMA IZ OBLASTI UNUTRAŠNJIH POSLOVA

CITIZENS INFORMATION ON PARTICIPATION OF MONTENEGRO IN
A REGIONAL FRAMEWORK IN THE FIELD OF INTERNAL AFFAIRS

mr TIJANA MADŽGALJ

Apstrakt: Od sticanja svoje nezavisnosti Crna Gora kontinuirano radi na ispunjenju svojih obaveza koje proizilaze iz procesa evroatlantskih integracija. Stoga svoju opredijeljenost spoljnospolitičkim ciljevima iskazuje ulažući maksimalne napore u svim aspektima iz pregovaračkog procesa, a posebno onim koji se odnose na vladavinu prava, borbu protiv organizovanog kriminala i korupcije, pravdu, slobodu i bezbjednost. Svjesna činjenice da se zemlje regiona suočavaju sa istim ili sličnim pregovaračkim izazovima na svom evropskom putu, ali i takođe bezbjednosnim izazovima kako regiona, tako i Evrope i šire, Crna Gora je prisutna u gotovo svim regionalnim okvirima iz oblasti unutrašnjih poslova i policijske saradnje. Ipak, postavlja se pitanje koliko su građani svjesni značaja regionalne saradnje i koliko su informisani o učešću Crne Gore u regionalnim inicijativama u ovoj oblasti.

Ključne riječi: Regionalna saradnja, informisanost građana, regionalne inicijative, bezbjednosni izazovi, saradnja u oblasti unutrašnjih poslova

Abstract: Since declaring its independence, Montenegro has continuously worked on fulfilling its obligations towards its Euro-Atlantic and EU integration process. Therefore, its commitment to foreign policy objectives, Montenegro has shown through investing maximum efforts within the negotiation process, in particular to matters that relate to the rule of law, fighting organized crime and corruption, freedom and security. Aware of the fact that the countries of the region face the same or similar challenges in the process of negotiation for

European integration and encounter similar security challenges in Europe and beyond, Montenegro has been present in almost all the regional framework programs in the field of internal affairs and police cooperation. However, there is still a question, how much the citizens are aware about the importance of the regional cooperation and how much do they know about cooperation of Montenegro in regional initiatives in the sector of internal affairs.

Key words: Regional Cooperation, the Level of Citizens' Information, Regional Initiatives, Security Challenges, Internal Affairs Cooperation

1. Uvod

Svjedoci smo da se posljednjih godina Evropa, pa samim tim i region, sve više suočavaju sa novim bezbjednosnim izazovima koji ne obuhvataju samo organizovani kriminal i korupciju, krijumčarenje droga i oružja, već i terorizam i ilegalne migracije nove oblike kriminala (npr. sajber kriminal). Imajući u vidu da navedeni fenomeni prevazilaze nacionalne okvire država, oni zahtijevaju širi, regionalni pristup i saradnju svih država kako bi se pružio adekvatan odgovor i postigli efikasniji rezultati.

Dijeleći istorijske korijene ali i težnje ka budućnosti u evropskoj porodici, zemlje regiona susreću se sa gotovo istim izazovima u svojim integracionim procesima, svjesne da samo uz međusobno iskreno partnerstvo, posvećenost dobrosusjedskim odnosima i regionalnom pristupu suočavanja sa zajedničkim izazovima mogu uspješno implementirati mjerila iz pretpristupnih agendi.

Od sticanja svoje nezavisnosti Crna Gora kontinuirano radi na ispunjenju svojih obaveza koje proizilaze iz procesa evroatlanskih integracija. Stoga svoju opredijeljenost spoljnostopolitičkim ciljevima iskazuje ulažući maksimalne napore u svim aspektima iz pregovaračkog procesa, a posebno onim koji se odnose na vladavinu prava, borbu protiv organizovanog kriminala i korupcije, pravdu, slobodu i bezbjednost.

Ipak postavlja se pitanje da li su i koliko građani informisani o regionalnim inicijativama i platformama u kojima je Crna Gora prisutna, te u kojoj su mjeri svjesni značaja regionalne saradnje u oblasti unutrašnjih poslova i njenih efekata na crnogorsku bezbjednost i ostvarivanje spoljnostopolitičkih ciljeva.

Iz tog razloga, ovaj rad ima za cilj da ispita koliko su i na koji način građani Crne Gore upoznati sa regionalnim inicijativama i platformama iz domena policijske saradnje i saradnje u oblasti unutrašnjih poslova, te da li prepoznaju značaj regionalnog pristupa u suočavanju sa izazovima koje dijele zemlje regiona.

2. Učešće Crne Gore u regionalnim okvirima iz oblasti unutrašnjih poslova

“Regionalni pristup” pristupanja Evropskoj uniji značajno je uticao na unaprjeđenje saradnje i posvećenost doborsusjedskim odnosima zemalja Zapadnog Balkana. Iz tog razloga, zemlje regiona kontinuirano rade na uspostavljanju boljih partnerskih odnosa te se stoga sve više uvezuju i djeluju u regionalnom kontekstu, sa fokusom na međusobnu podršku, razmjenu iskustva, znanja i dobrih praksi u svim segmentima od zajedničkog interesa.

Iz navedenih razloga, tokom posljednje decenije uočava se trend sve većeg prisustva raznih oblika regionalne saradnje sa primarnom tendencijom podrške zemaljama Zapadnog Balkana da na putu ka članstvu u EU adekvatnije odgovore izazovima sa kojima se suočavaju.

Učešćem kroz razne forme regionalne saradnje, Crna Gora dodatno potvrđuje svoju posvećenost ispunjenju obaveza koje proizilaze iz aspiracija na spoljopolitičkom planu, sa fokusom na mjerila koja se tuču slobode, bezbjednosti i vladavine prava, te je stoga Crna Gora uključena u gotovo sve regionalne okvire iz oblasti unutrašnjih poslova i policijske saradnje: Brdo proces, Forum EU-Zapadni Balkan, Regionalna inicijativa za migracije, azil i izbjeglice (MARRI), Regionalna škola za državnu upravu (ReSPA), Konvencija o policijskoj saradnji u Jugoistočnoj Evropi (PCC SEE), Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga (DCAF) i Salzburg forum.

2.1 Brdo proces

»Danas mi, lideri Brdo-Brijuni Procesu, još jednom potvrđujemo našu zajedničku posvećenost u izgradnji povjerenja, razvoju bilateralnog i regionalnog dijaloga, međusobnoj pomoći u skladu sa evropskim i evroatlanskim integracionim procesom, i promociji dalje saradnje i pomirenja.«¹

¹ prim prev. “Bilten Kancelarije predsjednice Republike Hrvatske” broj 3, Zagreb, 2015, str 9

Tokom neformalnog susreta premijera Hrvatske i Slovenije, Jadranke Kosor i Boruta Pahora u Kranjskoj gori u januaru 2010. godine, pokrenuta je ideja o formiranju Brdo procesa s ciljem povezivanja zemalja regiona koje na putu evroatlanskih integracija imaju slične istorijske, geografske, kulturne i političke karakteristike. Zemlje članice Brdo procesa, osim inicijatora Hrvatske i Slovenije su Crne Gora, Bosna i Hercegovina, Srbija, Albanija, Makedonija i Kosovo.

Kreirana prvenstveno radi pružanja uzajamne pomoći na putu evroatlanskih integracija, rješavanju otvorenih pitanja, kao i međusobnoj saradnji u suočavanju sa zajedničkim bezbjednosnim izazovima, Brdo proces je nanajznačajnija regionalna inicijativa političkog dijaloga, predstavlja značajan faktor u ostvarivanju i unaprjeđenju stabilnosti i bezbjednosti u regionu, s posebnim osvrtnom na intenziviranje policijske i pravosudne saradnje².

Prvi susret lidera zemalja Zapadnog Balkana na kojem je ova inicijativa i formalno započela organizovana je 20. marta 2010. godine na Brdu kod Kranja, po kojem je inicijativi i dat naziv Brdo proces.

Važno je pomenuti da su lideri zemalja učesnica na sastanku Brdo procesa održanog u Budvi 2015. godine, iskazali težnju da ova inicijativa uključivanjem šireg spektra tema o kojima se diskutuje, jača duh dobre saradnje u regionu i obnovi viziju regiona kao dijela Evropske unije, naglašavajući pritom potrebu za daljim reformama.³ Osim pomenutog, susreti lidera zemalja Zapadnog Balkana u okviru ove inicijative organizovani su u Dubrovniku, Zagrebu, Sarajevu i Brdu kod Kranja, a održavaju se na godišnjem nivou.

2.2 Ministarski Forum EU-Zapadni Balkan

Ministarski forum pravosuđa i unutrašnjih poslova "EU-Zapadni Balkan" održava se na godišnjem nivou i okuplja ministre unutrašnjih poslova i pravde kako bi se razmatrale aktuelne teme, trenutno stanje i napredak u oblasti pravosuđa i unutrašnjih poslova.

Prilikom ovih susreta, učesnici su u prilici ne samo da razmatraju aktuelna pitanja već i da iznađu najefikasnije modalitete zajedničkog djelovanja kako bi adekvatno odgovorile bezbjednosnim izazovima. Iz tih razloga

²http://www.mzz.gov.si/si/zunanja_politika_in_mednarodno_pravo/zahodni_balkan/brdo_proces/preuzeto_iz:_Selma_Mehović,_«Regionalne_inicijative_u_oblasti_unutrašnjih_poslova_kao_podrška_procesu_integracije_Crne_Gore_u_Evropsku_Uniju»,_Podgorica,_2016,_str_40

³ <http://www.mfa.gov.rs/en/foreign-policy/eu/regional-initiatives/brdo-brioni-process>

tokom održavanja Foruma fokus je na temama borbe protiv organizovanog kriminala, korupcije i narkotika, terorizma, upravljanja migracijama, viznoj liberalizaciji, bezbjednosti, reformi pravosuđa i sl.

Crna Gora potvrdila je posvećenost regionalnoj saradnji u ovom kontekstu ne samo kontinuiranim učešćem ministara unutrašnjih poslova i pravde na susretima u okviru Foruma "EU-Zapadni Balkan", već i održavanjem Ministarskog foruma EU-Zapadni Balkan u oblasti pravde i unutrašnjih poslova u Budvi, 19-20. decembra 2013. godine, a u organizaciji Ministarstva pravde i Ministarstva unutrašnjih poslova Crne Gore u saradnji sa Litvanskim predsjedavanjem Savjetu EU.

Tom prilikom na Forumu je učestvovalo 10 ministara unutrašnjih poslova i pravde iz regiona, kao i preko 100 članova različitih delegacija među kojima su bili i tadašnja evropska komesarka za unutrašnje poslove, Sesilija Malmstrom, predstavnici Savjeta EU, EUROPOL-a, EUROJUST-a, INTERPOL-a, MARRI-ja, SELEC-a, IOM-a i drugih evropskih institucija i organizacija koje se bave pitanjima iz domena unutrašnjih poslova i pravde.⁴

2.3 Regionalna inicijativa za migracije, azil i izbjeglice (MARRI)

*"MARRI RC - katalizator odgovora Zapadnog Balkana
na izazove migracija, azila i izbeglica."⁵
(Slogan MARRI -a)*

Regionalna inicijativa za migracije, azil i izbjeglice (MARRI) osnovana je usvajanjem odluke Pakta stabilnosti za Jugoistočnu Evropu 2003. godine spajanjem Regionalne inicijative za povratak i Inicijative za migraciju i azil. Sa mandatom promovisanja bolje regionalne saradnje i zajedničkog, sveobuhvatnog i harmonizovanog pristupa zemalja članica u oblastima migracija, azila, granične kontrole, viznog režima, integracije i povratka izbjeglica, glavni cilj ove regionalne inicijative je pružanje slobodnog i dobrog rukovođenja kretanja ljudi na Zapadnom Balkanu koji doprinose razvoju i stabilnosti regiona⁶.

U okviru Inicijative formirani su MARRI Regionalni centar sa sjedištem u Skoplju, zatim Regionalni forum sačinjen od ministarstava unutrašnjih pos-

⁴ <http://www.rtvbudva.me/vijesti/pocinje-ministarski-forum-eu-zapadni-balkan/4564>

⁵ <http://marri-rc.org.mk/about-us/>

⁶ <http://marri-rc.org.mk/about-us/>

lova koji daju političku podršku radu inicijative i odlučuju o pitanjima od zajedničkog interesa država učesnica, kao i Regionalni komitet u sastavu predstavnika ministarstava vanjskih poslova, a čiji je zadatak određivanje smjernica rada i koordinacija aktivnosti ove regionalne inicijative.

Shodno Deklaraciji Regionalnog foruma koji je održan u 2015. godine u Skoplju, zemlje članice inicijative su Albanija, Makedonija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Srbija i Kosovo. Istom Deklaracijom je, obzirom na status zemlje članice EU, povučeno članstvo Republike Hrvatske iz MARRI-ja. Predsjedavanje Inicijativom odvija se abecednim redom u roku od godinu dana.

Kada je u pitanju Crna Gora, članstvo u okviru Regionalne inicijative za migracije, azil i izbjeglice stekla je nakon obnove nezavisnosti, 2. oktobra 2006. godine⁷, dok je predsjedavanje MARRI-jem Crna Gora uspješno okončala krajem 2016. godine⁸, u periodu kada se region suočavao sa najbrojnijim migratornim talasom. Važno je napomenuti da je trenutna direktorka Regionalnog centra MARRI ambasadorica Tamara Mugoša iz Crne Gore, izabrana u junu 2015. sa mandatom od tri godine⁹.

2.4 Regionalna škola za državnu upravu (ReSPA)

« Vizija ReSPA-e je ostvarenje moderne, djelotvorne, inovativne, odgovorne i profesionalne javne uprave na Zapadnom Balkanu. Naša korporativna svrha je povećanje saradnje u javnoj upravi, upravljanju ljudskim resursima na Zapadnom Balkanu, jačanje njihovih institucija i podrška razvoju kapaciteta za promjene i poboljšanje javne uprave, između ostalog i kroz olakšanu razmjenu iskustava sa EU »¹⁰

U maju 2006. godine, u skladu sa « Solunskim programom za Zapadni Balkan » potpisan je Protokol o saradnji u stvaranju Regionalne škole za državnu upravu (ReSPA). Potpisnice navedenog Sporazuma su vlade Republike Albanije, Bosne i Hercegovine, Republike Hrvatske, BJR Makedonije, Crne Go-

⁷ Selma Mehović, « Regionalne inicijative u oblasti unutrašnjih poslova kao podrška procesu integracije Crne Gore u Evropsku Uniju », Podgorica, 2016, str 43

⁸ Izvještaj Ministarstva unutrašnjih poslova o radu i stanju u upravnim oblastima za 2016. godinu, str 7

⁹ Izvještaj o radu Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija u 2015. godini , str 72

¹⁰ <http://www.respaweb.eu/69/pages/52/vision>

re, Republike Srbije i UNMIK-a u ime Kosova, u prisustvu predstavnika Evropske komisije¹¹

Dalji razvoj Regionalne škole odvijao se kroz dvije faze¹²: prva faza podrazumijevala je uspostavljanje konstitucionalnog, proceduralnog i finansijskog okvira u kojem bi ReSPA djelovala, te takođe iniciranje obuka i umrežavanje aktivnosti kroz virtuelnu mrežu nacionalnih škola i vlasti javne uprave partnera ove škole, dok je fokus druge faze bio na regrutovanju i obuci osoblja koje bi eventualno upravljalo ReSPA-om i njenim aktivnostima, zatim sprovođenje obuka i aktivnosti umrežavanja za zvaničnike zemalja partnera, kao i podizanje vidljivosti o radu ove regionalne škole.

Smještena u Danilovgradu, Crnoj Gori, rad Regionalne škole za javnu upravu fokusiran je na unaprjeđenje regionalne saradnje u kontekstu podrške evropskih integracija, ali i razvoju javne uprave i promociji razmjene znanja između partnerskih zemalja.

Upravni odbor je najviši nivo odlučivanja u okviru ove Regionalne škole i zadužen je za opštu politiku ReSPA-e i njenih najznačajnijih dokumenata (Godišnji program rada, budžet, godišnji biznis plan). Sastav Upravnog odbora čine ministri zaduženi za javnu upravu iz zemalja partnera ili ekvivalentni predstavnici vlasti iz ove oblasti, razvoja ljudskih resursa ili evropskih integracija. Iako se Upravni odbor sastaje pet puta godišnje, na ministarskom nivou se sastaje najmanje jednom godišnje. Dodatno, formiran je i nivo viših zvaničnika koji su stalni predstavnici zemalja učesnica u Upravnom odboru i sastaju se najmanje četiri puta godišnje.

U oktobru 2014. Godine Crna Gora je od Makedonije preuzela jednogodišnje predsjedavanje ReSPA-om, koje je okončano 12. Novembra 2015. Godine na redovnom godišnjem ministarskom sastanku ReSPA-e. Istovremeno, Ministarstvo unutrašnjih poslova Vlade Crne Gore i ReSPA bili su domaćini 6. Sastanka Upravnog odbora ReSPA na ministarskom nivou.

2.5 Konvencija o policijskoj saradnji u Jugoistočnoj Evropi (PCC SEE)

U cilju unaprjeđenja policijske saradnje i razmjene informacija među zemljama potpisnicama, ali i veće sigurnosti i bezbjednosti u regionu, u Beču su, 5. maja 2006. godine Albanija, Bugarska, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Moldavija, Crna Gora, Rumunija i Srbija potpisale Konvenciju o policijskoj

¹¹ http://www.uzk.co.me/index.php?option=com_content&view=article&id=104&lang=sr

¹² <http://www.respaweb.eu/17/pages/1/our-history>

saradnji u Jugoistočnoj Evropi. Okončavanjem ratifikacije u nacionalnim parlamentima, Konvencija je stupila na snagu 2008. godine, nakon čega su joj pristupile i Austrija, Mađarska i Slovenija.

Konvencija se zalaže za savremene modalitete saradnje država ugovornica i odnose se na analize zajedničkih prijetnji, vruće potrage, oficire za vezu, prikrivene istrage, zaštitu svjedoka, prekogranični nadzor, mješovite patrole duž granice, saradnju u zajedničkim centrima, zajedničke istražne timove i dr.

Sve zemlje trebaju prihvatiti PCC SEE kao zajedničku i jedinstvenu pravnu osnovu, koja definiše veliki broj posebnih istražnih instrumenata, koji su iznad bilo kojih drugih postojećih pravih osnova koje su zajedniče za sve zemlje korisnice¹³

Glavne aktivnosti za punu implementaciju Konvencije bazirani su na tri stuba : procesu donošenja odluka, implementacionom programu i operativnoj saradnji.

Radna tijela koja djeluju u okviru Konvencije su Komitet ministara, Ekspertska radna grupa, Tematska radna grupa za policijsko obrazovanje i obuku, Tematska radna grupa za razmjenu lažnih i falsifikovanih isprava, Radna grupa za zaštitu ličnih podataka, Radna grupa za DNK, Radna grupa za logističku i tehničku podršku i Mreža eksperata za Zajedničke istražne timove. Odlukom Komiteta ministara formiran Sekretarijat PCC SEE koji je zadužen za sprovođenje odredbi Konvencije i djeluje u okviru DCAF-a.

Kada je u pitanju predsjedavanje Konvencijom, ono je predviđeno rotiranjem na godišnjem nivou, pri čemu ju na Komitetu ministara održanim u 2015. Godini predstavljen novi plan Trio predsjedavanja (Moldavija, Makedonija i Crna Gora), kojim su precizirane aktivnosti koje će se realizovati tokom predsjedavanja svake zemlje pojedinačno.¹⁴

¹³ <http://www.pccseesecretariat.si/documentspcc&item=37>, PCC SEE Manual, preuzeto iz: Selma Mehović, « Regionalne inicijative u oblasti unutrašnjih poslova kao podrška procesu integracije Crne Gore u Evropsku Uniju », Podgorica, 2016, str 46

¹⁴ Izvještaj Ministarstva unutrašnjih poslova o radu i stanju u upravnim oblastima za 2015. godinu, str 9

2.6 Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga (DCAF)

*« Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga
posvećen je unaprijeđenju bezbjednosti zemalja i njihovih građana
kroz okvir demokratskog upravljanja, vladavinu zakona
i poštovanja ljudskih prava »¹⁵*

Od svog osnivanja 2000. godine, DCAF teži da kroz direktnu podršku nacionalnim partnerima i međunarodnim akterima, doprinese politikama i unaprijeđenju znanja dobrog upravljanja u bezbjednosnom sektoru.

Centar državama članicama pruža savjetodavnu podršku i programe praktične pomoći, razvija i promovise norme i standarde, sprovodi istraživanja politika i identifikuje dobru praksu i preporuke za unaprijeđenje demokratskog upravljanja sektorom bezbjednosti. Centar podstiče i pruža podršku u oblasti parlamentarne kontrole, te ostvarije značajnu saradnju sa civilnim sektorom u državama članicama¹⁶

Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga djeluje širom svijeta sa preko 60 zemalja članica, pri čemu je Crna Gora pristupila Centru neposredno nakon obnove svoje nezavisnosti, 2006. Godine. S tim u vezi važno je napomenuti da DCAF značajno doprinosi unaprijeđenju kapaciteta rada crnogorske granične policije, kroz organizaciju akcija i programa koje podrazumijevaju zajednički rad policija zemalja regiona, a kojom prilikom su zemlje učesnice u mogućnosti da razmijene iskustva, znanja i dobre prakse u borbi protiv prekograničnog kriminala.

2.7 Salzburg forum

Salzburg forum osnovan je 2000. godine u cilju podrške evropskim integracionim procesima isočnih susjeda Austrije i predstavlja bezbjednosno partnerstvo Centralne Evrope. Zemlje članice Salzburg foruma su Austrija, Bugarska, Hrvatska, Češka Republika, Mađarska, Poljska, Rumunija, Slovačka i Slovenija, dok je takođe osnovana Grupa prijatelja koju obuhvataju zemlje Zapadnog Balkana i Moldavija.

Istorija Salzburškog foruma dijeli se u četiri faze¹⁷:

¹⁵ <http://www.dcaf.ch/>

¹⁶ https://www.bicc.de/uploads/tx_bicctools/brief31_serbian.pdf preuzeto iz: Selma Mehović, « Regionalne inicijative u oblasti unutrašnjih poslova kao podrška procesu integracije Crne Gore u Evropsku Uniju », Podgorica, 2016, str 47

¹⁷ http://www.salzburgforum.org/Who_are_we/Our_history.html

- 1) *Jačanje regionalne saradnje, priprema za ulazak u EU (2000-2004)* – kao što je već navedeno, razlog uspostavljanja Salzburškog foruma bila je težnja Austrije kao tada jedine članice EU da pripremi partnere Salzburškog foruma za ulazak u EU, kao i da jača saradnju Centralne Evrope u oblasti unutrašnje bezbjednosti, sa fokusom na stratešku i operativnu implementaciju regionalne saradnje u ovoj oblasti.
- 2) *Saradnja sa EU (2004-2006)* – nakon ulaska Češke Republike, Poljske, Slovačke, Slovenije i Mađarske u Evropsku uniju, fokus rada orjentisao se na saradnju sa EU. U ovoj fazi predviđeno je da se predsjedavanje Forumom vrši na osnovu šestomjesečne rotacije po abecednom redu.
- 3) *Zajednička vanjska strategija zemalja članica Salzburg foruma, Grupa prijatelja (2006-2010)* – nakon dobijanja punopravnog članstva Rumunije i Bugarske, Hrvatskoj je obezbijeđen status “zemlje posmatrača” u okviru Salzburg foruma. Imajući u vidu aspiracije zemalja Balkana da se uključe u rad Salzburg foruma, te obzirom na značaj intenziviranja operativne i policijske saradnje sa trećim zemljama, Salzburg forum je na Ministarskoj konferenciji na Brdu 2006. godine usvojio Zajedničku vanjsku strategiju i naredne godine uspostavio “Grupu prijatelja Salzburg foruma”.
- 4) *Salzburg forum 2010-2020* – tokom 2010. g. usvojena je Vizija Salzburg foruma 2020 sa smjernicama za narednu deceniju, koja se fokusira na saradnju i lobiranje unutar EU, regionalnu saradnju i saradnju sa trećim zemljama. Ovom vizijom uspostavljeno je i trojno predsjedavanje na način da tri uzastopne zemlje definišu zajedničke ciljeve u 18-o mjesecom radnom programu. Na ovaj način postiže se dosljednost i kontinuitet u radu Forumu, te se kao rezultat ovakvog predsjedništva mogu adekvatnije identifikovati i razviti dugoročni prioriteti i strategije.

Iako je tokom slovenačkog predsjedavanja iniciran status “zemlje posmatrača”, trenutni status Crne Gore u okviru Salzburg foruma je “zemlja prijatelj”. Unaprjeđenjem statusa Crne Gore u ovom regionalnom okviru otvorio bi se prostor za razmjenu iskustava, kao i korišćenje najbolje prakse država koje su prisutne u okviru Salzburškog foruma, a po pitanju unutrašnje bezbjednosti, i jačanje operativne saradnje u Centralnoj Evropi.¹⁸

¹⁸ Izvještaj Mlinistarstva unutrašnjih poslova o radu i stanju u upravnim oblastima za 2015. godinu, str 9

3. Informisanost građana o učešću Crne Gore u regionalnim okvirima iz oblasti unutrašnjih poslova

Kako bi bili u mogućnosti da procijenimo u kojoj mjeri su i na koji način građani informisani o učešću Crne Gore u regionalnim inicijativama/platformama, za potrebe ovog rada sprovedeno je istraživanje u kojem je na bazi slučajnog uzorka učestvovalo 50 ispitanika. Istraživanje je vršeno anonimnim popunjavanjem upitnika.

Struktura ispitanika:

- Klasifikovano po godinama: 22 ispitanika su starosti od 18-30 godina, 24 ispitanika 30-50 godina i četiri ispitanika imaju više od 50 godina.
- Klasifikovano po stečenom obrazovanju: 1 ispitanik osnovna škola, 13 ispitanika sednja škola, tri ispitanika imaju završenu višu školu, 22 fakultet i postdiplomske studije 11 ispitanika.
- Klasifikovano po zaposlenju: zaposlenih 43, nezaposlenih 4, studenata/studentkinja dvije i jedan penzioner/ka.

Samoprocjena informisanosti ispitanika:

- Od 50 ispitanika, 27 je ocijenilo da rijetko prati objave medija u Crnoj Gori (TV, dnevnu štampu i web portale), zatim 13 često prati, dok je 10 ispitanika istaklo da prati gotovo sve objave u crnogorskim medijima.
- Upitani u kojoj mjeri smatraju sebe informisanim/informisanom o dešavanjima u Crnoj Gori i regionu, šest ispitanika je odgovorilo da su informisani u maloj mjeri, 26 da su srednje informisani, dok je 14 ispitanika ocijenilo da su informisani u velikoj mjeri i četiri da su potpuno informisani.

Treći blok pitanja kreiran je kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su građani svjesni značaja saradnje zemalja regiona, pa je tako 43 ispitanika odgovorilo da smatra da se zemlje regiona suočavaju sa istim ili sličnim bezbjednosnim izazovima, dok je dvoje bilo suprotnog mišljenja, a pet ispitanika nije imalo stav po ovom pitanju.

Da je saradnja Crne Gore sa zemljama u regionu izuzetno značajna ocijenilo je 14 ispitanika, da je značajna u velikoj mjeri 12, dok 19 ispitanika smatra da je saradnja srednje značajna. S druge strane, pet ispitanika je ocijenilo da je saradnja Crne Gore sa zemljama regiona značajna u maloj mjeri, te su dva ispitanika stala da ista nije značajna.

Takođe, na osnovu dobijenih odgovora utvrđeno je da većina ispitanika smatra da bi saradnja zemalja regiona doprinijela efikasnijem suočavanju

sa bezbjednosnim izazovima kao što su organizovani kriminal i korupcija, terorizam, migrantska kriza i sl. Odnosno:

- 22 ispitanika smatraju da bi značajno uticala na efikasnost suočavanja sa bezbjednosnim izazovima,
- 20 da bi doprinijela u velikoj mjeri,
- pet ispitanika smatra da bi saradnja doprinijela u maloj mjeri i
- tri ispitanika su stava da saradnja zemalja regiona u bezbjednosnim izazovima ne bi doprinijela efikasnijim rezultatima po ovom pitanju.

Kada je riječ o informisanosti građana o regionalnim inicijativama/platformama u kojima Crna Gora učestvuje u odnosu na unutrašnje poslove, ispitivale su se paralelno dva segmenta: stepen informisanosti sa jedne strane, i sa druge strane na koji su način oni ispitanici koji su odgovorili da su u određenoj mjeri upoznati sa inicijativama/platformama, informisani o radu istih, da li putem medija, porodice/prijatelja ili kroz posao koji obavljaju.

Zato je važno napomenuti da su istraživanjem obuhvaćeni Brdo proces, Forum EU-Zapadni Balkan, Regionalna inicijativa za migracije, azil i izbjeglice (MARRI), Regionalna škola za državnu upravu (ReSPA), Konvencija o policijskoj saradnji u Jugoistočnoj Evropi (PCC SEE), Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga (DCAF) i Salzburg forum, te da je prvenstveno određena analiza zastupljenosti istih u crnogorskim medijima, pa su tako navedene regionalne inicijative/platforme u medijima¹⁹ u periodu od 1. januara 2016. do 9. septembra tekuće godine bile prisutne²⁰:

- Brdo proces – 32 naslova
- Forum EU-Zapadni Balkan – 26 naslova
- Regionalna inicijativa za migracije, azil i izbjeglice (MARRI) – 27 naslova
- Regionalna škola za državnu upravu (ReSPA) – 114 naslova
- Konvencija o policijskoj saradnji u Jugoistočnoj Evropi (PCC SEE) – 39 naslova
- Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga (DCAF) – 10 naslova

¹⁹ Analizu obuhvataju RTCG; TV Vijesti, TV 777, Pink M televizija, dnevna štampa i web portali u Crnoj Gori

²⁰Izvor: Arhiva Represent Communications

- Salzburg forum – u izvještajnom periodu se nije pojavljivalo u medijima obuhvaćenim analizom.

U nastavku rada ispituje se informisanost građana o svakoj navedenoj regionalnoj platformi ponaosob.

3.1 Brdo process

Mjereći informisanost građana o inicijativi „Brdo proces“, 38 ispitanika nije bilo upoznato sa istom, dok su četiri ispitanika bila slabo upoznata sa ovom inicijativom, pet je istaklo da je upoznato i tri da su u potpunosti upoznata sa „Brdo procesom“.

Od dijela ispitanika koji su u bilo kojem od navedena tri stepena informisani o ovoj inicijativi, devet ispitanika je kazalo da se informisalo putem medija, jedan preko porodice ili prijatelji i dva ispitanika su sa inicijativom „Brdo proces“ upoznata kroz posao koji obavljaju.

3.2 Ministarski forum EU-Zapadni Balkan

Slično prethodnoj inicijativi, i sa Ministarskim forumom EU-Zapadni Balkan većina ispitanika nije upoznata, odnosno, njih 27, dok je 14 ispitanika slabo upoznato, osam je istaklo da su upoznati sa pomenutim Forumom, dok je jedan ispitanik istakao da je kroz posao u potpunosti upoznat sa Ministarskim forumom EU-Zapadni Balkan.

Od ispitanika koji su pokazali određeni stepen informisanosti, njih 19 je odgovorilo da su sa Forumom EU-ZB upoznati putem medija, jedan preko porodice/prijatelja i tri ispitanika su kroz posao bili u prilici da se informišu o ovom Forumu.

3.3 Regionalna inicijativa za migracije, azil i izbjeglice (MARRI)

Jedan ispitanik od ukupno 50 istakao je da je u potpunosti upoznat sa Regionalnom inicijativom za migracije, azil i izbjeglice (MARRI), dok je njih 10 stepen informisanosti ocijenilo kao upoznat/a, 11 ispitanika da su slabo upoznati dok sa pomenutom inicijativom 28 ispitanika nije upoznato.

Oni ispitanici koji su bili informisani o MARRI-ju većinom su se informisali putem medija, odnosno njih 17, dok je jedan ispitanik o ovoj inicijativi informisan preko porodice/prijatelja, a njih četvoro su o MARRI-ju informisani kroz svoj posao.

3.4 Regionalna škola za državnu upravu (ReSPA)

Informisanost građana o Regionalnoj školi za državnu upravu (ReSPA) značajnije je veća u odnosu na ostale regionalne okvire obuhvaćene ovim istraživanjem, pa je tako četiri ispitanika u potpunosti upoznato sa ovom regionalnom školom, 17 upoznati i 13 slabo upoznato. Broj ispitanika koji nijesu upoznati sa ReSPA-om je znatno manji u odnosu na druge inicijative/platforame, odnosno njih 16.

O Regionalnoj školi za državnu upravu 18 ispitanika je upoznato putem medija, pet preko porodice ili prijatelja, dok je 11 ispitanika o ovoj školi upoznato putem posla.

Veći stepen informisanosti o ReSPA-i može se obrazložiti iz više uglova. Naime, ReSPA je jedina od navedenih inicijativa stacionirana u Crnoj Gori, zatim u medijima se pojavljivala znatno više puta od svih inicijativa obuhvaćenih istraživanjem, ali razlog veće informisanosti se može naći i u činjenici da Regionalna škola za državnu upravu kontinuirano organizuje obuke za crnogorske državne službenike, što objašnjava i broj ispitanika koji su kroz posao upoznati sa radom ReSPA-e.

3.5 Konvencija o policijskoj saranji u Jugoistočnoj Evropi (PCC SEE)

Kada je u pitanju Konvencija o policijskoj saranji u Jugoistočnoj Evropi (PCC SEE), slično ostalim inicijativama, 29 ispitanika nije upoznato sa radom iste, dok je njih 11 ocijenilo da su slabo upoznati i 10 da su upoznati odnosno informisani o Konvenciji.

S tim u vezi, većina ispitanika informisala se o PCC SEE putem medija, tačnije njih 15, dok su dva ispitanika upoznata putem porodice ili prijatelja i četiri ispitanika o Konvenciji o policijskoj saradnji u Jugoistočnoj Evropi znaju kroz posao kojim se bave.

3.6 Ženevski centar za demokratsku kontrolu oružanih snaga (DCAF)

Gotovo se ne razlikujući od inicijative „Brdo proces“ kada je u pitanju informisanost građana o učešću Crne Gore u regionalnim okvirima iz oblasti unutrašnjih poslova, o Ženevskom centru za demokratsku kontrolu oružanih snaga nije informisano 36 od 50 ispitanika, dok je osam ispitanika ocijenilo da su slabo upoznati i šest da su upoznati sa DCAF-om.

Od onih ispitanika koji su u određenoj mjeri informisani o ovom Centru, njih devet je odgovorilo da su se informisali putem medija, zatim dva preko prijatelja i tri ispitanika su informisana kroz posao.

3.7 Salzburg forum

Iako se u periodu od 1. januara prethodne do 9. septembra tekuće godine ni jednom nije pojavio u medijima koji su obuhvaćeni analizom, po osam ispitanika je ocijenilo da su upoznati ili slabo upoznati sa Salzburg forumom. Ipak, njih 34 nije uopšte informisano o Salzburg forumu.

Način na koji su se građani informisali o ovoj inicijativi su: kroz posao tri ispitanika i njih 13 putem medija.

4. Zaključak

Analizom odgovora iz istraživanja sprovedenog za potrebe ovog rada, uočava se da većina građana Crne Gore prepoznaje značaj saradnje zemalja regiona ocijenivši je uglavnom kao značajnu u velikoj mjeri ili izuzetno značajnu. Takođe, ohrabruje podatak da je većina građana svjesna da se zemlje regiona suočavaju sa istim ili sličnim bezbjednosnim izazovima, te su stoga stava da bi saradnja zemalja regiona pozitivno uticala na efikasnost suočavanja sa bezbjednosnim izazovima kao što su organizovani kriminal i korupcija, terorizam, migrantska kriza i sl.

Ono što nažalost zabrinjava jeste izuzetno mala informisanost građana o regionalnim okvirima obuhvaćenih istraživanjem, te se na osnovu dobijenih odgovora uviđa da su crnogorski građani najviše upoznati sa Regionalnom školom za javnu upravu (ReSPA), čije je sjedište u Crnoj Gori, i koja se takođe u medijima pojavljivala znatno više puta od ostalih inicijativa obuhvaćenih istraživanjem. Dodatni razlog veće informisanosti se može naći i u činjenici da Regionalna škola za javnu upravu kontinuirano organizuje obuke za crnogorske državne službenike, što objašnjava i broj ispitanika koji su kroz posao upoznati sa radom ReSPA-e.

Sa druge strane ispitanici su najmanje upoznati sa Brdo procesom, DCAF-om i Salzburg forumom. Upoređivanja radi, Salzburg forum se u izvještajnom periodu ni jednom nije pojavio u crnogorskim medijima obuhvaćenim istraživanjem, dok je DCAF imao svega deset naslova.

Analizirajući načine na koji su informisani o predmetnim regionalnim okvirima, najveći broj građana informisao se putem medija dok se određeni, manji broj informisao kroz posao koji obavlja. Rijetki su slučajevi u kojima su se po ovim pitanjima građani informisali preko porodice ili prijatelja.

Iako se sveukupnom analizom uviđa da građani uglavnom nijesu informisani o regionalnim inicijativama iz oblasti unutrašnjih poslova u kojima Crna Gora učestvuje, upitani da li bi željeli da su više informisani o pome-

nutim inicijativama, većina ispitanika je dala pozitivan odgovor, odnosno njih 33 je iskazalo želju da se više informišu o radu inicijativa i učešću Crne Gore u regionalnom kontekstu u odnosu na unutrašnje poslove.

Imajući u vidu navedene rezultate istraživanja, ukazuje se potreba za ulaganjem većih napora u podizanju vidljivosti regionalnih aktivnosti iz oblasti unutrašnjih poslova i policijske saradnje, kako bi građani bili u mogućnosti da prepoznaju težnje Crne Gore u očuvanju dobrosusjedskih odnosa i što efikasnijem odgovoru na bezbjednosne izazove u regionu, ali i aspiraciji ka što skorijem pridruživanju evropskoj porodici.

Literatura

Arhiva Represent Communications

Bilten Kancelarije predsjednice Republike Hrvatske broj 3, Zagreb, 2015

Izveštaj Ministarstva unutrašnjih poslova o radu i stanju u upravnim oblastima za 2015. god.

Izveštaj Ministarstva unutrašnjih poslova o radu i stanju u upravnim oblastima za 2016. god.

Izveštaj o radu Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija u 2015. godini

Mehović, S. (2016), "Regionalne inicijative u oblasti unutrašnjih poslova kao podrška procesu integracije Crne Gore u Evropsku Uniju", Podgorica.

www.dcaf.ch/

www.marri-rc.org.mk

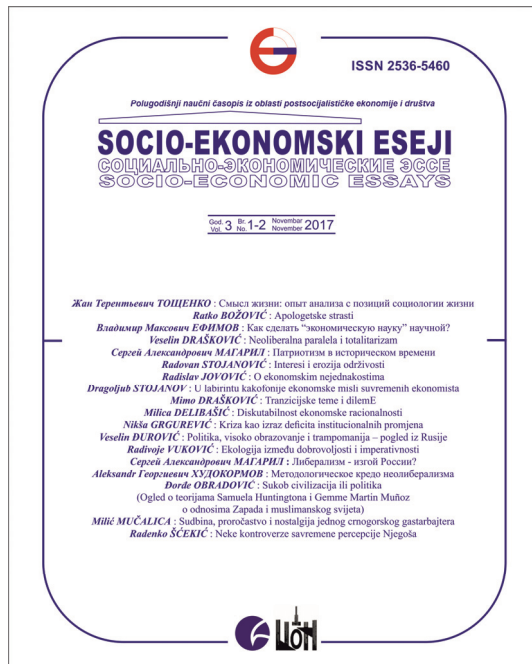
www.mfa.gov.rs

www.respaweb.eu

www.rtvbudva.me

www.uzk.co.me

Prikaz časopisa (Journal Review)



ČASOPIS „SOCIO – EKONOMSKI ESEJI“

„LAISSEZ FAIRE“ OPET JEZDI SA ISTIM JAHAČIMA...

Prvo je bila država koja se miješala u ekonomiju...

*Sada se opet pojavila „nova elita“
sa svojim diktatom i nasiljem...*

Postali smo bogatiji za još jedan časopis (polugodišnji) sa problematikom iz humantitarnih oblasti. Još je ljepše to što „Socio-ekonomski eseji“ bira ju za svoje polje istraživanja globalne teme koje nijesu tako često teorijsko-analitički zastupljene u javnosti, a imaju značajan upliv i vezu sa slobodama i pravima čovjeka i građanina i ukupnom razvoju društava u dobu globalizacije i tranzicije.

Već po autorima iz prvog broja, sve sami autioriteti (ne samo iz Crne Gore), može se naslutiti pravac daljnjih istraga naše savremene stvarnosti.

Ipak, nije teško pogoditi da je najvjerojatniji inspirator i *spiritus movens* projekta - autor eseja „Neoliberalna paralela i totalitarizam“ prof. dr. Veselin Drašković. Siguran sam da je svijestan težine zadatka i teškog bremena koje je primio na svoja pleća; normalno, on zna, kao i mi, da nije sam. Svaki od tekstova u prvome broju podvlači koloritni mozaik, možemo ga zvati: Gdje smo i kuda idemo i važe li već demantirani ideološki modeli razvoja ekonomije i društava u cjelini? Šta nam to poštovani profesor Drašković poručuje i u kojem je pravcu upro prst.

Sljedeća konstatacija iz eseja možda najbolje govori o tome: „Globalizacija je skinula masku s ideološkog samozadovoljstva i infantilne ideje slobodnog tržišta“. I dalje: „propagirana konkurencija i ekonomske slobode su se u praksi suštinski gušile na svakom koraku sve jačim međunarodnim i nacionalnim monopolima i netržišno (privilegovano) osvojenim kompetencijama.“ Esej i njegov autor dalje govore o faktu da su diktat i nasilje države zamijenjeni diktatom i nasiljem „novih preduzetnika“, misli se na bogataše. A u stvari, ostao je isti dominantan i retrogradan zahtjev vremena – bogaćenje po svaku cijenu. Reklo bi se sve teče ništa se ne mijenja. Neko može reći pa znamo to! U cijeloj ovoj tužnoj istini o neoliberalnom totalitarizmu, upravo je ova vrsta ravnodušnosti i neznanja najpogubnija. Kao: znamo mi to ali ništa ne možemo!? E pa ima neko ko može, ali autore edicije Socio- ekonomski eseji ih ne smijemo ostaviti same.

Prelazeći na teren sociologije suočavam se, kako je to mudro podvukao poštovani profesor, da je neoliberalni totalitarizam praćen neoliberalnim nasiljem (političkim, ekonomskim, ideološkim, institucionalnim i td.). Ovo je tako jer totalitarizam ima samo jednu ideologiju – dominacija privilegovanih. Možda zato neki kažu: neoliberalizam jednako neoboljševizam; boljševizam znači način vladanja ili preciznije definiše autor: „ako je komunizam bio vjera, onda je boljševizam bio njegova inkvizicija“. Dobro, kumunizma više nema ali boljševizam kao njegov metod vladanja je vječan!

„Znači, Neoliberalni totalitarizam je (zakonito) praćen neoliberalnim nasiljem... Tim nasiljem se koristi organizovana manjina za netržišno enormno prisvajanje. Pa sada opet recite: i to znamo! Ma ajmo onda natrag u feudalizam ili čak i ranije: bili su otvoreniji, nijesu krili nasilje ... Pošto je to nemoguće, da vidimo šta kaže, šta nudi ovaj esej, gdje je izlaz ? „Izražava se duboka uvjerenost da će argumenti *alternativnog izbora institucionalnog pluralizma* relativizovati neoliberalni apsolutizam. Isto se izražava sigurnost da će argumenti *istorijske analogije* dokazati konačnost svih imperija...“

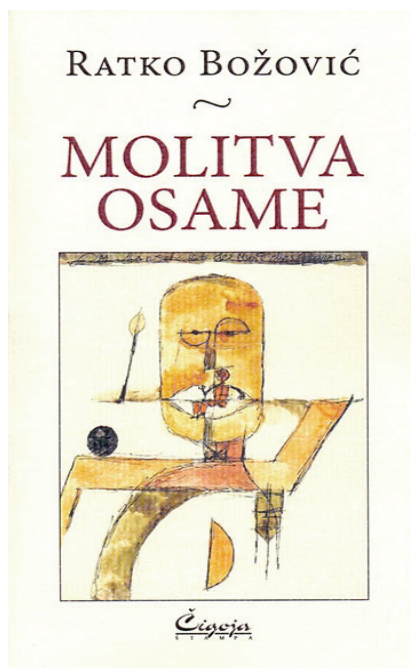
Ove hrabre misli, ocjene, ova analiza neoliberalizma i totalitarizma, dobija snažnu podršku i u drugim, na isti način vrijednim, esejima. Tako se jedan rad, jedan drugi Drašković, bavi pitanjem kako se trodecenijski proces permanentne i patološki deformisane tranzicije, doveo do formiranja i djelovanje tzv. „novih elita“... U njima treba tražiti, kaže taj autor, glavni uzrok svih tranzicijskih problema. Oštrim sociološkim nožem autor zasijeca karakter tih elita. Dugotrajnost njihova, znači nepromjenljivost, jeste ključ toga zla. „Čini se da se mijenjalo sve (parole, simbolika, rituali i koliko - toliko ideologija, ali se nikako nije mijenjala logika i metodologija dugoročnog ostanka na vlasti...“ovo je tako iako nikada nijednoj vlasti sa izbornom pobjedom, narod nije delegirao pravo na širenje patoloških društvenih fenomena: sistemske korupcije, privilegija, birokratske proizvoljnosti i negativne selekcije kadrova. Ali to se (da li i u kojoj mjeri neočekivano?) skoro svuda dogodilo, ocjenjuje svoj sociološki pogled, ovaj autor.“ Nove elite, kaže on, nemaju nikakav interes za jačanje infrastrukturne i institucionalne moći pravne države. Njihova je moć u alternativnim institucijama. Na ovaj način se završava žestoki ali argumenovan esej : „Tranzicijske teme i dileme“.

Svaki od autora čiji su radovi objavljeni u časopisu Socio- ekonomski esej, zaslužuje da bude citiran u svojim poledima i tumačenju fenomena neoliberalizma i totalitarizma. Ali to bi bilo preambiciozno za ovaj pregled stavova. Ipak mora se podvući priroda djelatnosti intelektualaca, što je urađeno u eseju „Apologetske strasti“. Kaže tako profesor Božović: *Intelektualac se nije pripremao niti se pripremio da se umiješa u „stvari koje ga se ne tiču.“ Oni – intelektualci ipak imaju još jednu šansu: U njihovoj poželjnoj (moj komentar) neposlušnosti se ne postavlja samo pitanje slobode i samoodlučivanja, nego i pitanje savjesti moralne kulture. A može im se ukazati da postoji i građanska nepokornost, kao vrsta slobode mišljenja i izražavanja.*

Zato, zbog svega rečenog, svaka čast autorima ove edicije, jer rade najteži posao na svijetu: rade i pišu onako kako misle! Drugo ime za čast i hrabrost.

Janko Nikolovski

Prikaz knjige (Book Review)



RATKO BOŽOVIĆ,

MOLITVA OSAME

Beograd, Čigoja štampa, 2016, s. 456

ISBN: 978-86-531-0266-1

Pred čitaocima je knjiga „Molitva osame“, prof. dr Ratka Božovića! Nastajala je svakog ponedjeljka 1988. god. kao zbirka autorovih komentara na zbivanja u društvu i kulturi na Drugom programu Radio-Beograda. Kratki tekstovi, pisani u formi kolumni, zbog uklapanja u formate revija gde su objavljivani, bili su tada i više nego aktuelni, ali i do dana-današnjeg od aktuelnosti ništa nisu izgubili. Naprotiv, dobili su novu dimenziju jer sadrže autorovu žustru reakciju na neke neprihvatljive pojave u našem savremenom društvu. Širok je dijapazon oblasti o kojima sud i analizu iznosi profesor Božović. Pomenućemo samo neke. Oblast kulture, pre svih, zatim pojam slobode u svim sferama društvenog aktiviteta, politiku, medije, poltroneriju, kritiku, blefira-

nje, majstorstvo, osvetu, vlast, autocenzuru, sećanje, ćutanje, sreću, strah, celetoide...

Proučavajući kulturni i politički individualizam, u čijem je temelju ideja slobode, pri samom pokušaju određenja kulture, autor ističe neposrednu vezu kulture sa slobodom. Prema Ratku Božoviću, za Herdera kao i za Vikoa, pre njega, pored sposobnosti razmišljanja, "čovjek je kreacija sopstvene slobode".¹

Sloboda je trajna ideja vodilja. Nit koja prožima čitav život, stvaralaštvo i javno delovanje Ratka Božovića smatra profesor Slaviša Orlović analizirajući jednu od najvažnijih tema kojima se bavio Božović i podvlači da je po sociologu, kulturologu, politikologu Božoviću sloboda kao "odsustvo prinude", pretpostavka kulture, kao i demokratije. I kada je živio u neslobodnom društvu, u kojem je sloboda bila potiskivana i pritiskana, i kada sanja slobodnije društvo, Božović je borac za slobodu koji ne pristaje i ne posustaje. On slobodu nije doživljavao usko, ideološki, libertarijanski, već najšire, kulturološki i filozofski. Obezbeđujući slobodu za sebe, borio se za slobodu drugih - od slobode misli i stvaralaštva, preko slobode javnog govora, okupljanja i delovanja. To je sadržano, kako u vaspitanju, tako i u obrazovanju, ali i u životnom stavu, zaključuje Orlović.

Profesor Božović, kao čovek iz kulture podržava građansku orijentaciju i evropski politički smer. Ekstremna ponašanja i nacionalizam, po njemu, „uvek mogu da skliznu ka ksenofobiji, da podstiču mržnju i netoleranciju. A na Balkanu se desio politički i društveni zemljotres. Vlast koju prati nasilje, prinuda i teror suštinski je nemoćna i tragična, često komična i groteskna realizacija ljudske destruktivnosti. Vlast je bila i ostala fundamentalni problem čovekovog postojanja“.

U tekstovima ponuđenim javnosti koja želi da zna, još u knjizi „Lavirinti kulture“ Božović je pojašnjavao kakve su namere one vlasti koja želi da "sve dovede u red". Po njemu ona želi da kaže: "sve je pod kontrolom", i za nju je najvažnije "da se ne talasa". A kultura koja ne talasa u opasnosti je da ostane bez prava glasa. Kultura teži promeni, kreaciji, preispitivanju i kritičkoj evaluaciji. Suština vlasti je suprotna. Ona ne teži promeni, već brani status quo. Čak i oni koji su težili promenama, učesćem u vlasti, postaju konzervativni. Iz straha od nepredvidivog i nesagledivog, politika bi sve da isplanira u kulturi, zaboravljajući da se stvaralaštvo, opire planiranju u svakoj konačnoj predvidivosti“.

¹ Ratko Božović, (1988), *Lavirinti kulture*, Beograd: Fakultet političkih nauka, "Čigoja štampa", str. 17 (Prvo izdanje *Lavirinti kulture*, (1984), Beograd: NIRO „Radnička štampa“)

Profesor Božović medijima i novinarskoj profesiji pridaje značajnu pažnju. Ne samo da analizira i ukazuje na trenutno stanje on predviđa i daje javnosti kritički sud. „U državi u kojoj sloboda i istina nisu prisutne, kao zavisne veličine, nema ništa ni od slobodnih medija. Tamo gde nema slobodnog izbora sloboda je osporena u svojim temeljima“, smatra Božović. Kao društvo, po njemu „nismo ostvarili adekvatnu komunikaciju i sa sobom i sa svetom. A ljudsko je pravo da se ostvari komunikacija. Slobodna komunikacija, jer nema slobode u društvu bez slobodnih medija.“

Koliko su mediji na našim prostorima slobodni neka iz autorovog teksta, ali i realnog javnog etra zaključite sami čitaoci?! Ratko Božović u tekstovima podseća na značaj medija i, pogotovo, na dijalog u medijima. „Mediji koji se nisu oslobodili autoritarne kulture udaljeni su od ideala tolerancije, nenasilja, suživota i građanskih prava. Zato racionalan dijalog dobija izuzetno važenje u oživljavanju javne sfere, a posebno u profilisanju političke komunikacije. U toj komunikaciji danas nedostaje jasna i razborita reč, umno mišljenje i iskreno osećanje. Kultivisani, visoko obrazovani i senzibilni novinari, koji znaju da koriste i nova saznanja i nove tehnologije, mogu postati snaga društvenih promena. Stoga je važno da novinari izbegnu vrtlog informativnog ekstremizma, koji prate „zapaljene“ zenice, što je bliže određivalo informativne „proizvođače“ straha i mržnje. Danas nema smisla da novinari navijaju za bilo koju stranku i bilo koju stranu političkog polja, ako ne žele da se slepo podrede pragmatskoj politici i stranačkom interesu.“

Ako stanje u medijima odslikava stanje u društvu, a po Božoviću odslikava, onda zaista nema slobodnog društva bez slobodnih medija. „Politička sloboda pristiže tamo gde počinje saodgovornost građanina, tamo gde je došlo do njegovog političkog učešća. Kao nezaobilazan posrednik, novinar mu pomaže da bolje razume svoje mogućnosti i prepozna svoje želje. To je deo njegovog nastojanja da ne prestanto reaguje i deluje. Njemu ne priliči ni ravnodušnost ni pasivnost. Bez njegove slobode nema ni istine o društvu“.

Kada govori o masovnoj kulturi, Božović ukazuje da masovna kultura „ne ostavlja na miru ni usamljenog pojedinca u skučenosti svoga doma. Zahvaljujući masovnim medijima, ona lako prodiere do ljudske intime. Masovni mediji su jednomerni i napadni. Čak i „Internet“, kao najsavremeniji masovni medij, pri čijem korišćenju je čoveku ostavljena „kakva-takva“ interaktivnost i mogućnost da reaguje putem elektronske pošte, definitivno i trajno se useljava u našu privatnost. Industrija zabave i kulturna industrija u vremenu masovnog društva korisnicima koje pretvara u konzumente, ostvalja „relativno uprošćenu i lažnu sliku sveta“. Elektronski audio-vizuelni mediji, kao vid „nove“ kulture, obasipajući nas gomilom sadržaja, zatrpavaju i za-

pljuskuju obiljem laži u kojima istina ostaje zagubljena. Mi živimo u „postistini“. Umesto informacija, dobijamo komentare, reagovanja interpretacije i tuđe utiske. Na taj način počinjemo da živimo u virtuelnoj relnosti, udaljavajući se od stvarnog života“.

Šta je potrebno da mediji budu slobodni, opet, neka zakluče čitaoci nakon iščitavanja delova knjige profesora Božovića posvećenim kritičkoj, kreativnoj slobodi javnosti. Pa i političkoj kulturi! *„Svako stavljanje bilo kojeg stvaralaštva pod šapu politike, svako njeno instrumentalizovanje, otkriva strukturalni poremećaj u lestvici vrednosti. Sloboda novinara deo je nastojanja da se živi po meri svoje profesije, da novinar bude to što jeste u kreativnoj samopotvrdi i moralnom identitetu. Apatični ljudi tranzicije, koje prati napetost, nemir, nervoza, stres depresija, imaju malo energije koja je neophodna za individualne i društvene promene.“*

Posebno je zanimljiva Božovićeva analiza blefiranja i spinovanja javnosti, medijske manipulacije. Blef pometnja i besramna prevara postaju deo svakodnevnice javnog mnjenja. *„Stvara se slika o stvarnosti koja u realnosti ne postoji.“* A sve zbog toga što je došlo do *„blokade javnosti i kritičkog mišljenja.“*

Božović ističe da je u proteklim godinama *„naša javnost bila dugo dirigovana političkim govorom i pragmatiskim razlozima tako da ste mogli omrći s jednim javnim mnenjem, a osvanuti sa suprotnim. Malo se toga i danas promenilo. Uvežbani mediji uvek su bili spremni da krenu u kampanju, pridajući «novom» političkom «kursu» neprikosnoveno važenje. Bio je to uvek «put» bez alternative. Nisu postojali obziri ni prema istini ni prema stvarnosti. Preko medija se uspostavljao monopol nad istinom. Taj monopol proizvodio je kontrolisano i simulirano javno mnjenje. Tako je javna scena postajala fantomska i virtuelna“.*

Na sebi svojstven način autor kritikuje, kako kaže, *„sredstva masovnog opštenja“,* a posebno žutu štampu gde je, po njemu *»prenaglašeno prisustvo prizemne zabavljačke estrade i aktuelne političke elite, nosilaca najviših javnih ovlašćenja, sa njihovom besprimernom dominacijom i sveprisutnošću. To znači da se i dalje održava »reprezentativna«* a ne kritička javnost. To odavno nije viđeno u toj meri. U udvoričkim medijima ponovo je došlo do viška pragmatiko - političkog i propagandnog posredovanja na štetu životne neposrednosti i istine o stvarnosti. Kad mediji favorizuju zabavljačku i politički poželjnu sliku stvarnosti javno mnjenje se oblikuje kao utilitarna proizvoljnost koja omogućava da se *»čini što se hoće«*. Štaviše, oni proizvode sliku o stvarnosti koja se teško uklapa u čovekovu svakodnevnicu. Sa druge strane javni prostor za istinsku debatu danas jednostavno ne postoji. Zatvoren je! Zato nedostaje jasna ili razborita reč, umno mišljenje i iskreno osećanje. *„Javna debata i kritička javnost doživeli su potpuni debakl. U društvu u kome praznina odzvanja*

ličnom i neograničenom vlašću, bezakonjem i demagogijom, teško je poverovati da intelektualci od integriteta mogu na bilo koji način uticati na aktuelne političke procese, utoliko pre što relevantne institucije ili ne postoje ili nisu autonomne. Politika je doživela estradizaciju, pa je kao politička estrada i postala najbliža estradi - kič zabave i razonode. Ove dve estrade bliske su po simulaciji i praktikovanju primitivizma i najnižeg ukusa... Javno mnjenje je daleko i od pouzdanih saznanja i od kritičkog mišljenja. U ovom trenutku, vlast je bezmalo zagospodarila svim medijima za masovno opštenje jer se pomoću njih bezbedno vlada ».

Ratko Božović govori o našoj političkoj zajednici, sa stanovišta ostvarivanja demokratske debate, kada zna(mo) da smo zaista daleko od demokratije kao utemeljene i nesporne vrednosti, racionalnog i trezvenog političkog govora. Smatra da *“odavno ostvorena namera autokratske vlasti da zagospodari sredstvima za masovno opštenje postala je i danas nezaobilazna pretpostavka političke dominacije. Ponovo je poželjno da podanici veruju, umesto da znaju. Nekad strogo kontrolisane informacije, kao pseudoinformacije, koje su nastojale da politiku drastičnog poraza imenuju i obrazlože kao uspešnu i nespornu politiku i danas deluju kao neistrošena matrica. Ovakva necivilizacijska “strategija” uskratila je pravo građaninu na tačnu informaciju, čime je dovedena u pitanje i sloboda mnjenja i mogućnosti vođenja javne debate. A bez javne debate nema ni strukturalnih promena ni demokratije”*.

Ovde treba podsetiti i na autorovo pitanje koje stalno aktuelizuje u tekstovima. Šta se zbiva sa našim građaninom? Ima li ga uopšte? Pitanje dr Božovića otvara čitav niz (ne)skrivenih problema. Korupcija, nepotizam, slabušni zakoni...U tekstu „Umorni ili umoreni“ smatra da je *„srpska intelektualna elita u košmaru, umrtvljena“*. Šta je dovelo do toga stanja? Božović smatra da su se glavna posrtanja intelektualnih elita dogodila u periodu komunističkog monizma. Naime, tada su intelektualci prestajali da služe svemoćnoj partiji. Raspadom zajedničke države, intelektualci „od imena“ i „formata“ postaju mentori političarima i na istoj su strani jer su „dorekli zajedničku misao“ a opet izgubili osećanje mere, pravičnosti i svesti o odgovornosti. Kada se radi o srednjem sloju, autor smatra da se „survao u bezdan siromaštva“, a bez njegovog snažnog uspravljanja zagarantovana je stagnacija, pa i represija društva. Novokomponovana elita koju je iznedrio politički status a ne intelektualne vrednosti deluje i danas blago je reći smešno.

„Političari i intelektualci našli su se na istoj strani, u istom kolu, ali bez osećanja mere, pravičnosti i svesti o odgovornosti. Intelektualci, i kad nisu nagovarali da se prihvati rat kao politička „opcija“ i kad nisu bili plen lažnog patriotizma, nisu činili ni ono što su mogli - nisu odvrćali od ratnog bezumlja. Uz ideju da je “rat rađanje”,

oni su postali saučesnici u zločinjenju. Zato su oni i danas u najvećoj meri daleko od promene mišljenja i uspostavljanja vrednosti civilnog društva. U svojoj neodređenosti i komforističkoj lagodnosti nesprenii su da se kritički obračunaju sa nacionalističkim ekstremizmom i istorijom najvećeg mogućeg posrnuća. Tu se skriva trajnost njihovih vrednosnih zabluda i gluvilo savesti. Takozvani elitizam novokomponovanih intelektualaca deluje i humorno i karikaturalno. Mnogi od njih su se domogli visokostatusnih diploma, sumnjivih doktorata i važnih društvenih položaja. Što je najgore, ovu „elitu“ određuje ponajviše politički status, a ne intelektualne i tvoračke vrednosti. Stoga nije neobično što i sada novu kvazielitu čine brzopotezni bogataši, vrh partijskih nomenklatura i novokomponovana estrada. Neprestana stranačka uvezanost intelektualnih zavisnika od politike i intelektualna autonomija ne idu zajedno. Zavisnici od pragmat-ske politike sledili su put od ideološke podobnosti, demagoškog populizma i lakomislene estrade. U veseloj estradi gube se svojstva izuzetnosti kao i stvaralački autoritet“.

Analizirajući izneto u tekstovima profesora Ratka Božovića nametnuo mi se zaključak da je i sam shvatio da je bolje reći manje nego suviše i da je „bolje da se govorom vrati ćutanju!“

Božović kazuje: „Kad sam shvatio da smo na našoj bučnoj političkoj sceni zaboravili toliko isticanu misao da je bolje reći manje nego suviše, već je bilo kasno da prihvatimo ćutanje umesto brbljanja. A brbljali smo mnogo. Mnogo sam i sam brbljao. Rečeno je više nego što je bilo neophodno, više nego što mudrost nalaže. Šta sam prepoznao u ćutanju? Proo, ćutanje vidim kao stil čovekovog postojanja, kao deo stila njegovog življenja. Ono je odgovor na sveopšte brbljanje i jezičku entropiju. Protivstav je upotrebi govora kao maske koja skriva stvarnost umesto da je otkriva. Takvo opredeljenje pripada isključivo ličnosti koja ima vlastiti stav o svemu što se u njemu i oko njega događa. Kad je to tako, ćutanje je govor unutrašnjeg bića i vid osamljivanja svesti i molitva osame. Ako je, a jeste, ćutanje neporočna mana, ona je istovremeno pustolovina volje i nadmoć smirenosti. Štaviše, ono je i diskretno pozorište i svrgnuta maska istine. U svojoj rafiniranosti, ćutanje može postati i melanholija tajne i šapat tišine. Njena delotvornost iskazuje se kao nužna odbrana i prethodnica delanja. U svakom slučaju, nema ništa stvarnije u ljudskoj komunikaciji od ćutanja. Postajući unutrašnji smer ličnosti, ćutanje može da prikuplja čudljivu spontanost, govor intuicije, mucanje misli, mističnu dubinu i čudesa duha. U ćutanju bi se moglo najlakše saznati kako se pročišćava nakazno rečeno i kako se brani dostojanstvo nerečenog. Ono i kao privrženost rečima pretvara se u tajnu govornog bića. Postaje očigledno kako čovek u ćutanju postaje najbliži sebi i svom svetu, svetu svoje slobode. A to što skriva svoje untrašnje svetove, u stvari, pomaže mu da spasi sebe i postojeći svet. Kontrolisano od svog unutrašnjeg oka i aktivne tišine, ćutanje brani čovekov unutrašnji svet i

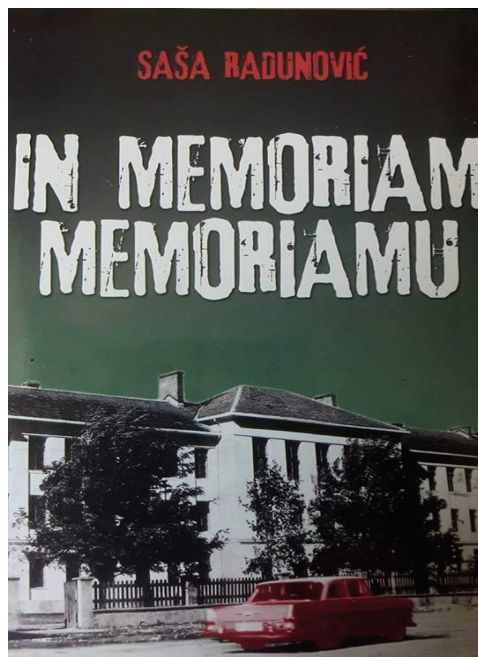
traži Arijadninu nit za izlazak iz belosvetkog lavirinta. Ćutanje je najčudesniji pogled na svet, preduslov čovekovog tajnovitog trajanja i kreativne osame”.

Zato postavlja pitanje: Šta ima više smisla – gluvonemom kazivati priču ili se opredeliti za ćutanje u kome imamo, ako ništa drugo, to da na taj način ne dolazi do izneveravanja sebe i svog sveta? Ćutanje u andrićevskom razumevanju opreznosti ne znači da je prihvatljivo jer je takvo ćutanje njegova najgora varijanta. Ona je daleko od situacije u kojoj je čovek koji je začutao fantastično biće. Knjigu „Molitva osame“ autor ovih redova dobio je na poklon. A „najbitniji su pokloni koji su najbliži biću koje se dariva i koji se uklapaju u njegovu lestvicu vrednosti, u njegovu sliku o sebi“, smatra profesor Božović. Knjiga „Molitva osame“ idealan je poklon kao znak „ljudske pažnje istinitim gestom poštovanja, činom uvažavanja jer je u takvom darivanju sadržano i etičko i estetsko načelo, čin morala i nadmoć lepote“.

Inače, knjiga „Molitva osame“ još jednom je potvrdila Božovićev talentat, i sposobnost da prepozna ono što je važno, što je opasno, kao i ono što je vredno pohvale. U potpunosti se slažem sa profesorom Orlovićem koji primećuje da Božović “zapaža detalje koji su indikativni, razume pojave, fenomene i trendove, koji ostavljaju traga. Božović nije ćutao kada je bilo najvažnije da se progovori. On traži smisao u svemu, nastoji da misli, promisli i osmisli svu našu besmislenost”. „Molitva osame“ prof. dr Ratka Božovića, preporučuje se kao korisna literatura studentima fakulteta društvenih i humanističkih nauka kao i onima koji žele da budu i ostanu slobodoumni kritički misleći ljudi.

dr Mirko Jakovljević

Prikaz knjige (Book Review)



SAŠA RADUNOVIĆ,
IN MEMOIRAM MEMOIRAMU,
Bijelo Polje, Pegaz, 2011, s. 209
ISBN: 978-86-7792-268-9

Knjiga, već afirmisanog publiciste, društvenog djelatnika, sportiste i pokretača vodećeg informativnog internet portala na Sjeveru Crne Gore: espona.me, Saše Radunovića „In memoiram memoiramu“, zaslužuje poseban osvrt. Kako je istaknuto, ovo djelo predstavlja i neobičnu priču o ljubavi prema jednom gradu, Beranama (Ivangradu) kojeg više nema ili se nazire u rijetkim ostacima složene savremene zbilje. Predstavlja razgovor i kritiku autora i glavnog junaka sa gradom i sredinom u nestajanju, u promjenama pod teretom krize i globalizacije. Ovaj roman predstavlja zanimljivo svjedočenje jedne turbulentne epohe tranzicije, političkih previranja, sumorne ekonomske svakodnevice, promjene društvenih vrijednosti, moralnog i etičkog posrnuća pod teretom krize. Sa stranice na stranicu, ovog zanimljivog djela, uočava se revolt

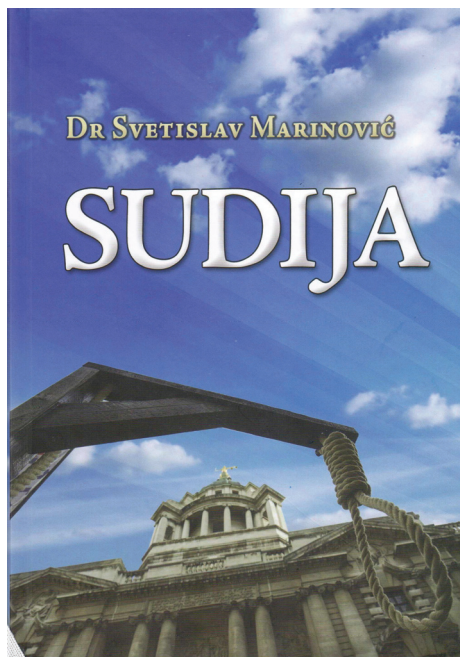
i gorčina, rušenje iluzija u sudaru sa sumornom realnošću, političkim lomovima, ljudskim posrnućima i prijateljskim razočarenjima. Kroz djelo je protkana i emotivna priča, davne, ali ne i presahle prave i istinske ljubavne romanse, koja ide ka tragičnom kraju.

Autor je analitički, vrijednosno neutralno i objektivno prikazao političke i ekonomske prilike jednoga grada i sredine u vremenu krize, masovnom iseljavanju u cilju egzistencije. Faktografski je ukazano na bitnija politička dešavanja koja su umala implikacije na društvene odnose jedne sredine, remećenje dotadašnjih prijateljskih i rodbinskih veza pod uticajem politike i ekonomske tranzicije. Pisan iskreno, iz srca, ovo djelo predstavlja primjer, uspješnog spoja: faktografije, ljubavne romanse, pozitivnog lokal-patriotizma i istinske brige i ljubavi prema svome gradu. Ali i odlične psihološke konstrukcije junaka ovih priča.

Roman, i pored svoga distopičnog karaktera koji provjejava kroz sumorna dešavanja i razočarenja u pad etičkih standarda i moralnih skrupula – ipak nosi jednu jasnu i ohrabrujuću poruku. Da treba ostati i biti čovjek, što je najteže u tokom ovih poslednjih decenija. Ali jeste moguće i izvodljivo, uz niz ličnih žrtvovanja i poraza, neshvaćenosti sredine i *borbe sa vjetrenjačama*. Stoga, ovo zanimljivo djelo, preporučujemo široj čitalačkoj publici, kao lijep primjer spoja nekoliko književnih žanrova, pisanog srcem.

dr Radenko Šćekić

Prikaz knjige (Book Review)



SVETISLAV MARINOVIĆ,
SUDIJA
Podgorica, Justicija, 2016, s. 458
ISBN: 978-9940-9254-4-4

PRAVO KAO ŽIVOTNI POZIV, LJUBAV I SUDBINA

Pravda je kraljica vrlina.
(Latinska)

Ovih dana je, posthumno, iz štampe, u izdanju "Justicije" izašla knjiga "Sudija" dr Svetislava Marinovića, advokata, svestranog pravnog pisca, istoričara, publiciste i literate, prevashodno briljantnog stiliste, posvećena njegovom kolegi i prijatelju Marku Dakiću, vrsnom pravniku- sudiji i advokatu. U stvari, riječ je o svojevrsnom portretu, sačinjenom skoro rembrantovski, s nesumnjivim darom pisca i umijećem naučnika i praktičara, na jednom od autorovih "*časova anatomije*", na kojima osim demonstriranja ogromnog znanja i

vještine dominantnu ulogu ima, umjesto skalpela, njegova prodorna, skoro laserska intuicija. U galeriji njegovih portreta sudija i advokata portret Marka Dakića ima istaknuto mjesto. Istina, knjiga ima i znatno šire, univerzalnije značenje kao priča o pravosuđu uopšte, pravu i pravdi.

To je knjiga sudije o sudiji, advokata o advokatu, kolege o kolegi, izuzetna ne samo po ideji, originalnosti i sadržaju, imanentnoj koherentnosti i strukturi, nego i po nekoj prećutnoj ontološkoj vedrini, bez obzira na svu težinu krivičnih djela i užasnih zločina koje je glavni junak Marko Dakić kroz presude sankcionisao a kroz odbrane morao da olakšava počinocu, u ime zemaljske pravde, svoje i neke više savjesti.

Recenzenti su prof.dr Boro Čejović i advokat Nikola Medojević. Prvi dio monografije je istorijskog karaktera, drugi pravnog, posvećen Marku Dakiću sudiji a treći Marku Dakiću, advokatu. Posebnu vrijednost knjizi daju materijali sa sudskih procesa i intervjuui autora sa M. Dakićem.

Marko Dakić je prolazio ne samo kroz burne decenije nego i kroz mnoga iskušenja, ali nije posrnuo pred brojnim izazovima, ni pred opštim raspadom, niti je "potpisao dušu" Đavolu. To je lucidno primijetio Sveto Marinović, u ovoj knjizi njemu posvećenju: "On je imao sreću, ako tako može da se kaže, da sa visoke pravosudne funkcije pređe u advokatski red. Uz to nije anonimus. Zapravo, javnost ga je smatrala vunderkidom i istinskim znalцем profesije, jer se prethodno iskazao kao sudija". I zaista, taj raniji ugled i kapital su mu pomogli da se snađe, da sačuva povjerenje i vjeru drugih u njega a on u sebe, da se nanovo samosazdava. Sačuvao je svoj lični i profesionalni integritet- izuzetnu reputaciju.

Pisac knjige "Sudija" je od samog početka bio u vrlo delikatnoj poziciji. Izuzetno je teško, što se bezbroj puta i potvrdilo a potvrđuje i danas, sačiniti biografiju svojih savremenika, čak i poznatijih ličnosti. Mnogi nekad poznati ljudi vremenom padaju u zaborav. Glavni junak ove knjige ne treba od toga da strepi. Potvrdio se svojim radom, karakterom, znanjem i djelom. Pa ipak, kad dođe stani-pani, a ljudsko pamćenje je kratko, nije se neumjesno i neuviđavno upitati: pa ko je taj čovjek i koliko mi o njemu znamo, čak i nakon pročitane knjige "Sudija"?

Marko Milijin Dakić spada među istaknutije Pipere svoga doba i među najpoznatije crnogorske sudije s kraja 20.i advokate s početka 21.vijeka.

Dokazao se kao borac za pravdu i istinu- piperski Sula Radov, crnogorski Papinijan u svom vremenu. Kao sudija čuvao je ne samo svoju čast nego i dostojanstvo pravde i profesije, uz visoka moralna načela. Među broj-

nim crnogorskim sudijama i advokatima Marko Dakić ima svoje mjesto, zaslužen suđenjem i karakterom. Na žalost, mnoge crnogorske sudije i advokati su skoro već zaboravljeni. Nema ih ni u leksikonu našeg pamćenja. Dok je bio na visokom položaju Marko Dakić je nastojao da se takva knjiga i stvarno sačini. Nažalost, danas kao da je nastupila korozija pamćenja. Čak se ni o poznatima ne mogu složiti ni nekolika bio-bibliografska retka. Neki su naknadno ostali "ljudi bez biografije".

Kao sudija, Marko se pamti po svojim presudama. Od mača pravde koju je izricao strepjeli su ne samo počinioči krivičnih djela i teških zločina nego i svi učesnici sudskog procesa, ali ne i od njegove etike, humanosti i savjesti. Kao sudija on je bio izuzetno odgovoran i principijelan, oslonjen na kult pravde i ideal čovjeka. Kao advokat potvrdio se svojim odbranama i besjedničkim darom, izuzetnom profesionalnošću, znanjem i autoritetom. U zaklonu sudbine, odmotava se i osma decenija njegovog života sa nevidljivog kosmičkog vretena. Autor knjige "Sudija" dr Svetislav Marinović je osjetio veličinu i značaj Marka Dakića kao sudije, advokata i čovjeka i vrlo uspješno sačinio njegov cjeloviti i izoštrjeni portret. Marko je, zaista, po mnogo čemu zanimljiva i značajna ličnost- piperska i crnogorska. Spada među hrabrije jugoslovenske sudije socijalističkog perioda. Pokazao se i dokazao i na sudskom "megdanu" i na advokatskom "divanu". Kako u službi tako i u životu. Na Pravnom fakultetu u Splitu Marko je bio odličan student. Posebno je volio predmet Rimsko pravo. Predavao mu je prof.dr Mladen Foretić, a učilo se po knjizi prof.dr Marjana Horvata. Na svakoj stranici knjige polovina teksta je bila na latinskom jeziku. I dan-danas Marko zna ključne institute krivičnog i građanskog prava na latinskom jeziku. Profesor Foretić je bio oduševljen njegovim odgovorima i znanjem na ispitu. Upravo zbog Rimskog prava zavolio je pravo uopšte.

Diplomirani pravnik Marko Dakić se vratio u Crnu Goru i zaposlio se 1. aprila 1967.godine u organima uprave Skupštine opštine Titograd. Za sudiju Opštinskog suda u Titogradu je izabran 3. januara 1976.godine. Na toj dužnosti je ostao do 21.jula 1982.godine. Zatim je izabran za sudiju Okružnog suda u Titogradu i tu dužnost je obavljao od 21.jula 1982. do 24. novembra 1999. godine. U Okružnom sudu je radio punih jedanaest godina na predmetima prvostepene krivično-pravne materije. Zbog izuzetnog rada i ugleda 1995. je izabran za predsjednika Okružnog suda u Podgorici.

Nesumnjivo, Marko Dakić spada među znamenitije pravnike svoga doba, koji su ostavili ne samo trag nego i pečat u crnogorskom pravosuđu. On je na dužnosti sudije odnosno predsjednika Okružnog suda u Titogradu ostao

do novembra 1999.godine. Od 2000.godine obavlja advokatske poslove, sve do današnjeg dana na "vječitoj odbrani". I kao advokat izuzetno je poštovan i tražen. Međutim, njegova advokatska kancelarija je ne samo prava adresa za one kojima je potrebna pomoć pravobranioca, nego i institucija duha za drugove i prijatelje. Kao što je ranije spadao među najbolje crnogorske sudije, posebno krivičare, tako se i danas ubraja među najcjenjenije advokate u Crnoj Gori.

Marko Dakić se, ističe autor knjige "Sudija", i u životu i u profesiji, pored pravnčkog znanja, obrazovanja i ličnog iskustva, oslanjao i na crnogorski moralni kodeks, duhovnu i pravnu tradiciju, običajno pravo, narodno predanje, anegdote, poslovice, izreke i, posebno, na Njegoševo djelo, naročito na "Gorski vijenac". Marko Dakić je čovjek svoga vremena, sudija i advokat također. U svim tim ulogama nastojao je da bude dosljedan, na profesionalnoj i moralnoj visini koja je za poštovanje. Uvažavali su ga i uvažavaju ne samo prijatelji i istomišljenici nego i neistomišljenici i protivnici. Dugogodišnje bavljenje jednom profesijom ostavlja posljedice, ponekad prerasta u profesionalnu deformaciju. Međutim, on se tome uporno i svjesno opirao, sačuvao mentalnu visinu i moralnu čistotu, bez obzira na kal, žabokrečinu i brojna iskušenja kroz koje čovjek u toku života i dugogodišnjeg rada neminovno mora da prođe. Ova knjiga dr Sveta Marinovića o njemu to upečatljivo potvrđuje.

Marijan Mašo Miljić

Διάλογος

Nagrada **Dialogos** ustanovljena je 2013. godine od strane međunarodnog naučnog časopisa "Medijski dijalozi", u cilju promocije, podrške i razvoja teorije medija, medijske kulture i medijske pismenosti. Takođe, cilj je da se u Crnoj Gori i regionu podstakne i unaprijedi naučno-istraživačka djelatnost uopšte i nauka o i u medijima posebno.

Nagrada **Dijalogos** dodjeljuje se autoru ili grupi autora za najbolju knjigu u regionu u oblasti istraživanja kulture i teorije medija i predstavlja prvu nagradu ove vrste na prostorima jugoistočne Evrope.

Uslovima konkursa je precizirano da se nagrada **Dijalogos** sastoji od Plakete i novčanog iznosa.

Konkurs za nagradu **Dialogos**, za najbolju knjigu iz oblasti teorije i kulture medija u regionu u 2016. godini raspisan je 01. novembra 2016. godine i bio je otvoren do 31. aprila 2017. godine. Na predmetni konkurs prijavljeno je pet kvalitetnih publikacija i to:

1. **Nelagode s medijima**, Autor: Fahira Fejzić Čengić,
2. **Informisanje internetske generacije**, Autor: Zarfa Hrnjić Kuduzović
3. **Medij jezika**, Autor: Sead Alić
4. **Tabloidiziranje stvarnosti- metamorfoza dnevnih novena**, Autori: Najil Kurtić, Vedada Baraković, Zarfa Hrnjić Kuduzović, Ivana Ferko-
vić Pašić, Danijela Lukić, Zahrudin Isaković, Semina Ajvaz i Samira
Demirović
5. **Odnosi s javnostima**, Autor: Najil Kurtić

O izboru najbolje knjige odlučivao je tročlani međunarodni žiri sastavljen od respektabilnih stručnjaka iz regiona koji je ove godine radio u sastavu:

1. **Prof. dr Ratko Božović**, predsjednik žirija (Srbija) – redovni profesor, sociolog kulture, predavač na više univerziteta u zemlji i inostranstvu, dugogodišnji šef Katedre za novinarstvo i političku sociologiju na Fakultetu političkih nauka u Beogradu, autor preko 30 knjiga, 300 naučnih radova i više od 15 naučnih projekata, prošlo-

godišnji dobitnik nagrade „Dialogos“ za knjigu „Paradoksi medijske slobode“

2. **Prof. dr Aneta Spaić** (Crna Gora) - Profesorica na Pravnom fakultetu i Fakultetu političkih nauka Univerziteta Crne Gore, gdje, između ostalih, predaje predmet Medijsko pravo, autorka više naučnih radova u domaćim i međunarodnim časopisima i učesnica značajnog broja domaćih i međunarodnih naučnih skupova
3. **Nj.E. Đorđe Latinović** (Bosna i Hercegovina) – Ambasador Bosne i Hercegovine u Crnoj Gori, publicista i satiričar, autor značajnog broja humoreski, epigrama, djela satirične poezije i aforizama, kao i više književno-teo-rijskih tekstova, eseja, prikaza knjiga i putopisa.

Nakon nezavisnog bodovanja članova žirija, Programski odbor nagrade “Dialogos 2016”, na čelu sa ovogodišnjim predsjednikom, g-dinom Jankom Nikolovskim iz Makedonije, konstatovao je da je za najbolju knjigu iz oblasti teorije i kulture medija u 2016. godini, jednoglasno izabrana knjiga “**Medij jezika**”, autora **prof. dr Seada Alića**.

OBRAZLOŽENJE ŽIRIJA POVODOM DODJELE NAGRADE
DIALOGOS 2016,
PROF. DR SEADU ALIĆU,
ZA KNJIGU „MEDIJ JEZIKA – FILOZOFIJA RAZUMIJEVANJA“



Prof. dr Sead Alić je vanredni profesor i načelnik studija Novinarstva na Sveučilištu Sjever u Koprivnici. Doktor je književnosti i doktor filozofije. Osnivač je i voditelj Centra za filozofiju medija u Zagrebu, voditelj Sekcije za filozofiju medija Hrvatskog filozofskog društva, osnivač i glavni urednik časopisa *In medias res* i suorganizator simpozijuma Filozofija medija. Kao urednik i voditelj radio je na HRT-u i drugim televizijama u Hrvatskoj.

Autor je knjiga: *„Rođenje trageditije iz duha novokomponirane glazbe“*, *„Mediji, od zavođenja do manipuliranja“*, *„McLuhana, najava filozofije medija“*, *„Rječnik epohe“*, *„Masmediji, zatvor bez zidova“*, *„Masmedijski fundamentalizam“* i *„Medij jezika – filozofija razumijevanja“*.

Takođe, autor je značajnog broja naučnih i stručnih radova u prestižnim međunarodnim časopisima i učesnik velikog broja međunarodnih naučnih konferencija. Član je Redakcije međunarodnog naučnog časopisa *Medijski dijalozi*.

Knjiga Seada Alića *„Medij jezika – filozofija razumijevanja“*, po svojoj strukturi, metodi i načinom naučno – kritičke percepcije je izuzetan doprinos razumijevanju, tumačenju i prijemnom novonastalih fenomena medijske kulture, i medija uopšte.

Filozofska pregranatna shodno svom naslovu, knjiga provocira i aktualizira pojam *razumijevanja*. U osnovi razumijevanja i njegovog filozofskog

ishodišta kao tragalačke kulture, pretpostaviće se tumačenje narasle multimedijalne i znakovnosti i slikovnosti.

Razumijevanje kao filozofija medija i tačka konvergencije gnoseologije, etike, estetike, logike i aksiologije je Alićeva naučna postavka, koja u opozitu realnog i nadrealnog, stvarnog i virtuelnog, racionalnog i iracionalnog, dešifruje medijske fenomene i njihov uticaj na naše živote i istine, jer ni medijske istine, nema bez filozofije razumijevanja. Posledično i smisla, kao racionalne tvorevine nema bez postavke pitanja: „Šta su danas mediji, čemu i kome služe; javnosti ili korporativnom interesu? Tumače li mediji stvarnost ili kreiraju parastvarnost? Promišljanje svijeta, promišljanja medijskog svijeta u kome ćemo naći čovjeka, knjiga sugerije, u svom izvoru i svom prapočetku nema bez filozofije razumijevanja.

Zato je Alićeva knjiga, i vodič, i tumač, i analiza i sinteza, kritika i nauka, konstrukcija i dekonstrukcija – svijeta medija linearnih i nelinearnih, tradicionalnih i netradicionalnih, svijeta novomedija i novoznačenja Alićeva knjiga je knjiga znanja nastala iz bogatog filozofskog opusa stvaraoca koji utemeljeno, kontinuirano svijet i njegovu pojmovnost tretira u duhu misaonih shema i dilema vječne upitanosti i vječne otvorenosti. Otuda je između ostalog, ovo i knjiga otvorenosti pitanja „Čemu još mediji?“ Ovo je knjiga agore koja traži kritičko promišljanje, sučeljavanje – koje u sveukupnom mnoštvu fenomena, pitanja i kontradikcije. „Čemu još mediji“ pita i „Čemu još čovjek“, ako on ne misli i ne pita.

Žiri jednoglasan u odluci da je riječ o knjizi izuzetnog filozofskog, humanističkog, kulturološkog nazora, konstatuje njenu vrijednost za akademsku zajednicu, za čovjeka, građane, za kritičko- naučne opservatorije misli i duha koji ne pristaje na gotova rješenja i spektakle medija 21.vijeka.

U konačnom, razumijevanje jezika medija živućeg doba, nema, bez Medija jezika – i filozofije razumijevanja Seada Alića. U suprotnom, otežaće se, usporiće se razumijevanje koja nam se u svijetlu medija nameće kao nova nužnost i dužnost, kao ontološki i civilizacijski imperativ.

Sa iskrenim čestitkama i željom za nova Alićeva djela i potrebna nam nova naučna razumijevanja duha, misli i cilja medijske kulture 21. vijeka, još jednom čestitke u ime žirija autoru i izdavaču „Medijskoj kulturi“ iz Nikšića.

Prof. dr Ratko Božović, predsjednik žirija
Prof. dr Aneta Spaić, članica žirija
N.J.E. Đorđe Latinović, član žirija

Međunarodni naučni časopis *Medijski dijalozi*

objavljuje

K O N K U R S

**za najbolju knjigu u oblasti medija u 2017. godini
(„DIALOGOS“ 2017)**

Nagrada **Dialogos** ustanovljava se u cilju promocije, podrške, razvoja teorije medija, medijske kulture i medijske pismenosti.

Uslovi konkursa:

- Nagrada „Dijalogos“ dodjeljuje se (autoru ili grupi autora) za najbolju knjigu u regionu (države bivše Jugoslavije) u oblasti istraživanja kulture i teorije medija koja je objavljena u 2017. godini;
- Uz četiri (4) primjerka knjige dostaviti i podatke o autoru/autorima (kratka biografija, poštanska i/ili e-mail adresa, broj telefona).

Razmatranje dostavljenih radova kao i izbor najboljeg rada obaviće stručni tročlani međunarodni žiri, kojeg će imenovati uredništvo međunarodnog naučnog časopisa *Medijski dijalozi*, u roku od 15 dana od dana zaključenja konkursa.

Žiri iz svog sastava bira predsjednika žirija.

Rezultati konkursa sa propratnim obrazloženjem biće objavljeni na sajtu časopisa *Medijski dijalozi* i u medijima.

Nagrada „Dijalogos“ se sastoji od Plakete i novčanog iznosa .

Svečano uručenje nagrade obaviće se u Podgorici.

Konkursni rad sa potrebnom dokumentacijom podnose se u **četiri primjerka** neposredno ili poštom na adresu: **ul Studentska bb. L8-16, 81000 Podgorica sa naznakom Konkurs za nagradu DIALOGOS 2017.** najkasnije do 31.04.2018. godine.

Pristigli radovi na konkurs se ne vraćaju.

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.