

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

Godina XI
Broj 31
Podgorica
Maj 2018.
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), Boguslawa 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), 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), Mirza Mahmutović (BiH), Goran Bulatović (Srbija), Ljiljana Bulatović (Srbija)

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: IVPE

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 GORAN BULATOVIĆ (Srbija), dr LIJANA BULATOVIĆ (Srbija) : Multikulturalnost i interkulturalnost u medijskom javnom servisu Vojvodine <i>Multiculturalism and Interculturalism in the Media Public Service of Vojvodina</i>	07
dr MERI MARETIĆ (Hrvatska), dr JOSIPA CAKTAŠ (Hrvatska), mr ZVONIMIR MIMICA (Hrvatska) : Kulturno djelovanje nacionalnih manjina na lokalnoj razini <i>Cultural Activities of National Minorities at Local Level</i>	31
dr MIHAJLO MANIĆ (Srbija), dr DEJAN LABOVIĆ (Srbija) : Predstavljanje manjina i promovisanje različitosti u medijima: Identifikovanje i rešavanje novog socijalnog problema <i>Presentation of Minorities and Diversity Promotion in the Media: Identifying and Solving a New Social Problem</i>	45
dr STANIMIR ĐUKIĆ (Srbija) : Efekti privatizacije u Srbiji i informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina <i>Effects of Privatization in Serbia and Information by Media in Languages of National Minorities</i>	63
dr SRĐAN VUKADINOVIĆ (Crna Gora) : Mediji i nacionalne manjine u crnogorskom društvu <i>Media and National Minorities in Montenegro Society</i>	83
mr RADOMIR ĐURĐIĆ (Crna Gora) : Manjine i obrasci medijske proizvodnje svijeta <i>Minorities and Forms of Media Production in the World</i>	101
dr TATJANA VULIĆ (Srbija) : Svetski dan Roma na marginama srpske štampe <i>International Romani Day in the Margins of Serbian Press</i>	119
dr ANA ĐURKOVIĆ (Srbija) : Manjine i manjinske grupe na javnom servisu <i>Minorities and Minority Groups on the Public Service</i>	131
dr VOJISLAV TODOROVIĆ (Srbija), dr SLOBODAN VULETIĆ (Srbija), MA ĐORĐE ŽIVANOVIĆ (Srbija) : Mediji i crnogorska nacionalna manjina u Srbiji <i>Media and Montenegrin National Minority in Serbia</i>	147

MA SANJIN HANDŽAR (BiH), MA AMNA MEHMEDOVIĆ (BiH), dr SEMINA AJVAZ (BiH) (Multi)kulturalizam i segregativno izvještavanje bosanskohercegovačkih medija <i>(Multi)Culturalism and Segregational Reporting in the Media in Bosnia and Herzegovina</i>	159
dr DOBRIVOJE STANOJEVIĆ (Srbija), dr MIRKO JAKOVLJEVIĆ (Crna Gora): Retoričko i afektivno u tv spotu o inkluziji roma <i>The Rhetoric and Affective in the TV Video on Roma Inclusion</i>	171
dr RADENKO ŠČEKIĆ (Crna Gora) : Geopolitika i ljudska prava – upotreba i medijska konstrukcija <i>Geopolitics and Human Rights - Use and Media Construction</i>	179
MA MAJA KOSTADINOVIĆ (Srbija) : "Mi" i "oni" u reportersko-putopisnim zapisima Grigorija Božovića <i>"We" and "they" in Journalistic Travel Records of Grigorije Bozovic</i>	189
dr ALEKSANDRA BRAKUS (Srbija) : Mediji i manjine – pravo na različitost <i>Media and Minorities - the Right to be Different</i>	201
dr ZORAN KOPRIVICA (Crna Gora) : Mediji i manjine – moralni aspekt, studija slučaja: Nikolićev dokumentarni film „Graditelj“ <i>Media and Minorities - the Moral Aspect, Case Study: Nikolic's Documentary „the Builder“</i>	211
dr DAMIR KUKIĆ (BiH), dr IVANA SIVRIĆ (BiH), FRANJO TAKAČ (BiH) : Tragovi cenzure u informacijskom društvu <i>Censory Traves in the Information Society</i>	217
dr MIROSLAV DODEROVIĆ (Crna Gora), dr MARIJAN PREMOVIĆ (Crna Gora) : Geneza jermensko – turskog sukoba u posljednjih 120 godina <i>The Genesis of the Armenian – Turkish Conflict in the Last 120 Years</i>	235
BEATA ZATWARNICKA-MADURA (Poljska) : <i>Media Functions in Marketing Communication</i> Uloge medija u marketing komunikaciji	251

JOANNA WIAŻEWICZ (Poljska) : <i>Internal Place Marketing in the Age of Social Media – Challenges for Polish Medium-Sized Cities</i> Interni marketing u vremenu društvenih medija - izazovi za poljske gradove srednje veličine	263
Prikazi	
Autor: ŽELJKO RUTOVIĆ Prikazivač: MILEVA PAVLOVIĆ: <i>Novomedijski apejron</i>	277
Autor: SAVO V. MIKIĆ Prikazivač: MARIJAN MAŠO MILJIĆ <i>Uskočka povjesnica</i>	281
Autor: SLOBODAN VUKANOVIĆ Prikazivač: ČEDOMIR BOGIĆEVIĆ <i>Tuđemilski svici</i>	289
Autor: RADOVAN V. PEJANOVIĆ Prikazivač: MATO PIŽURICA <i>Gorštaci i Vojvodina (O kulturnom identitetu vojvođanskih kolonista iz durmitorskog kraja)</i>	293
Uputstvo autorima (<i>Notes for the contributors</i>)	303

**MULTIKULTURALNOST I INTERKULTURALNOST U MEDIJSKOM
JAVNOM SERVISU VOJVODINE**

**MULTICULTURALISM AND INTERCULTURALISM IN THE MEDIA
PUBLIC SERVICE OF VOJVODINA**

dr GORAN BULATOVIĆ, redovni profesor
Fakultet za medije i komunikacije,
Univerzitet Singidunum Beograd

dr LJILJANA LJ. BULATOVIĆ, redovni profesor
Fakultet za poslovne studije i pravo,
Univerzitet Union "Nikola Tesla" Beograd

Apstrakt: *Javni servisi u kulturno, etnički, često i politički podeljenim društvima, naročito u društvima u tranziciji, imaju obavezu da pruže pouzdane vesti i obezbede platforme za nezavisne javne rasprave i da neguju kulturne i etničke tradicije svih, a posebno nacionalnih, jezičkih (lingvističkih) i drugih manjinskih grupa kako bi se obezbedila društvena kohezija, bolje razumevanje pripadnika različitih zajednica i izbegla njihova getoizacija. U radu analiziramo strukturu programa Javne medijske ustanove Radio televizije Vojvodine (JMU RTV) u 2017. godini. Program je emitovan na 15 različitih jezika i na pet (od sedam) kanala, po različitim osnovama. U radu pokazujemo kako se programska politika od multikulturalnosti postepeno kreće ka interkulturalnosti, predlažemo da se taj proces ubrza uvođenjem organizacionih promena - jedinstvene, konvergentne, multimedijske i multilingvalne redakcije, koja bi ravnopravno pripremala program na svim jezicima uz uspostavljanje saradnje u proizvodnji i distribuciji programa na jezicima manjina, sa javnim servisima i lokalnim medijskim stanicama iz Srbije i regiona.*

Ključne reči: *Javni servis, multikulturalnost, interkulturalnost, manjinske grupe*

Abstract: *Public services in culturally, ethnically, and often politically divided societies, especially in societies in transition, are obliged to provide reliable news and provide platforms for independent public debates and to foster cultural and ethnic traditions of all, and especially national, linguistic and other minority groups in order to ensure social cohesion, better understanding society members of different communities and avoid their ghettoisation. In this paper we analyze JMU RTV program structure in 2017. broadcasted in 15 different languages and on five (of seven) media channels, on various bases. In this paper we show that the policy of multiculturalism gradually moves towards interculturalism and we suggest that this process be accelerated by the introduction of organizational changes - a unique, convergent, multimedia and multilingual editorial office that would equally prepare the program in all languages and establish cooperation in the production and distribution of ethnic minority programs with public services and local media operating in Serbia and the region.*

Key words: *Multiculturalism, Interculturalism, Media Public Service, Ethnic Minorities Languages, Program*

1. Uvod¹

Ovaj rad fokusira se na značaj uloge regionalnog javnog servisa u multikulturalnim društvima u podsticanju prevazilaženja društvenih podela, kao i kulturnog, ekonomskog i društvenog razvoja. Javni servisi u kulturno, etnički, često i politički podeljenim društvima, kakva su naročito društva u tranziciji, imaju obavezu da pruže pouzdane vesti i obezbede platforme za nezavisne javne rasprave za sve ljude u društvu, pa tako i za nacionalne, jezičke (lingvističke) i druge manjinske grupe. Javni medijski servisi (javne medijske ustanove) bi svojom uređivačkom politikom, programima i pristupom, trebalo da doprinesu uspostavljanju društvene kohezije i političke stabilnosti. Za razliku od njih, privatni emiteri i izdavači, ili oni u mešovitom vlasništvu, obično su podeljeni po različitim, političkim, ekonomskim, kulturnim, verskim ili nekim drugim osnovama. Tako fragmentirani, okrenuti najčešće interesu finansijera

¹ Rad je rezultat istraživanja na projektu "Digitalne medijske tehnologije i društveno obrazovne promene", finansijer Ministarstvo za obrazovanje, nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije.

i/ili interesu uske grupe građana kojoj se obraćaju, iako doprinose društvenoj dinamici, različitosti medija, informacija i ideja, često nisu u stanju da pomognu svim pripadnicima zajednice da pronađu zajednički jezik, osnove i svrhe, odnosno da im omoguće da prevladaju nacionalne, političke, kulturne, etničke, ekonomske i druge podele i da uspostave plodonosan dijalog.

Region u kojem živimo, zapadni Balkan, predstavlja geografski prostor naseljen pripadnicima različitih kultura, nacionalnih i etničkih, koje imaju različite karakteristike i govore, simbolički i leksički, sličnim, ali često i različitim jezicima. Gledajući kroz istoriju, kulture i etniciteti sa ovog prostora, u većoj ili manjoj meri međusobno su se mešali, bilo da su samo živeli jedni pored drugih, bilo da su, kao tokom prošlih vekova, imali i različite integrativne faktore oko kojih su se okupljali. Takođe, svoju kulturu i nacionalnu tradiciju ispoljavali su sa više ili manje slobode i sa većim ili manjim intenzitetom. Multikulturalnost na prostoru zapadnog Balkana, a posebno na prostoru Panonske nizije i još uže, na prostoru Autonomne pokrajine Vojvodine, nešto je što smo nasledili, a ne kreirali. Ona je prosto geografska, demografska i istorijska činjenica, pa stoga čudi što se u javnom diskursu u domaćim i evropskim, akademskim i građanskim forumima, baš ta, zatečena multikulturalnost, ističe i glorifikuje kao, od nekoga zacrtani i ostvareni cilj, kao nešto što je posledica, a ne polazna tačka.

2. Multikulturalnost i interkulturalnost

Prateći akademske rasprave, okrugle stolove i forume koji se tiču odnosa među kulturama, odnosa medija i nacionalnih i drugih manjinskih grupa, često nailazimo na egzaltaciju zbog činjenice da na prostoru Vojvodine živi 26 nacionalnih i etničkih manjina, kao da je to, samo po sebi, neki veliki uspeh. To uzbuđenje zatečenom multikulturalnošću, posebno se ispoljava u političkom diskursu kada se, naročito sa pozicija vlasti, govori o ostvarivanju manjinskih i ljudskih prava u težnji da se pokaže kako je ovaj aspekt države i društva harmonizovan sa onim u Evropskoj Uniji. U ovaj spektar glorifikacija zatečene demografske multikulturalnosti spada i zakonsko usaglašavanje i ostvarivanje prava pripradnika nacionalnih manjina da se informišu na materinim jezicima i obezbeđen medijski prostor za negovanje običaja, kultura i tradicija. Pri tome se često zaboravlja da se sloboda ispoljavanja nacionalnog identiteta manjinskih grupa, ne iscrpljuje samo u informisanju i upotrebi maternjeg jezika u medijima.

Multikulturalnost, strogo gledano, podrazumeva da neka nacionalna zajednica neguje svoju kulturnu i jezičku tradiciju, običaje, vrednosti i obrasce ponašanja pri čemu istovremeno uvažava ostale nacionalne i etničke zajednice koje rade to isto.² Dakle, ispoljavanje različitih kulturnih tradicija na istom prostoru predstavlja kvalitet i taj kvalitet zovemo multukulturalnost. Ipak, dalje od toga ovaj koncept ne ide. Multikulturalnost ispoljava statičnost i ne insistira na prožimanju različitih kultura, ne ukazuje na potrebu interakcija i kreiranje novog kvaliteta i novih vrednosti koje bi zatim delile sve zainteresovane kulture. U zanimljivoj studiji Demokratske kontradikcije multikulturalizma (Eriksen, Stjernfelt, 2013), između ostalog, autori multikulturalizam vide kao «istorijski imperativ», diskutuju tri pravca, tri načina na kojima se zasniva percepcija multikulturalizma u svakodnevnoj raspravi, političkim debatama, sociološkoj i politikološkoj literaturi, u akademskom diskursu. «Prvi pravac opisuje uslove koji već postoje u Zapadnoj Evropi, Sjedinjenim Državama ili drugde, zbog toga što tamo stvarno postoje različite kulturne grupacije i useljeničke zajednice. Drugi, indirektno, upućuje na društveni razvoj koji neosporno ima da se dogodi u doglednoj budućnosti, i na čije se izazove moramo pripremiti. Treći način primene ovog pojma jeste normativan i tu multikulturalizam ne definiše ni postojeće ni dolazeće stanje, već umesto toga ukazuje na to šta se zahteva od promena u politici i načinu mišljenja u jednom društvu, tako da različite kulture mogu da koegzistiraju po pravilima i idealima ispravnim za svaku kulturu ponaosob.» (Eriksen, Stjernfelt, 2013). Dalje autori obrazlažu: «U onome što bismo uslovno mogli da nazovemo individualističkom, ili „mekom“ verzijom, pojam se shvata kao sistem, u kojem je svako slobodan da iz kulturnog dućana bira šta mu se sviđa... Jer u ovom „mekom“ značenju pojma multikulturalizma upravo su individualna prava odlučujuća, i ostvarenje slobodâ kultura za pojedince u društvu znači da svi mogu da ostvare svoja prava i slobode dokle god se ne ugrožavaju prava i slobode drugih...». U drugoj definiciji multikulturalizma, polazište nisu prava pojedinca i njegove slobode, nego nepovredivost različitih kulturâ i njihov suverenitet. «Drugim rečima, ovde imamo posla s verzijom koja polazi od kolektivnih prava, pri čemu ona u društvu mogu da se ostvare u toj meri da i u najekstremnijoj verziji ove definicije, pojedine kulture imaju pravo da disciplinuju svoje

² Tema multikulturalnosti i interkulturalnosti u javnim servisima u Srbiji, tokom poslednje decenije, bila je predmet naše ekspertize u čitavom nizu radova, koji su publikovani u domaćim i stranim časopisima i tematskim zbornicima.

pripadnike pomoću sopstvene policije i izdvojenog pravnog sistema. Ovu verziju, koja naglašava kolektivna prava, mogli bismo nazvati „tvrdom“ verzijom multikulturalizma.» (Eriksen, Stjernfelt, 2013).

Interkulturalnost, s druge strane, insistira upravo na kontaktima, prožimanju, razumevanju na višem nivou, na uspostavljanju interakcija između različitih kultura, običaja i vrednosti, u cilju kreiranja novog kvaliteta i nove vrednosti, na način o kojem govore antropolozi još s početka XX veka: „Priznanje kulturnog relativizma podrazumeva sopstvene vrednosti koje ne moraju da budu apsolutne filozofije. Ono negira uobičajena mišljenja i one koji su vaspitavani unutar tih mišljenja dovodi u nezgodnu situaciju... Čim se ovo novo gledište prihvati kao uobičajeno razmišljenje, postaće još jedna stabilna utvrda dobrog života. Na taj način će se doći do realističnije socijalne misli – dok kao osnovu nade i tolerancije prihvatamo kao ravnopravne životne modele koje je čovečanstvo stvorilo iz sirovog materijala egzistencije.“ (Benedikt, 1934).

Interkulturnost insistira na uspostavljanju kvalitetnog dijaloga među različitim kulturama i veruje u uspostavljanje odnosa razumevanja, koji jedino u tom aktivnom dijalogu mogu da pruže novi kvalitet svim kulturama koje u njemu participiraju. Odnosi tolerancije karakteristični za multikulturalizam, jednostavno više nisu dovoljni. Očekuje se odnos razumevanja, asertivnosti i uvažavanja drugačijih obrazaca ponašanja. „S politikom jednakosti ustanovljava se nešto što bi trebalo da bude univerzalno isto, identična košara prava i nepovredivosti; s politikom razlike trebalo bi da se prizna jedinstveni identitet pojedine grupe ili određenog pojedinca, dakle, njihovu različitost od drugog i drugih. Ideja je da je to baš ta različitost, koja je bila zanemarena, previđena i asimilovana u dominantni identitet ili identitet većine. A ta asimilacija je smrtni greh protiv ideala autentičnosti. ... Ali u interkulturnom kontekstu postavljen je još snažniji zahtev: da se iskazuje jednako poštovanje prema kulturama koje se faktički razvijaju.“ (Tejlor, 1994) „Multikulturalizam sada više nije bedem koji dopušta odbranu kultura po svaku cenu, već je „transformacioni“; on kulture, naprotiv, tera da ulaze u nove uzajamne odnose, da uče nove pojmove i duboko menja identitet ljudi i njihov način života.“ (Kimlika, 2007) Atribuciju multikulturalizma kao konzervativnog, isti autor objašnjava i produbljuje setom identifikovanih problema, poput: (1) „konzervativni“ multikulturalizam je antropološki naivan, zato što je „kulturna autentičnost“ kulturnih grupa veoma često jedan pozni i u velikoj meri iskonstruisan artefakt, dakle rezultat tradicionalističke „gradnje identiteta“ (od dogmi, narodne nošnje, rituala, itd.), a u nekim slučajevima reč je o skroz „izmišljenoj tradiciji“,

što bi moglo da posluži razgraničenju dotične grupe i da joj dâ identitet; (2) „organski“ karakter kulturnih grupa često pokriva velike unutrašnje razlike i protivurečnosti u samoj grupi; (3) kulturni identitet može da se upotrebi pre kao nešto što sprečava raspravu umesto da uspostavi dijalog – svako problematizovanje identiteta može se protumačiti kao manjak poštovanja prema čoveku i njegovom kulturnom identitetu.” (Kimlika, 2007).

Dakle, u teorijskom konceptu interkulturalizama ne podrazumeva se, štaviše, potpuno se isključuje asimilacija ili majorizacija manjinskih zajednica i kultura od strane većinske zajednice ili kulture. Interkulturalizam podrazumeva legitimizaciju pripadnika svih zajednica i njihovih potreba i vrednosti. Takođe, interkulturalizam, u duhu demokratskog pluralizma oblikuje i primenjuje pravnu regulativu, kreira institucionalnu i socijalnu politiku, koja uvažava i stimuliše učestvovanje svih u javnom dijalogu, oblikovanju i menjanju društva. Evropska, a i iskustva drugih zemalja u svetu, pokazuju da je to sasvim moguće.

Interkulturalnost se, na osnovu rečenog, shvata ne kao postignuto stanje koje bi valjalo konzervirati i čuvati, nego više kao ideal, kao novi kvalitet ka kojem bi trebalo krenuti kroz uspostavljanje interkulturnih komunikacija. “Pravilno razumevanje demokratskih kontradikcija multikulturalizma zahteva pluralnu perspektivu, polemiku sa obema postojećim verzijama, rad na razjašnjenju pojma, te nadasve političku raspravu.” (Eriksen, Stjernfelt, 2013)

U tom procesu uspostavljanja dijaloga među kulturama i manjinskim zajednicama u najširem smislu, važna uloga pripada medijima. Osim što mediji na taj način standardno doprinose informativnoj kompetenciji građana, oni posebno doprinose opštoj slici društva, u smislu razvijanja političke, ekonomske, kulturne i svake druge pluralnosti na način koji prevazilazi klasične multikulturalističke okvire. Pravo pripadnika nacionalnih manjina na informisanje na maternjem jeziku u Srbiji, formalno posmatrajući, može da ima različit status: samostalni su ili su delovi neke veće celine koja je na drugom, uglavnom na srpskom jeziku, sadržajni obim informacija na maternjem jeziku je različit, dinamika pojavljivanja informacija na maternjem jeziku je različita (dnevno, radnim danima, nedeljno, dvonedeljno, mesečno, tromesečno), a ni misija tih medija nije ista (informisanje o događajima od lokalnog, regionalnog ili najšireg društvenog značaja; ili o događajima iz oblasti kulture i tradicije određene manjine; ili o događajima iz verskog života; ili su namenjeni za određenu, užu ciljnu grupu). S jedne strane i formalna struktura programa i medijana manjinskim jezicima u Srbiji, osim o različitom statusu, svedoči i o

različitom pristupu samih manjinskih naroda sopstvenom informisanju. S druge strane, u formalno-pravnom i regulatornom smislu državi se ne može bitno prigovoriti. Gledano i iz ovog ugla, ideja o interkulturalnosti dobija na značaju.

3.Uloga medija u interkulturalnom dijalogu

Istorijska iskustva brojnih zemalja u svetu, a na žalost i skorija gorka iskustva zemalja zapadnog Balkana, pokazala su da uloga medija u multinacionalnim i multikulturalnim društvima i onim sa brojnim manjinskim zajednicama može da bude dvostruka. Mediji, s jedne strane, mogu da doprinesu stereotipizaciji manjinskih zajednica i kultura, mogu da podstaknu stvaranje jaza i odnosa nepoverenja, da podstaknu nacionalno i kulturno zatvaranje, izolaciju, i na kraju otvoreni animozitet jednih prema drugima. Krajnje posledice takve medijske politike često prevazilaze tradicionalne okvire političkog dijaloga i korektnosti i prelaze u mržnju, otvorene sukobe i nasilje. S druge strane, mediji mogu da doprinesu uspostavljanju dijaloga, da harmonizuju odnose, da uspostave odnose poverenja i razumevanja između različitih zajednica unutar jednog društva.

Kako će mediji delovati ne bi trebalo da zavisi isključivo od medija, niti od određene nacionalne ili etničke zajednice, nego od prethodno demokratskom procedurom usvojenih i primenjenih zakonskih regulativa, a one bi trebalo da promovišu i podstiču demokratski duh slobode, pluralizma, razumevanja i solidarnosti. Delovanje medija trebalo bi da počiva na konzistentnoj medijskoj politici zasnovanoj na jasno utvrđenim pravilima o odnosu medija i politike, na preciznom medijskom zakonodavstvu, organizaciji i uređivačkoj politici, koji poštuju načela ljudskih prava i sloboda, na profesionalnim i etičkim standardima medijske industrije, a ne na dominantnoj ulozi politike i vlasništva u kreiranju medijskih sadržaja.

4.Osnove interkulturalizma u pravnoj regulativi

Kao što je slučaj u skoro svim modernim, demokratskim, društvima, pravo na ispoljavanje nacionalnog, kulturnog, verskog i jezičkog identiteta kao i pravo na informisanje na maternjim jezicima kao osnovna ljudska prava, ugrađena su u pravni sistem Srbije. Podrazumeva se da, samo unošenje osnovnih ljudskih prava u najviši pravni akt zemlje nije dovoljno, te da bi se ova prava zaštila i realizovala potreban je čitav niz drugih, pratećih, zakonskih odredbi koje bi u praksi garantovale njihovu realizaciju.

Zakonodavstvo Evropske unije, u oblasti medijske politike, osnove ima u univerzalnoj Deklaraciji o ljudskim pravima i slobodama i u drugim dokumentima UN. Evropska regulativa u ovim oblastima se najviše bavi pravima građana u multietničkim sredinama i pricipima funkcionisanja javnih medijskih servisa. Ova prava u Evropskoj uniji regulisana su kroz 1) dokumenta koja garantuju prava etničkih zajednica na području Evrope i insistiraju da se standardi, pravila i iskustva implementiraju i u nacionalna zakonodavstva, i 2) kroz dokumente koji se odnose isključivo na obaveze javnih medijskih ustanova (javnih servisa) (Bulatović, Bulatović, 2016). Sama regulativa kulturne i medijske politike svoju osnovu ima u Evropskoj konvenciji za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda usvojene 1950. godine.

Odredba o dužnosti države da štiti jezički identitet pripadnika nacionalnih manjina (i ostale vidove tog identiteta) sadržana je u više međunarodnih instrumenata i u sudskoj praksi Evropskog suda za ljudska prava. Član 1 Deklaracije o pravima pripadnika nacionalnih ili etničkih, verskih ili jezičkih manjina, koju su Ujedinjene nacije usvojile 1992. u tom pogledu je od posebne važnosti: "1. Države će štiti opstanak i nacionalni ili etnički, kulturni, verski i jezički identitet manjina na svojoj teritoriji i stvaraće uslove za unapređenje tog identiteta; 2. Države će usvojiti odgovarajuće zakonske i ostale mere u cilju ostvarenja tih ciljeva." Član 4(2) iste Deklaracije utvrđuje da će "države preduzeti mere kako bi stvorile povoljne uslove koji će omogućiti pripadnicima nacionalnih manjina da izražavaju svoje osobenosti i razvijaju svoju kulturu, jezik, veru, tradiciju i običaje, osim kada se određenim ponašanjem krši nacionalno pravo i kada je ono u suprotnosti sa međunarodnim standardima."

U članu 11 Evropske povelje o regionalnim i manjinskim jezicima stoji: "Države članice preuzimaju obavezu da za one koji koriste regionalne ili manjinske jezike na teritoriji na kojoj se ovi jezici govore... do stepena do kojeg javne vlasti, direktno ili indirektno, imaju nadležnost, moć ili igraju odgovarajuću ulogu u ovoj oblasti, i poštujući princip nezavisnosti i autonomnosti sredstava javnog informisanja... u smislu u kojem radio i televizija ostvaruju ulogu javne službe... da obezbede stvaranje makar jedne radio stanice i jednog televizijskog kanala na regionalnim i manjinskim jezicima..." U istom članu stoji i da "Države članice preuzimaju obavezu da obezbede da interesi korisnika regionalnih ili manjinskih jezika budu predstavljeni i uzeti u obzir tako što se mogu stvarati odgovarajuća tela koja bi bila u skladu sa zakonom i odgovornostima koje postoje kada se garantuje sloboda i pluralizam medija".

Osim ovih odredaba i preporuka koje regulišu upotrebu informativne i komunikacione potrebe pripadnika etničkih i drugih manjinskih grupa valja izadvojiti još tri: Praška rezolucija (1994), Rezolucija Evropskog parlamenta (1996), Amsterdamski ugovor (1997). U Praškoj rezoluciji, u delu koji se odnosi na funkcionisanje javnog servisa stoji: "Javni servis podržava vrednosti koje odlikuju političke, pravne i društvene strukture demokratskih društava, uz posebno poštovanje ljudskih prava, kulturnog i političkog pluralizma, ... javni serisi odražavaju različite filozofske pristupe i verska uverenja u društvu sa ciljem jačanja uzajamnog razumevanja i tolerancije i unapređenja odnosa među zajednicama multietničkih i multikulturnih država". Još preciznija je Rezolucija Evropskog parlamenta u kojoj se između ostalog kaže: "Javni servis je, pored ostalog, u službi manjina i da vodi računa o svim različitim grupama koje čine stanovništvo zemlje". Politička deklaracije i rezolucija sa konferencije u Rejkjaviku 2009. godine u preporuci R-2007-3 koja se tiče uloge javnog servisa u informatičkom društvu, ograman značaj daju pluralizmu u programima i javnom servisu kao integrativnom faktoru koji bi trebalo da poveže sve društvene grupe i obezbedi da se svi osećaju ravnopravno. Duh tih dokumenata pokazuje generalno opredeljenje i usmerenje ka uspostavljanju i ostvarivanju interkulturalnosti kao idela. U njima se ističe potreba za interkulturalnošću i komunikativnom interakcijom svih nacionalnih, etničkih i drugih zajednica i kultura koje žive na evropskom prostoru i to radi uspostavljanja odnosa razumevanja, uvažavanja, poštovanja i solidarnosti. Ovde dodajmo i Preporuku br. R (96) 10 Komiteta ministara Saveta Evrope državama članicama koje se tiču garancija nezavisnosti javnih radiodifuznih servisa, i gde se ističe uloga javnog radiofuznog servisa - "kao suštinskog činioca pluralističkih komunikacija dostupnih svima na nacionalnom i regionalnom nivou putem obezbeđivanja osnovnog sveobuhvatnog programskog servisa koji obuhvata informacije, obrazovanje, kulturu i zabavu".

Prihvatajući evropske standarde i preporuke, Zakon o radio difuziji Srbije, u delu koji se odnosi na ustanove javnog servisa, ističe da javni servisi moraju da: "Uvažavaju jezičke i govorne standarde kako većinskog stanovništva tako, u odgovarajućoj srazmeri, i nacionalnih manjina, odnosno etničkih grupa, na području na kojem se program emituje", i "da obezbede zadovoljavanje potreba građana za programskim sadržajima koji izražavaju kulturni identitet, kako naroda, tako i nacionalnih manjina, odnosno etničkih grupa, kroz mogućnosti da određene programe ili programske celine, na područjima na kojima žive i rade, prate na svom maternjem jeziku i pismu". Obaveze jav-

nih medijskih ustanova RTS i RTV, njihova delatnost, načela rada, institucionalna autonomija i odnos prema javnosti, regulisani su i Zakonom o javnim medijskim servisima koji je usvojen 2014. godine. I treći zakon, Zakon o javnom informisanju i medijima iz iste godine, između ostalog, regulisao je Ostvarivanje prava na informisanje nacionalnih manjina (član 13), zabranio je govor mržnje (član 45) i obavezao javne medijske ustanove na negovanje duha tolerancije i očuvanje posebnosti.

5. Strategija JMU RTV Vojvodine i smernice uređivačke politike

Posle dugo godina poslovanja bez elementarnog dugoročnog dokumenta, JMU RTV Vojvodine (nekada RTV Novi Sad) koja je doskora delovala u okviru RTS, dobila je Strategiju RTV tek 2013. godine. U skadu sa modernim načinom poslovanja i upravljanja medijskom organizacijom u tom dokumentu prvi put su definisani misija i vizija medijske organizacije, a dati su osnovni pravci delovanja i razvoja (Bulatović, Bulatović, Arsenijević, 2014: 47-57). Iako se u tom dokumentu eksplicitno ne govori o interkulturalnosti nego o multikulturalnosti, multietničnost i multijezičnosti, iz duha teksta vidi se da bi iz tih kategorija i vrednosti trebalo da proisteknu i ideje o interkulturalnosti kao integracione vrednosti: "RUV RTV je javni radiodifuzni servis za područje Autonomne pokrajine Vojvodine koji emituje celodnevni program na dva televizijska i tri radijska kanala kao i preko internet portala. Sa oko 18.000 sati godišnje emitovanog programskog sadržaja, od toga je 51% sopstvene proizvodnje, ova kuća spada u "zlatnu sredinu" programske ponude evropskih javnih nacionalnih servisa, a u poređenju sa regionalnim servisima nalazi se među prvih pet u Evropi. Ono čime se ova kuća naročito ponosi i razlikuje od ostalih u okruženju ali i Evropi jesu programski sadržaji i kanali na jezicima nacionalnih zajednica - pripadnici čak 10 nacionalnih zajednica samostalno pripremaju program na svojim jezicima. Autentičnost tih sadržaja pokreće komunikaciju unutar nacionalnih zajednica, između različitih nacionalnih zajednica, ali i sa etničkom većinom na prostoru Vojvodine, pri čemu srpski jezik služi kao most međusobnog sporazumevanja. Takođe, programi na srpskom jeziku između ostalog, bave se problemima nacionalnih zajednica. Savremene tehnološke mogućnosti trebalo bi da osiguraju još bolji i obimniji protok i distribuciju sadržaja na različitim jezicima nacionalnih zajednica kao i

prevođenje većeg dela programa na srpski jezik kako bi se olakšalo sporazumevanje i proširile mogućnosti međusobnog komuniciranja³."

Opređenost ove kuće za različitost sadržaja, pluralizam mišljenja, i demokratske vrednosti i inovativnost u radu vidi se iz definicije vizije JMU Vojvodine: "Javni neprofitni elektronski medijski servis Autonomne Pokrajine Vojvodine, čiji je zadatak stvaranje i emitovanje raznolikih radijskih, televizijskih i multimedijalnih programskih sadržaja različitog karaktera i visokog kvaliteta, u skladu sa odrednicama zakona koji uređuju rad javnih medijskih servisa... Relevantnost u prostoru RTV utemeljuje time što istovremeno podstiče zajednički identitet, ali i posebne identitete građana i nacionalnih zajednica koje žive u Vojvodini, jer istovremeno omogućuje društvenu integraciju i segmentaciju i obezbeđuje neophodnu interakciju... RTV deluje univerzalno (regionalno i interkulturalno), doprinosi kvalitetu života građana (negujući demokratski pluralni dijalog, međusobno i međunacionalno poštovanje, toleranciju i stvaralaštvo), nezavisno od partikularnih političkih, ekonomskih i drugih uticaja, kvalitetno (uglavnom programima trajnih i univerzalnih vrednosti), raznoliko (u vidu programskih žanrova, učesnika, porekla), transparentno (objavljuje načela uređivačke politike, godišnji budžet, prihode i potrošnju, obezbeđujući efikasno rukovođenje i ekonomiju) i inovativno (kao poluga i motivator kreativnosti u društvu predvodi stvaranje i primenu novih programskih formata i tehnologija u digitalnom okruženju)⁴."

Posvećenost ideji zadovoljavanja javnog interesa svih građana uspostavljanja građenja odnosa poverenja i razumevanja među pripadnicima nacionalnih i drugih manjina vidi se iz definisane misije kuće: "RTV javni medijski servis trebalo bi da zadovolji najširi javni interes. Sadržajima koje emituje trebalo bi da informiše i zadovolji celokupnu vojvođansku javnost, uključujući i potrebe pripadnika nacionalnih i drugih manjina. RTV bi trebalo da doprinosi obogaćivanju informisanja i znanja, razvoju civilnog društva i negovanju regionalnih specifičnosti... Cilj je da se upotpuni programska ponuda RTV-a i na jezicima na kojima još ne emitujemo program. Tome će doprineti tehnička modernizacija i sa njom povezane nove mogućnosti (digitalizacija), kao i svestranija upotreba veb portala. Srpski jezik je ne samo jezik većinskog naroda, već i jezik sporazumevanja pripadnika brojnih nacionalnih manjina, bez priti-

3 Strategija JMU RTV Vojvodine, dostupno na: <http://static.rtv.rs/pdf/2013/10/25/strategijarazvoja-rtv-2013-2017-pdf.pdf>(pristupljeno 13.04.2018)

4 Isto.

ska za njihovu asimilaciju. Novim tehničkim dostignućima trebalo bi upotpuniti mogućnost prevođenja pojedinih programa na više jezika... Misija RTV takođe je i promocija stvaralaštva, kulture i identiteta Vojvodine i njihovo razumevanje u Srbiji i u inostranstvu, negovanje i povezivanje etničkih manjina u Vojvodini sa matičnim državama, aktivnost u regionalnim i međunarodnim strukovnim organizacijama i udruženjima, a pogotovo na području Podunavlja... To je moguće ostvariti samo uz pomoć kvaliteta i visoke profesionalnosti, adekvatno motivisanih radnika, visokom kulturom, organizacijom rada, poslovnom odlučnošću kao i stalnim ulaganjem u tehnička dostignuća i primenjenu tehnologiju... RTV treba da uspostavi takvu strukturu organizacije koja će odgovarati izazovu vremena, a da bude i dovoljno fleksibilna, kako bi omogućavala prilagođavanje budućim izazovima u okruženju.⁵

6. Programi JMU RTV Vojvodine u 2017. godini

Javni medijski servis, RTV Vojvodine, je 2017. godine kreirala medijske sadržaje sa idejom da pokriju sve veće društvene grupe i to po relevantnim kriterijumima kao što su: starosna dob, etnička pripadnost, profesionalna pripadnost, i drugim. Princip kojim se RTV pri proizvodnji programa rukovodila bila je promocija kvalitetnog programa i izbegavanje sadržaja neprimerenih javnom medijskom servisu.

RTV Vojvodine kao javna medijska ustanova pokušala je da ne bude "sredstvo za trošenje vremena nego kreator novih ideja i vidika"⁶. U godišnjem izveštaju RTV-a za 2017. godinu vidi se da se u kreiranju programske šeme polazilo i od zakonske obaveze javnog medijskog servisa da svojim konzumentima obezbedi kvalitetne informativne, edukativne i zabavne sadržaje.

U ovom trenutku, javna medijska ustanova Radio televizija Vojvodine svoj program emituje na sedam medijskih platformi: Televizija Vojvodine 1 (RTV 1), Televizija Vojvodine 2 (RTV 2), Radio Novi Sad 1 (RNS 1), Radio Novi Sad 2 (RNS 2), Radio Novi Sad 3 (RNS 3), O radio i sajt RTV. Svoje programe JMU RTV emituje na čak 15 jezika (uključujući engleski na sajtu RTV) i to: srpski, mađarski, slovački, rumunski, rusinski, hrvatski, bunjevački, ukrajinski, romski, crnogorski, albanski, makedonski, bugarski i nemački. Upravo to je čini jedinstvenim javnim medijskim servisom ne samo u regionu nego i u

5 Isto.

6 Godišnji izveštaj RTV za 2017. godinu: http://rem.rs/uploads/files/RDUS-i-RDUV/RTVizvestaj_za_2017.pdf (Pristupljeno: 12.04.2018.)

Evropi. U toku je priprema za emitovanje programa na još tri jezika: ruskom, češkom i nemačkom.

Već na prvi pogled ova lingvistička raznolikost programa JMU RTV pred menadžment i zaposlene postavlja ozbiljne organizacione, tehničke i kadrovske probleme - Kako emitovati toliko različitog programa preko svega sedam medijskih platformi i to tako da jezički sadržaji budu približno proporcionalni etničkoj zastupljenosti u populaciji, a da pri tome na svim kanalima zadrže gledaoce i slušaocce i da ih, ako je moguće, brojčano uvećaju?

JMU RTV na svom prvom televizijskom kanalu RTV 1, emituje program isključivo na srpskom jeziku (ne računajući filmski, dokumentarni, obrazovni i druge vrste programa strane produkcije). Drugi televizijski kanal, RTV 2, namenjen je isključivo programima na manjinskim jezicima (takođe se ne računaju programi strane produkcije poput filmskog, obrazovnog, dramskog,...).

Prvi program Radio Novog Sada, RNS 1, 24 časa emituje program na srpskom jeziku. Drugi program Radio Novog Sada, RNS 2, emituje 24 časa programa isključivo na mađarskom jeziku. Treći program Radio Novog Sada, RNS 3, emituje program na ostalim manjinskim jezicima. Najmlađi je omladinski O Radio, koji emituje audio i video materijale na internet platformi i zamišljen je kao kanal za komunikaciju sa generacijama 21. veka. Ovaj radio je svoje aktivnosti proširio i na društvene mreže. Multimedijalni programi RTV ostvaruju ulogu pokrajinskog javnog servisa na internetu i servisima i platformama koji su bazirani na ovom mediju, omogućavajući sinergiju skoro svih ostalih programskih celina RTV. Radi se o vestima iz produkcije RTV koje se plasiraju preko glavnog sajta i mobilne aplikacije - na šest jezika, zatim - celokupna televizijska i radijska produkcija je dostupna u okviru servisa Odloženo gledanje i slušanje - na devet jezika, putem servisa Striming (Streaming) moguće je pratiti sve programe i uživo, preko profila na društvenim mrežama (Fejsbuk, Jutjub, Tviter, Instagram...). RTV nastoji da sa svojim ciljnim grupama komunicira i preko tehnoloških inovacija, te da tako drži korak sa modernim digitalnim medijskim okruženjem.

Struktura programa prvog televizijskog kanala RTV 1 u 2017 godini koji se emituje na srpskom jeziku prikazana je na Tabeli 1.

Назив ПМУ	Врста садржаја (жанр)	Трајање	% УЧЕШЋА
РТВ 1	Информативни	124.11:28:41	34,35
	Забавни програм	49.10:11:03	13,64
	Серијски програм	37.20:46:22	10,45
	Документарни	36.20:07:59	10,17
	Филмски програм	26.12:16:20	7,32
	Музички програм	23.01:31:25	6,36
	Културно - уметнички	17.02:11:12	4,72
	Научно - образовни	13.14:27:37	3,75
	Дечји програм	11.12:32:23	3,18
	Промо	6.15:11:00	1,83
	ЕПП	5.14:46:34	1,55
	Спортски програм	4.06:54:58	1,18
	Верски програм	3.07:01:28	0,91
	Спортски преноси	1.13:55:14	0,44
	ОБН (оглашавање без накнаде)	14:08:57	0,16
*	*	362.09:31:13	100,00

Tabela 1: Struktura programa RTV 1 na srpskom jeziku, preuzeto iz izveštaja za 2017. g. JMU RTV.

Iz opisa strukture RTV 1 koji emituje isključivo na srpskom jeziku, jasno je da je najveći procenat emitovanog programa u 2017. godini bio informativnog karaktera, što čini 34,35% ukupno emitovanog programa na ovom kanalu.

Jezička struktura RTV 2 u 2017 godini prikazana je u Tabeli 2.

Iz Tabele 2 vidi se da je na RTV 2 najviše sadržaja emitovano na mađarskom jeziku, čak 22,10% ukupno emitovanog programa, a da je program na srpskom činio samo 15,35%. Slede sadržaji na rumunskom 8,67% i rusinskom jeziku 8,27% ukupnog programa. Nešto manje programa emitovano je na romskom 7,89% i slovačkom jeziku 7,88%. Na hrvatskom jeziku emitovano je 6,15% ukupnog programa, na ukrajinskom jeziku 1,31%, na bunjevačkom 0,98%, na makedonskom 0,97% i program na različitim stranim jezicima 7,83% ukupno emitovanog programa.

Назив ПМУ	Врста језика	Трајање	% УЧЕШЋА
РТВ 2	Програм на мађарском језику	78.02:51:20	22,10
	Програм на српском језику	54.06:10:17	15,35
	Програм на румунском језику	30.15:38:10	8,67
	Програм на русинском језику	29.05:07:50	8,27
	Програм на ромском језику	27.21:37:01	7,89
	Програм на словачком језику	27.20:46:47	7,88
	Програм на хрватском језику	21.17:48:15	6,15
	Програм на језицима мањина**	11.19:39:32	3,34
	Програм на украјинском језику	4.15:12:21	1,31
	Програм на буњевачком језику	3.10:48:34	0,98
	Програм на македонском језику	3.10:06:04	0,97
	Програми на различитим страним језицима	27.16:00:30	7,83
	Програмски садржаји изузети по језику (ЕПП, ТВ продаја, ОБН и промо)	32.17:19:22	9,26
*	*	353.11:06:03	100,00

Tabela 2: Језичка структура програма RTV 2, preuzeto iz izveštaja za 2017. g. JMU RTV.

Za kraj samo dajemo podatke za "programe na jezicima manjina", odnosno za one slučajeve kada se jedan programski sadržaj (emisija), sastoji iz više priloga realizovanih na različitim jezicima nacionalnih manjina. Takvih, interkulturalnih sadržaja, emitovano je svega 3,34% od ukupno emitovanog programa u 2017. godini⁷.

Struktura programa emitovanog od 01.03.2017. do 31.12.2017 po osnovnim vrstama emisija na svim kanalima Radio Novog Sada i to po jezičkoj strukturi, vidi se u Tabeli 3⁸.

⁷ U godišnjem izveštaju RTV o emitovanom programu u 2017. godini stoji da iz tehničkih razloga nema podataka za nešto manje od 12 dana emitovanog programa, pa je za očekivati da je procenat emitovanog "programa na jezicima manjina", kako u izveštaju zovu ovu vrstu emisija, nešto veći.

⁸ Interni izveštaj o ukupno emitovanom radijskom programu na svim kanalima RNS u periodu od 1.03.2017. do 31.12.2017. godine.

Vrsta emisije		Srpski	Madjarski	Slovački	Rumunski	Rusini	Hrvati	Bunjevci	Ukrajinski	Romski	Crnogorci	Albanci	Nemci	Makedonci	Bugarski	Ukupno
Komercijalne emisije	broj	1501	868	227	306	293	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3195
	min	5725	3684	313	1836	1460	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13018
	%k	1,30	0,84	0,25	1,47	1,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,98
	rang	8	8	9	9	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Informativne emisije	broj	5003	3903	1269	1513	1502	0	0	262	87	0	0	0	0	0	13539
	min	68016	88080	34827	37749	28891	0	0	5250	13110	0	0	0	0	0	275923
	%k	15,44	19,99	28,06	30,28	23,84	0,00	0,00	40,60	27,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20,87
	rang	3	2	2	2	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	2
Specijalizovane emisije	broj	1435	902	190	172	211	87	44	0	43	44	43	44	44	6	3265
	min	67154	63737	13007	8610	10662	2610	1320	0	9030	1320	1290	1320	1320	180	181560
	%k	15,24	14,46	10,48	6,91	8,80	100,00	100,00	0,00	18,67	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	13,73
	rang	4	3	3	4	4	1	1	0	3	1	1	1	1	1	3
Sportske emisije	broj	902	89	42	43	99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1175
	min	24015	9918	4830	1935	1218	0	0	0	0	0	0	0	0	0	41916
	%k	5,45	2,25	3,89	1,55	1,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,17
	rang	5	6	7	7	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Obrazovno vaspitne emisije	broj	1234	1279	540	167	784	0	0	0	95	0	0	0	0	0	4959
	min	13830	40070	6088	8760	16497	0	0	0	5700	0	0	0	0	0	90945
	%k	3,14	9,09	4,91	7,03	13,61	0,00	0,00	0,00	11,79	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	6,88
	rang	6	4	5	3	3	0	0	0	4	0	0	0	0	0	5
Muzičke emisije	broj	3290	3163	898	896	1196	0	0	86	44	0	0	0	0	0	9573
	min	174033	207880	49504	54086	46616	0	0	2580	15840	0	0	0	0	0	550539
	%k	39,50	47,18	39,89	43,38	38,46	0,00	0,00	19,95	32,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	41,65
	rang	1	1	1	1	1	0	0	3	1	0	0	0	0	0	6
Emisije o kulturi i nauci	broj	936	313	88	132	89	0	0	127	35	0	0	0	0	0	1926
	min	13689	19551	7480	7480	5163	0	0	5040	2100	0	0	0	0	0	60503
	%k	3,11	4,44	6,03	6,00	4,26	0,00	0,00	38,98	4,34	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,58
	rang	7	5	4	5	6	0	0	2	6	0	0	0	0	0	7
Zabavne emisije	broj	762	90	45	45	302	0	0	1	43	0	0	0	0	0	1288
	min	70754	2791	5225	2310	9759	0	0	60	2580	0	0	0	0	0	93479
	%k	16,06	0,63	4,21	1,85	8,05	0,00	0,00	0,46	5,33	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,07
	rang	2	9	6	6	5	0	0	4	5	0	0	0	0	0	8
Igrane i dramske emisije	broj	85	132	53	54	29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	353
	min	3424	4929	2836	1914	934	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14037
	%k	0,78	1,12	2,29	1,54	0,77	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,06
	rang	9	7	8	8	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
Emisije bez preovladajućih sadržaja	broj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	min	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%k	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	broj	15148	10739	3352	3328	4505	87	44	476	347	44	43	44	44	6	38207
Ukupno	min	440640	440640	124110	124680	121200	2610	1320	12930	48360	1320	1290	1320	1320	180	1321920
	%k	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabela 3: Struktura programa po osnovnim vrstama i jezičkoj strukturi na svim kanalima RNS u 2017. godini

Na osnovu analize strukture ukupnog programa Radio Novog Sada na srpskom i jezicima nacionalnih manjina koji se emituje na tri radijska i jednom internet kanalu, vidi se da je informativni program u devet meseci 2017. godine, bio najzastupljeniji u emisijama na srpskom, mađarskom, slovačkom, rumunskom, rusinskom, ukrajinskom i romskom jeziku. Komercijalni program, sportske, igrane i dramske emisije, bile su zastupljene na srpskom, mađarskom, slovačkom, rumunskom i rusinskom jeziku, a na ostalim jezicima ih nije bilo. Obrazovno-vaspitne emisije emitovane su na srpskom, mađarskom, slovačkom, rumunskom, rusinskom, ukrajinskom i romskom jeziku, a emisije o kulturi i nauci, muzičke i zabavne, uz nabrojane jezike emitovane su još i na ukrajinskom. Ovde je važno primetiti da su na svim jezicima osim na ukrajinskom, emitovane tzv. specijalizovane emisije.

Radio Novi Sad, JMU RTV, u duhu svoje tradicije istraživanja savremenog radiofoničnog izraza i negovanja igranog i dramskog radijskog programa, posebnu pažnju pridaje ovoj vrsti radijskog izražavanja. Tokom poslednjih devet meseci 2017. godine, Radio Novi Sad je preko svih svojih kanala emitovao originalne radio drame (osim dokumentarnih) i to: na srpskom jeziku (44), mađarskom (44), slovačkom (43), rumunskom (44) i rusinskom (29). Kada je reč o dečijem radio-dramskom programu u istom periodu emitovano je: na srpskom jeziku (44), na mađarskom (čak 87), slovačkom (10), i rumunskom (10). Na ostalim jezicima RNS nije emitovao dramski radio program, niti dečiji dramski program⁹.

Kada se pogledaju ovi impresivni statistički podaci koje svoje utemeljenje nalaze u programskom opredeljenju JMU RTV, odnosno napor da u svojim programima servisira što veći broj pripadnika nacionalnih zajednica, čak 15 (uskoro 18) različitih lingvističkih, etničkih i kulturnih grupa (pri čemu ovde ne navodimo emisije različitog verskog sadržaja), te da po raznovrsnosti programa zadovolji gotovo sve uzraste, potrebe i ukuse, jasno je da su za ovakvu proizvodnju neophodni ogromni reursi. Stoga, pregled radi, u tabeli 4. dajemo samo deo podataka o poreklu proizvodnje emisija emitovanih u poslednjih devet meseci 2017. godine na svim kanalima Radio Novog Sada.

⁹ Interni izveštaj JMU RTV o emitovanju programa Radio Novog Sada u period 01.03.2017. do 31.12.2017., Novi Sad.

	Srpski	Madjarski	Slovački	Rumunski	Rusini	Hrvati	Bunjevci	Ukrajinski	Romski	Crnogorci	Albanci	Nenci	Makedonci	Bugarski	Ukupno
Beograd	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
min	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
%k	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
broj	14608	9955	3320	3120	4415	87	3320	476	347	0	0	0	0	0	36328
Novi Sad	405201	385830	123150	116560	118532	2610	0	12930	48360	0	0	0	0	0	1213173
min	91,96	87,56	99,23	93,49	97,80	100,00	0,00	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	91,77
rang	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
broj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prkřina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
min	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
%k	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
broj	540	699	32	208	90	0	44	0	0	44	43	44	44	6	1794
Nezavisna produkcija	35439	50165	960	8120	2668	0	1320	0	0	1320	1290	1320	1320	180	104102
min	8,04	11,38	0,77	6,51	2,20	0,00	100,00	0,00	0,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	7,88
%k	2	2	2	2	2	0	1	0	0	1	1	1	1	1	2
rang	0	85	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
broj	0	4645	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85
Inostrane stanice	0	1,05	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4645
min	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
%k	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
broj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Beograd i ostale domaće stanice	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
min	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
%k	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
broj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Beograd i udružene stanice Srbije	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
min	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
%k	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
broj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Crna Gora	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
min	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
%k	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
rang	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabela 4: Podaci o poreklu proizvodnje emisija emitovanih na svim kanalima Radio Novig Sada u periodu

Iz Tabele 4. vidi se da je najveći deo programa na **srpskom jeziku** (91,96%) proizveden u RNS, a da je gotovo zanemarljivi deo (8,04%) proizvela nezavisna produkcija. U programima na **mađarskom jeziku** 87,56% proizveo je RNS, nezavisna produkcija 11,38%, a strane stanice proizvele su 1,05% emitovanog programa na mađarskom jeziku. Na **slovačkom jeziku** 99,23% programa bilo je domaće proizvodnje, a nezavisne produkcije napravile su 0,77% emitovanog programa. Program na **rumunskom jeziku** u 93,49% bio je domaćeg porekla, a nezavisne produkcije napravile su 6,51% emitovanog programa. Na **rusinskom jeziku** 97,80% programa je bilo domaćeg porekla, a 2,20% dolazi iz nezavisnih produkcija. Programi na **hrvatskom, ukrajinskom i romskom jeziku** 100% su realizovani resursima RNS. S druge strane, programi na **bunjevačkom, crnogorskom, albanskom, nemačkom, makedonskom i bugarskom jeziku** u celini (100%) su proizvedeni u nezavisnim produkcijama.

Gledajući poreklo emitovanog sadržaja na većinskom i jezicima nacionalnih manjina, njegovu sadržajnu strukturu i stavljajući ga u kontekst izuzetno skromnih budžeta gotovo svih medija koji rade u Srbiji, i u okruženju, gotovo neverovatno zvuči činjenica da do sada nije uspostavljena saradnja sa drugim medijskim kućama i lokalnim RTV stanicama u Vojvodni i Srbiji, vezano za koprodukciju ili neki oblik razmene programa na jezicima nacionalnih manjina - inače izuzetno skupih za poroizvodnju i koji se obraćaju veoma malim grupama ljudi.

7. Zaključak

Odavno više nije vest činjenica da je novinarstvo u krizi. Najčešće primedbe su da je publika fragmentirana kao nikada do sada, da su prihodi ove industrije drastično opali, da su digitalni mediji doneli ogromne izazove, a možda najozbiljnija primedba vezana za novinarsku profesiju kaže da je njena kredibilnost na niskom nivou, te da i dalje opada. U takvom okruženju koje nije samo karakteristika lokalnih zajednica, budućnost novinarske profesije, medija, ali i čitavih društava postaje sve neizvesnija. Ono što je izvesno jeste neizvesnost, kontradiktornost i složenost problema.

Internet je podržao fragmentaciju tržišta vesti, uveo je sistem vesti (sadržaj)-na-zahtev (content on demand), i drastično promenio odnos između informativnih medija i publike. Publika ima sve manje strpljenja za informativne medije koji ne odgovaraju njihovim očekivanjima i brzo se sele na druge medije i platforme. Pošto mejnstrim mediji, a pre svega javni servisi i dalje snažno oblikuju agendu dnevnih vesti (Picard, 2009), a sve različitija publika

očekuje prostor za promociju svojih glasova u javnoj sferi, sve je više onih koji kreiraju svoje sopstvene prostore na društvenim medijima. Tradicionalnim medijima i javnim servisima leđa okreću najviše mladi (Adee, 2008; Mindich, 2008). Publika, dakle, postaje sve više fragmentirana, pristrasna (eng. partisan) i specijalizovana (Dimmick, 2003; Projekt za izvrsnost u novinarstvu, 2010; Tewksbury, 2005).

U okolnostima kada je medijsko tržište drastično rascepkano, fragmentirano i podeljeno po raznim linijama i osnovama, kada proizvodnjom medijskog saržaja upravljaju surovi zakoni tržišne ponude i potražnje, kada se informativni mediji sve više rukovode profitom, a novinari komercijalnim, zabavnim pristupom, značaj oblikovanja programske politike javnog servisa, postaje sve veći. Uloga javnog servisa u rascepkanom i podeljenom društvu, koji emituje programe na jezicima nacionalnih manjina može da bude dvostruka - da svojim programima i politikom, doprinese getoizaciji manjinskih zajednica i kultura u njihove informativne i medijske niše, ili da doprinese međusobnoj komunikaciji i razumevanju različitih manjinskih zajednica kroz interkulturalni pristup oblikovanju programa na manjinskim i većinskom jeziku.

Iako podaci o programima na manjinskim jezicima JMU RTV deluju impresivno, naročito u odnosu na drugi javni servis u Srbiji – RTS, kada se udubimo u strukturu emisija, videćemo da je u 2017. godini na RTV 2 emitovano svega 3,34% programa u kojem su bili zastupljeni različiti manjinski jezici. To je premalo da bismo očekivali pokretanje interkulturalnog dijaloga i da bi takav dijalog imao efekta. Iako, u dostupnim izveštajima o emitovanim programima na jezicima nacionalnih manjina, nema statističkih podataka o tome da li su i koliko često programi nacionalnih manjina titlovani na srpski jezik, kao jezik koji razumeju svi koji žive u Vojvodini, jednostavnim empirijskim uvidom u u programe, kao hvale vredne inicijative na programima RTV 1 i RTV 2, valja izdvojiti emisiju “Paleta” titlovanu na srpski jezik, koja se emituje svakog radnog dana (plus reprize) u trajanju od 50 minuta i u kojoj se osim mađarskog čuju slovački, rumunski, rusinski, romski, a u poslednje vreme i ukrajinski, makedonski, hrvatski (bez titla), bunjevački (bez titla). Takođe po interkulturalističkom pristupu izdvaja se emisija “Puls mladih” koja se emituje jednom mesečno u trajanju od 30 minuta, a u kojoj se čuju srpski, hrvatski, mađarski, rusinski, slovački, rumunski i romski jezik, i svaka emisija se titluje na svaki od tih jezika. Emisija “Odras lepote” (life style) emituje se jednom mesečno u trajanju od 30 minuta (plus reprize) originalno se pravi na mađar-

skom jeziku, povremeno se čuje srpski, a svaka je titlovana na srpski jezik. Serija od 12 epizoda u trajanju od 30 minuta, "Zlatni jubilej" posvećena je 50-togodišnjici postojanja i rada redakcije na mađarskom jeziku JMU RTV, emituje se titlovano na srpski jezik.

Ovakvim opredeljenjem za interkulturalni pristup programskim politikama, i prevođenjem i titlovanjem na većinski srpski jezik televizijskih emisija pripremljenih na manjinskim jezicima, ne samo što se obezbeđuje bolje razumevanje pripadnika različitih manjinskih zajednica između sebe, nego se obezbeđuje i bolje razumevanje sa pripadnicima većinske zajednice. Time se omogućava i da tom, inače skupom medijskom sadržaju, pristupi mnogo veći broj gledalaca koji se služe srpskim jezikom, te se tako program čini isplativijim za proizvodnju.

Uvidom u interne statističke dokumente o poreklu sadržaja radijskih programa na jezicima nacionalnih manjina emitovanih tokom 2017. godine na kanalima RNS, vidi se da su najveći procenat proizvele manjinske redakcije RNS i nezavisne produkcije. Upada u oči da nikakve producentske i programske saradnje u proizvodnji i emitovanju ovih programa nije bilo između dva javna servisa u Srbiji, RTS-a i RTV-a, da u proizvodnji ne učestvuje zajednica lokalnih radio stanica, dakle - lokalni emiteri u Srbiji koji bi imali interesa da ovakve programe zajednički pripremaju i razmenjuju, da nije bilo saradnje u razmeni ili proizvodnji programa na manjinskim jezicima između javnih servisa u regionu - javni servis Crne Gore, BiH, Hrvatske, Makedonije, Kosova, Albanije, a nije bilo ni saradnje sa emiterima i javnim servisima susednih država na čijim se jezicima emituju programi na JMU RTV - Mađarske, Rumunije, Bugarske, Nemačke ... Proizvodnja velike količine medijskog sadržaja na 15 jezika (uskoro 18), iziskuje ogromne finansijske, tehničke i ljudske resurse. U organizaciji JMU RTV kakva je sada (programe na manjinskim jezicima proizvode posebne redakcije i to odvojeno za televiziju i za radio) proizvodnja programa je izuzetno skupa.

Uvođenjem organizacije jedinstvenog, konvergentnog i multimedijalnog deska koji bi sačinjavali novinari, producenti, reditelji, tehničari, dizajneri itd. svih manjinskih i većinskog jezika, monolingvalni, duolingvalni ili multilingvalni, a koji bi zajednički pripremali i uređivali informativne i sve ostale vrste programa za sve platforme na većinskom i manjinskim jezicima, značajno bi doprinelo smanjenju troškova, obezbedilo bi interkulturalni, sinergijski, pristup oblikovanju medijskog sadržaja i učešće svih zaposlenih u kreiranju svih programa JMU RTV Vojvodine. Kao posledicu promene pristupa i same

organizacije proizvodnje programa mogli bismo, osim jeftinije proizvodnje, da očekujemo i kreativniji pristup u kreiranju drugačijeg, raznovrsnijeg i većem broju ljudi dostupnog programa, čuli bismo na jezicima koje razumemo različite glasove i gledišta, a to bi posledično uticalo na bolje međusobno razumevanje manjinskih i većinske zajednice, i u krajnjoj liniji na manju fragmentaciju javnog prostora kada su u pitanju ključni činioci zajedničkog života u društvu.

Jedino takvom programskom i organizacionom politikom, u multietničkom i multikulturnom društvu kakvo je naše, javni servis može da obavi svoju ulogu katalizatora procesa interkulturnog prožimanja, razumevanja i integratora svih različitih segmenata i kultura društva, u funkcionalnu i harmoničnu zajednicu. Drugim rečim, da ostvari svoj suštinski zadatak – prevazilaženje fragmentisanosti, rascepanosti i raslojavanja auditorijuma po svim, uključujući i nacionalne osnove, ostvarujući na taj način svoju integrativnu ulogu i dajući kvalitetan pogled na celinu društva.

Literatura

Adee, B., 2008, Digging into social media to build a newspaper audience. Nieman Reports, 62(4), 52-54.

Al-Azm, S. 2003, „Det universelle vs. det partikulære“ [„Universal Versus Particular], KRITIK162/163, u: Eriksen, Jens-Martin, Stjernfelt, Frederik, 2013, Demokratske kontradikcije multikulturalizma, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Beograd;

Bulatović, G., Bulatović, Lj., 2015, Informisanje na jezicima nacionalnih manjina u Vojvodini: praksa i potrebe, KULTURA POLISA: časopis za negovanje demokratske političke kulture, The Culture of Polis, Godina XII, Posebno izdanje: Manjine i mediji, str. 95-118; Izdavači: Kultura-Polis Novi Sad i Institut za evropske studije Beograd

Bulatović, G., Bulatović, Lj., Arsenijević, O., 2014, Strategija konvergentnog javnog servisa Vojvodine, BME 14, Filozofski fakultet Novi Sad, Novi Sad, str. 47-57

Bulatović, G., Bulatović, Lj., 2016, Interkulturalizam i multikulturalizam kao integracione evropske vrednosti u programima javnih servisa: okvir za empirijsko istraživanje infornmativnih programa, Nauka i evrointegracije, Filozofski fakultet Univerziteta u Istočnom Sarajevu, knjiga 10, tom I, od str. 47, do str. 61.

Dimmick, J., 2003, *Media competition and co-existence: The theory of the niche*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Eriksen, J-M, Stjernfelt, F., 2013, *Demokratske kontradikcije multikulturalizma*, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Beograd; Original: Jens-Martin Eriksen & Frederik Stjernfelt *ADSKILLENSER POLITIK, MULTIKULTURALISME – IDEOLOGI Og VIRKELIGHED*, Lindhardt og Ringhof Forlag A/S 2008, København, ISBN: 978-87-595-2821-1

Evropska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda iz 1950. godine: <http://www.sostelefon.org.rs/zakoni/14.%20Evropska%20konvencija%20za%20zastitu%20ljudskih%20prava%20i%20osnovnih.pdf>

Evropska povelja o regionalnim i manjinskim jezicima 1992, dostupno na: <http://www.ljudskaprava.gov.rs/index.php/nacionalne-manjine2/multilateralni-ugovori/evropska-povelja-o-regionalnim-ili-manjinskim-jezicima/77-evropska-povelja-o-regionalnim-i-manjinskim-jezicima> (pristupljeno 05.03.2018).

Interni izveštaj o ukupno emitovanom radijskom programu na svim kanalima RNS u periodu od 1.03.2017. do 31.12.2017. godine.

Kymlicka, W., 2007, *Multicultural Odysseys: Navigating the New International Politics of Diversity*, Oxford: Oxford UP –2007a „Disentangling the Debate“, in Stein 2007, 137–156, u: Eriksen, Jens-Martin, Stjernfelt, Frederik, 2013, *Demokratske kontradikcije multikulturalizma*, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Beograd;

Mindich, D. T. Z., 2008, *Journalism and citizenship: making the connections right*. *Nieman Reports*, 62(4), 23-25

Picard, R. G., 2009, *Changing structures and organization of newsrooms*. *Journal of Media Business Studies*, 6, 1-7

Praška rezolucija 1994, Preporuka br. R (96) 10, Komiteta ministara državama članicama o garantovanju nezavisnosti javnog servisa radio-difuzije (*usvojio Komitet ministara 11. septembra 1996. na 573. sastanku zamenika ministara*). Dostupno na: [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/serbian/Rec\(1996\)010&ExpMem_sb.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/serbian/Rec(1996)010&ExpMem_sb.pdf) (pristupljeno 05.03.2018).

Project for Excellence in Journalism, 2010, *State of the news media 2010: Overview*. Pristupljeno March 15, 2010, na http://www.stateofthedia.org/2010/overview_intro.php (pristupljeno 12.04.2018).

Benedict, R., 1934, *Patterns of Culture* (1934), u: Eriksen, Jens-Martin, Stjernfelt, Frederik, 2013, *Demokratske kontradikcije multikulturalizma*, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Beograd

Strategija JMU RTV Vojvodine, dostupno na: <http://static.rtv.rs/pdf/2013/10/25/strategijarazvoja-rtv-2013-2017-pdf.pdf> (pristupljeno 13.04.2018)

Taylor, Ch., 1994, „The Politics of Recognition“, in *Multiculturalism. Examining the Politics of Recognition*, Ewing NJ: Princeton UP, u: Eriksen, Jens-Martin, Stjernfelt, Frederik, 2013, *Demokratske kontradikcije multikulturalizma*, Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji, Beograd;

Tewksbury, D., 2005, The seeds of audience fragmentation: Specialization in the use of online news sites. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49, 332-348.

Zakon o elektronskim medijima, 2014, dostupno na: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2512-14.pdf> (pristupljeno 05.03.2018.)

Zakon o javnim medijskim servisima, 2014, dostupno na: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2513-14.pdf> (pristupljeno 05.03.2018.)

Zakon o javnom informisanju i medijima, 2014, dostupno na: <http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/2014/2511-14.pdf> (pristupljeno 05.03.2018.)

Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina, Član 20. tačke 3, 4, 5. dostupno na: <http://www.pravamanjina.rs/attachments/NSNM.pdf> (pristupljeno 05.03.2018.)

**KULTURNO DJELOVANJE NACIONALNIH MANJINA NA
LOKALNOJ RAZINI**

**CULTURAL ACTIVITIES OF NATIONAL MINORITIES AT
LOCAL LEVEL**

dr MERI MARETIĆ, docent

Splitsko-dalmatinska županija, Republika Hrvatska

dr JOSIPA CAKTAŠ, prof.

Visoka škola za menadžment i dizajn „Aspira“, Republika Hrvatska

mr ZVONIMIR MIMICA,

Splitsko-dalmatinska županija, Republika Hrvatska

Apstrakt: Organiziranjem u udruge i ustanove, djelovanjem u kulturnim društvima i zajednicama te u vijećima i predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave, pripadnici nacionalnih manjina razvijaju prepoznatljivost u širokom spektru kulture. Kulturološki aspekti u globalizacijskim okvirima približavanja „općem zajedništvu“ snažan su poticaj aktivnostima usmjerenim očuvanju jedinstvenih vrijednosti i baštine nacionalnih manjina. Projekti njegovanja tradicije obuhvaćeni su različitim sadržajima koji imaju značajnu ulogu u promicanju bogatstva izvornog nasljeđa i identiteta koje nacionalne manjine njeguju. Način predstavljanja u lokalnoj zajednici i komuniciranje kroz tradicionalne i nove medije važni su zbog dostupnosti informacija o kulturnom djelovanju. Uvidom u aktivnosti, organizacije, ostvarivanje zakonskih prava i mogućnosti te projekte koje provode pripadnici nacionalnih manjina u jedinicama lokalne samouprave, analizirana je kulturna scena nacionalnih manjina na lokalnoj razini.

Ključne riječi: Nacionalne manjine, kulturna društva, javno komuniciranje, očuvanje baštine

Abstract: *By organizing associations and institutions, working in cultural societies and communities, and in councils and representative bodies of local self-government units, members of national minorities become recognized in a wide range of culture. Cultural aspects in the globalization framework of approaching „universal unity“ are a powerful incentive for activities aimed at preserving the unique values and heritage of national minorities. Cultivating traditions project- contain various contents that play a significant role in promoting the richness of the original heritage and the identity that the national minorities foster. The way of presenting in the local community and communicating through traditional and new media is important because of the availability of information on cultural activity. By inspecting the activities, organizations, implemetationof legal rights and opportunities and projects carried out by members of national minorities in local self-government units, the cultural scene of national minorities was analyzed at local level.*

Key words: *National Minorities, Cultural Societies, Public Communication , Preservation of Heritage*

1. Uvod

Prepoznatljivost pojedinca ili grupe u odnosu na društvenu cjelinu u kojoj se djeluje definirana je zajedničkim karakteristikama koje dijele, prihvaćaju i žive članovi te cjeline. Odrednice zajedničkih karakteristika mogu se ogleđati s mnogih aspekata poput društvenog, kulturnog, etničkog i vjerskog. „Svima nama naš je identitet proizvod povijesti, tradicije, jezika, kulture i fizičkog okoliša zemlje kojoj pripadamo.“ (Kuzmić, 2005: 62)

Struktura jednog društva uvjetovana je glavnim zajedničkim odrednicama njenih članova poput pripadanja određenom području, sporazumijevanja zajedničkim jezikom i njegovanja zajedničkog kulturnog nasljeđa, što rezultira iniciranjem organiziranog djelovanja unutar objektivne stvarnosti. Raznolikost kulturnog nasljeđa u globalizacijskim uvjetima slijed je očuvanja vrednota koje smo nekada živjeli, a u moderno vrijeme očuvali.

Posebnost jednog naroda spram drugog danas je izložena globalizacijskim učincima približavanja „općem zajedništvu“ što posljedično vodi brisanju upravo onih granica koje su određivale specifičnost jednog naroda u

odnosu na drugi. Ljudska dosljednost u očuvanju tradicije s kulturnog aspekta zahtijeva organizirano djelovanje koje bi trebalo biti omogućeno zakonskim odrednicama društvenih zajednica. Izražavanje pripadnosti određenoj nacionalnoj manjini - građanima Republike Hrvatske zakonski je regulirano i zajamčeno prema Ustavu (članak 4., stavak 1.).¹

Kulturna autonomija nacionalnih manjina ostvaruje se kao dio niza prava i sloboda i to „održavanjem, razvojem i iskazivanjem vlastite kulture te očuvanjem i zaštitom svojih kulturnih dobara i tradicije“.² Projekti njegovanja tradicije danas se održavaju i medijskim učincima promicanja društvenih vrednota. „Mediji su pokazatelji stupnja otvorenosti društva prema različitostima svih vrsta (pa tako i etničke različitosti) te tolerancije i razumijevanja za potrebe tih manjinskih skupina“ (Tatalović, 2015: 18). Društvene mreže su danas također važan alat za javno komuniciranje poruka, a podrška lokalne zajednice osigurava obogaćivanje kulturnog doprinosa društvu općenito.

2. Nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj

Kad se govori o pojmu nacionalne manjine „nema jednoznačne definicije“ (Tatalović, Lacović, 2011: 376). Ugledni rječnici pružaju slične definicije: Oxfordov (2006: 936) manjinu određuje kao „manju grupu unutar zajednice ili države koja je različita obzirom na rasu, religiju, jezik, (...)“, Longmanov (2006: 1048) kao „grupu ljudi različite rase, religije(...) od većine drugih ljudi u toj državi“, a Collinsov (2001:983) kao „grupu ljudi iste rase, kulture ili religije, koji žive u mjestu gdje su većina ljudi oko njih različite rase, kulture ili religije“. Prema Središnjem državnom portalu Hrvatske govori se o „skupini hrvatskih državljana čiji pripadnici su tradicionalno nastanjeni na teritoriju Republike Hrvatske, a njeni članovi imaju etnička, jezična, kulturna i/ili vjerska obilježja različita od drugih građana i žele ih očuvati“ (Središnji državni portal, b).

Provođenjem politike zaštite prava nacionalnih manjina od strane *Ureda za ljudska prava i nacionalne manjine* (operativno tijelo Vlade Republike Hrvatske) i drugih državnih institucija osigurava se „zaštita od asimilacije i getoizacije i omogućava razvoj kulturnog i nacionalnog identiteta u cilju njihove integracije u hrvatsko društvo“ (Središnji državni portal, a). Pritom je

¹<http://www.zakon.hr/z/295/Ustavni-zakon-o-pravima-nacionalnih-manjina> (stranica posjećena 7.4.2018.)

²<https://pravamanjina.gov.hr/nacionalne-manjine/polozaj-i-prava-pripadnika-nacionalnih-manjina-u-republici-hrvatskoj/353> (stranica posjećena 19.4.2018.)

važno da se integracija manjina odvija „uz istodobno očuvanje njihova identiteta“ (Tatalović, Lacović, 2011: 376). Formalno pravno, prema članku 2. *Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina* (2002.), zaštita ljudskih prava i sloboda mora se odvijati „bez diskriminacije po spolu, rasi, boji kože, jeziku, vjeroispovijesti, političkom i drugom uvjerenju, nacionalnom i društvenom porijeklu, povezanosti s nacionalnom manjinom, vlasništvu, statusu naslijeđenim rođenjem ili po nekoj drugoj osnovi sukladno članku 14. i 17. stavku 3. Ustava Republike Hrvatske“.

U Republici Hrvatskoj temeljem Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina, osnovano je autonomno tijelo *Savjet za nacionalne manjine* koje ima niz prava u koja spada i suradnja s međunarodnim tijelima za pitanja nacionalnih manjina, predlaganje rasprava Saboru i Vladi te „Također ima pravo davati mišljenje i prijedloge o programima javnih radijskih i televizijskih postaja kao i prijedloge za poduzimanje gospodarskih, socijalnih i drugih mjera na područjima tradicionalno ili u znatnijem broju nastanjenim pripadnicima nacionalnih manjina, kako bi se očuvalo njihovo postojanje na tim područjima.“³ Prema navedenom izvoru, uz saborske zastupnike nacionalnih manjina, u Savjetu je zastupljeno pet predstavnika iz „stručnih, kulturnih, vjerskih i znanstvenih redova predstavnika manjinskih udruga, a koje imenuje Vlada RH na prijedlog udruga, pravnih osoba i građana pripadnika nacionalnih manjina“ te sedam članova predstavnika iz Vijeća za nacionalne manjine. Prema Godišnjem izvješću za 2017., putem Savjeta sufinanciralo se 860 programa kulturne autonomije; u 2018. „putem Savjeta sufinancirat će se 870 programa koje su predložile udruge i ustanove manjina odnosno 171 njihove podružnice (...)“⁴

Uz „postizanje društvene harmonije“ i s težnjom „do stvarnog poimanja manjina kao ‘mosta suradnje’ s državama njihovog matičnog naroda“ (Tatalović, Lacović, 2011: 375-376), za svako moderno, uređeno društvo, manjine su prava vrijednost, čine ga bogatijim i raznovrsnijim. Kad se razmatraju prava i odnos prema manjinama, njihov položaj „smatra se u današnje vrijeme jednom od temeljnih odrednica demokratskog ustroja svake zemlje“ (Vidmarović, 2017).

³ <http://www.savjet.nacionalne-manjine.info/> (stranica posjećena 16.4.2018.)

⁴ <http://www.nacionalne-manjine.info/> (stranica posjećena 20.4.2018.)

2.1 Nacionalne manjine u Splitsko-dalmatinskoj županiji

Splitsko-dalmatinska županija prostorno je najveća županija Hrvatske. Prema popisu stanovništva, kućanstava i stanova 2011. u rubrici 1469 – *Stanovništvo prema državljanstvu, narodnosti, vjeri i materinskom jeziku* (2011: 48-49) Splitsko-dalmatinska županija ima 454798 stanovnika, a od toga 22 nacionalne manjine: Srba 4797, Bošnjaka 1389, Albanaca 1025, Slovenaca 575, Crnogoraca 485, Makedonaca 318, Mađara 228, Nijemaca 220, Čeha 175, Talijana 134, Slovaka 129, Rusa 124, Poljaka 85, Ukrajinaca 62, Bugara 48, Turaka 43, Židova 31, Austrijanaca 21, Rumunja 18, Rusina 18, Roma 8 i Vlaha 2.

U Gradu Splitu kao sjedištu Splitsko-dalmatinske županije popisom stanovništva u 2011.godini⁵ utvrđen je sljedeći broj evidentiranih pripadnika manjina: Srba 2533, Bošnjaka 664, Crnogoraca 354, Slovenaca 341, Albanaca 322, Makedonaca 222, Mađara 108, Talijana 83, Rusa 71, Čeha 53, Nijemaca 51, Slovaka 37, Židova 29, Bugara 27, Poljaka 27, Ukrajinaca 23, Turaka 16, Rumunja 12, Austrijanaca 7, Rusina 3, Roma 2, Vlaha 1 te ostalih 303.

U Republici Hrvatskoj nacionalne manjine imaju zakonsko pravo organizirati se na načine koji ovise o njihovoj brojnosti u odnosu na ukupno stanovništvo jedinica lokalne samouprave i regionalne samouprave. Prema članku 24. *Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina* (2002.) ukoliko „pojedine nacionalne manjine sudjeluju s najmanje 1,5% u ukupnom stanovništvu jedinice samouprave, u jedinicama lokalne samouprave na čijem području živi više od 200 pripadnika pojedine nacionalne manjine te u jedinicama područne (regionalne) samouprave na čijem području živi više od 500 pripadnika nacionalne manjine, pripadnici svake takove nacionalne manjine mogu izabrati vijeće nacionalne manjine“; ukoliko ovi uvjeti nisu ispunjeni, a „na području jedinice samouprave živi najmanje 100 pripadnika nacionalne manjine (...) bira se predstavnik nacionalne manjine.“ Zaštita nacionalnih manjina u prvom planu stavlja razvoj tolerancije društva u cjelini, suradnju te međukulturalni dijalog, posebno u području kulture i medija. Uz slobodu govora, važno je istaknuti pravo na pristup informacijama i komunikaciju putem medija.

Prema informacijama o rezultatima izbora za članove vijeća i za predstavnike nacionalnih manjina 2015. u Splitsko-dalmatinskoj županiji⁶ nazna-

⁵ <http://www.split.hr/> (stranica posjećena 14.4.2018.)

⁶ http://www.izbori.hr/arhiva-izbora/data/manjine/2015/izaRUSKAbrani/i_90_17_0000.pdf (stranica posjećena 20.4.2018.)

čeni su podaci u Tablici 1. Prema istom izvoru za albansku, njemačku, slovačku i talijansku nacionalnu manjinu izbori za članove vijeća u Županiji nisu održani, jer nije bilo istaknutih kandidatura. Za predstavnika u Gradu Kaštela istaknutih kandidatura nije bilo za bošnjačku nacionalnu manjinu, u Gradu Makarska nije ih bilo za albansku nacionalnu manjinu, a u Gradu Splitu za članove vijeća albanske nacionalne manjine.

Tablica 1. Podaci o ukupnom broju birača koji su glasovali za članove vijeća i za predstavnike nacionalnih manjina 2015.

Razina	Izbori za	Nacionalna manjina	Birači		
			Ukupno	Glasovalo	%
SPLITSKO-DALMATINSKA ŽUPANIJA	Članove vijeća	BOŠNJAČKA	438	62	14,16%
		SLOVENSKA	486	28	5,76%
		SRPSKA	5.274	265	5,02%
	Predstavnik	CRNOGORSKA	489	20	4,09%
		ČEŠKA	109	1	0,92%
		MAĐARSKA	208	72	34,62%
		MAKEDONSKA	347	83	23,92%
RUSKA	81	7	8,64%		
Imotski	Članove vijeća	SRPSKA	270	23	8,52%
Kaštela	Članove vijeća	SRPSKA	389	4	1,03%
Makarska	Predstavnik	SRPSKA	169	5	2,96%
Sinj	Predstavnik	SRPSKA	162	12	7,41%
Solin	Predstavnik	SRPSKA	126	4	3,17%
Split	Članove vijeća	BOŠNJAČKA	257	43	16,73%
		CRNOGORSKA	355	20	5,63%
		MAKEDONSKA	245	69	28,16%
		SLOVENSKA	309	25	8,09%
		SRPSKA	2.738	150	5,48%
	Predstavnik	MAĐARSKA	85	39	45,88%
Vrlika	Predstavnik	SRPSKA	167	20	11,98%
Podbablje	Predstavnik	SRPSKA	179	15	8,38%

Izvor: http://www.izbori.hr/arhiva-izbora/data/manjine/2015/izabrani/i_90_17_0000.pdf

U Izvoješću o provođenju Ustavnog zakona o pravima nacionalnih manjina i o utrošku sredstava osiguranih u državnom proračunu Republike Hrvatske za 2015. i 2016. godinu za potrebe nacionalnih manjina (Zagreb, siječanj 2018.) stoji da Republika

Hrvatska te jedinice lokalne samouprave i područne (regionalne) samouprave sudjeluju u financiranju djelovanja institucija koje promiču nacionalni i kulturni identitet (osnovane od strane pripadnika nacionalnih manjina) i to kroz „udruge, zaklade i fondacije te ustanove za obavljanje djelatnosti javnog priorćavanja, kulturne, nakladničke, muzejske, arhivske, knjižnične i znanstvene djelatnosti.“⁷ U istom se izvoru navodi kako su posebno razvijene „izdavačka i knjižnična djelatnost, kao izraz realne medijske situacije u kojoj stvaraju pripadnici manjina, a Republika Hrvatska je najveće materijalno ulaganje u manjinsku baštinu i ovaj put ostvarila u zaštiti nepokretnih i pokretnih spomenika kulture. Svi spomenici kulture sastavni su dio hrvatske kulturne baštine, ali su ujedno i baština nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj.“

Prava nacionalnih manjina u Splitsko-dalmatinskoj županiji određena su Statutom Županije⁸ pa tako prema članku 41. putem izabranih vijeća i predstavnika nacionalnih manjina sudjeluju u javnom životu i upravljanju lokalnim poslovima. Suradnja pripadnika nacionalnih manjina i lokalne zajednice okvir je društvenih vrijednosti i političkog razvoja zemlje.

U samom Gradu Splitu „Nacionalne manjine sudjeluju u javnom životu Grada putem vijeća i predstavnika nacionalnih manjina te putem udruga koje njeguju jezik, običaje, kulturu i folklor nacionalnih manjina.“⁹ Prema istom izvoru vijeća i predstavnici nacionalnih manjina u gradu Splitu su: Vijeće bošnjačke, crnogorske, makedonske, slovenske, srpske i mađarske nacionalne manjine koji sudjeluju i u upravljanju lokalnim poslovima „s ciljem unapređivanja, očuvanja i zaštite položaja nacionalnih manjina u društvu, (...)“¹⁰

3. Organizacija i način djelovanja nacionalnih manjina na primjerima kulturnih društava na lokalnoj razini

Kultura i kulturno djelovanje u društvenom kontekstu ogleđa zajedništvo pojedinaca jedne cjeline kojom se formira njihov identitet. Prepoznatljivost nacionalnih manjina na lokalnoj razini uočava se kroz način organiziranja,

⁷<https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//Sjednice/2018/01%20sije%C4%8Danj/74%20sjednica%20VRH//74%20-%2015.pdf> (stranica posjećena 19.4.2018.)

⁸<https://www.dalmacija.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?portalid=0&EntryId=1279> (stranica posjećena 19.4.2018.)

⁹<http://www.split.hr> (stranica posjećena 14.4.2018.)

¹⁰ <http://www.split.hr/Default.aspx?art=6992&sec=875> (stranica posjećena 14.4. 2018.)

izlaske na izbore i biranje svojih predstavnika u općinama, gradovima, županijama te okupljanjem i organiziranim djelovanjem kroz kulturne udruge. Spomenuta odrednica korištena je pri izboru sugovornika. Analizom kulturnog djelovanja nacionalnih manjina u Splitsko-dalmatinskoj županiji pokazuje se koliko je upravo taj aspekt važan za održavanje veze sa zemljom porijekla kao i za povezanost s mjestom življenja. Kulturno djelovanje obogaćuje i oplemenjuje raznolikosti ljudskog nasljeđa.

Polustrukturiranim intervjuom prikupljene su informacije dobivene od odgovornih predstavnika nacionalnih manjina koji obavljaju različite zadaće - od predsjednika kulturnih društava i vijeća nacionalnih manjina, članova udruga, predstavnika manjina u tijelima jedinica lokalne samouprave i ostalih koji svojim djelovanjem podržavaju spomenute kulturne aktivnosti. Cilj analize je bio stjecanje uvida u važna područja kulturnog i medijskog djelovanja različitih manjina koje su aktivne na kulturnoj sceni gradova Splitsko-dalmatinske županije. Dobiveni odgovori upućuju na važnost očuvanja tradicionalnih vrijednosti baštine svojih predaka, ali i sudjelovanje u kulturnom prostoru mjesta življenja.

Prikupljene informacije obuhvatile su načine obilježavanja važnih datuma matičnih država kulturnim manifestacijama, objavljivanje publikacija, učenje i održavanje govornog i pisanog jezika, rad kulturnih sekcija, organiziranje gostovanja zavičajnih skupina i predstavnika međunarodnih kulturnih scena te kulturni amaterizam. Drugi dio analize odnosi se na informacije o korištenju medija, poznavanje komunikacijskih kanala i alata te načine na koji nacionalne manjine komuniciraju s javnošću. Posebno je naglašeno i pitanje o prepoznavanju mogućnosti novih medija u svrhu informiranja članova javnosti. Način prezentacije kulturnog djelovanja široj javnosti važan je aspekt širenja javne poruke. Zaključno su analizirane i mogućnosti javnog predstavljanja kao i dostupnost informacija o kulturnom djelovanju korištenjem komunikacijskih kanala koje nudi suvremena tehnologija.

3.1 Pregled aktivnosti kulturnih društava nacionalnih manjina na lokalnoj razini

Organizacija i način djelovanja kulturnih društava uvjetovani su njihovim stupnjem aktivnosti, broju članova, financijskim mogućnostima kao i zakonskim okvirima. S kulturološkog i medijskog aspekta, upravo na lokalnoj razini, kulturna društva mogu dati doprinos podizanju razine svjesnosti u očuvanju kulturne baštine.

Slovensko kulturno društvo Triglav - Split ima 350 aktivnih članova i predstavnike na svim razinama – od lokalne do nacionalne. Dugogodišnje aktivno okupljanje članova očituje se kroz različite sekcije u kojima djeluju: mješoviti pjevački zbor, slikarska skupina, dječja sekcija „Kekec“, planinarska sekcija te sekcija izrade idrijske čipke. U svojim prostorima organiziraju učenje jezika kroz dopunsku nastavu slovenskog jezika za djecu i odrasle. Okupljaju slikare koji sudjeluju na međunarodnim kolonijama. Prepoznati su i po jedinoj tiskanoj publikaciji na lokalnoj razini gdje četiri puta godišnje izdaju list *Planika*. Od novih medija koriste komunikaciju putem Facebooka. Pripremanjem projekata prijavljuju se aktivno na brojne natječaje u Hrvatskoj i inozemstvu. U Splitu sudjeluju na kulturnoj sceni i priređuju koncerte više puta tijekom godine u različitim prigodama. U Sloveniji sudjeluju na brojnim kulturnim manifestacijama.

Zajednica Crnogoraca - Split djeluje kao udruženje građana crnogorske nacionalnosti s područja Splitsko-dalmatinske županije. Imaju izabrane predstavnike na različitim razinama. Svoju kulturnu aktivnost članovi Zajednice provode kroz organiziranje slikarsko-amaterskih izložbi te književnih večeri na kojima gostuju umjetnici iz Crne Gore i ostalih država. Obilježavaju praznike i blagdane, a posebno ističu postojanje multinacionalnog, mješovitog pjevačkog zbora. Sudjeluju na danima stvaralaštva nacionalnih manjina te kulturnim događanjima u Rijeci i Zagrebu pod nazivom „Petrovdanski sabor Crnogoraca“ i „Lučindanski susreti“. Izdavačka djelatnost usmjerena je na izdavanje lista *Crnogorski glasnik* koji se tiska na državnoj razini. Sudjeluju i u sportskim aktivnostima manjinskih zajednica. Kulturnim manifestacijama obilježavaju važne povijesne datume i praznike. Nove medije koriste putem Facebooka.

Srpska nacionalna manjina djeluje kroz *Srpsko kulturno društvo Prosvjeta*, a uz izabrane predstavnike u lokalnim sredinama aktivnosti se odvijaju i angažiranjem članova Vijeća srpske nacionalne manjine. Jedna od najvažnijih aktivnosti posebno je usmjerena na izdavanje knjiga i istraživanje povijesnog, kulturnog, književnog, umjetničkog i društvenog razvoja. Splitski pododbor kulturnog društva poznat je po pjevačkom zboru. Članovi društva organiziraju susrete u cilju očuvanja kulturne baštine na lokalnoj i međunarodnoj razini. Uz web stranicu koriste i Facebook u cilju informiranja i komuniciranja s članovima i javnosti.

Kulturno društvo Bošnjaka Preporod Split organizirano je kao udruga koja provodi aktivnosti vezane za njegovanje tradicije putem pjevačkog zbora

„Sevdah“, dječjeg zbora „Ljiljan“, izdavačke djelatnosti, organiziranja literarnih večeri u suradnji s knjižnicama pojedinih gradova (Split, Omiš). Tiskano glasilo izlazi u okviru asocijacije na razini države pod nazivom „Sabah“ (Sabor bošnjačkih asocijacija Hrvatske). Međunarodnom suradnjom 2017. obilježili su 100. godišnjicu rođenja književnika Maka Dizdara pod nazivom „Prvih 100 godina Maka“. Promoviranje kulturoloških aktivnosti vrše putem Facebooka.

Udruge *Makedonski kulturni centar* i *Makedonsko kulturno društvo Makedonija* iz Splita predstavljaju okosnicu djelovanja spomenute nacionalne manjine u području njegovanja kulturne baštine. Kao i ranije navedene manjine imaju predstavnike na lokalnim i državnim razinama. Uz tradicionalno njegovanje zavičajnog identiteta, sudjeluju u kulturno-umjetničkom stvaralaštvu udruga sličnog karaktera i na smotrama folklora. Jedna od aktivnosti na očuvanju baštine je obnova narodnih nošnji. Organiziraju učenje zavičajnog jezika i obilježavaju značajne datume obiju država. Tiskano glasilo *Makedonski glas* izdaje se preko *Zajednice Makedonaca* u Zagrebu i izlazi više puta godišnje. Informacije putem novih medija razmjenjuju korištenjem Facebooka.

Demokratska zajednica Mađara Hrvatske je udruga Splitsko-dalmatinske županije koja organizirano djeluje kroz kulturne aktivnosti pjevačkog, literarnog, likovnog i izdavačkog sadržaja. Obilježavaju važne datume prigodnim aktivnostima te organiziraju Dane mađarske kulture u Splitu. Publikaciju mađarske nacionalne manjine priprema krovna udruga na državnoj razini. Uočio bljetnica postojanja i rada izdaju prigodne monografije. Djelovanje udruge pokrenuto je i u manjim mjestima, na otoku Braču te u gradovima Splitsko-dalmatinske županije. Korištenje novih medija odvija se putem Facebooka.

Rusko kulturno društvo Izvor -Split okuplja pripadnike ruske nacionalne manjine. Kroz cijelu godinu njeguju niz aktivnosti obilježavanja važnih datuma iz povijesti i kulture obiju država. Posebno se ističe djelovanje književne, literarne, jezične i pjevačke sekcije promicanjem ruske kulture kroz različita umjetnička stvaralaštva. U Splitu se bave kulturnim amaterizmom, priređuju Dane ruske kulture te ostale glazbeno-scenske događaje poput koncerta „Sergej Jesenjin - u glazbi i stihovima“ u sklopu festivala „Ruska jesen u Splitu“. Komunikacija kulturnih aktivnosti provodi se putem Facebooka.

Uz navedena društva nacionalnih manjina, koja su izlaskom na izbore izabrale predstavnike i članove vijeća u gradovima i općinama Splitsko-dalmatinske županije, postoje povijesno prepoznate kulturne cjeline kao i druge,

po očuvanju tradicije poznate udruge nacionalnih manjina, koje na različite načine čuvaju identitet pojedinih naroda. Primjerice, *Zajednica Talijana Split* udruga je koja ima za cilj promociju talijanskog jezika i kulture kroz djelovanje pjevačkog zbora te organiziranjem besplatnih tečajeva talijanskog jezika. Sudjeluju na smotri nacionalnih manjina i različitim europskim projektima. Imaju bogatu knjižnicu, aktivni su u priređivanju kulturnih događanja (obilježavaju tjedan talijanskog jezika i kulture, organiziraju predavanja, izložbe i ostala događanja). Komunikacija s ciljanom javnosti vrši se putem web stranice te Facebooka.

4. Zaključak

Kulturna autonomija, njegovanje jezika, sudjelovanje u izborima za predstavnike na lokalnim razinama i prekogranična suradnja predstavljaju temeljne odrednice koje mogu potaknuti i unaprijediti djelovanje pripadnika nacionalnih manjina. Prema zakonskim odredbama u samoupravnom djelokrugu, nacionalne manjine imaju mogućnosti organiziranja na razini jedinica lokalne samouprave u vijeća i predstavnička tijela, ali i u udruge i kulturna društva koja promiču njihov nacionalni i kulturni identitet. Analizom kulturnog djelovanja nacionalnih manjina u Splitsko-dalmatinskoj županiji pokazuje se kako upravo tim aspektom održavaju veze sa zemljom porijekla, istovremeno obogaćujući sredinu u kojoj djeluju.

Prema prikupljenim informacijama potvrđena je međusobna suradnja predstavnika različitih skupina i nacionalnih manjina na području Splitsko-dalmatinske županije. Zajedničko svim navedenim nacionalnim manjinama je usmjerenost ka ostvarenju istih ciljeva koji se odnose na očuvanje kulture i tradicije aktivnim sudjelovanjem na svim razinama od lokalnih do državnih. Uočava se usmjerenost na sudjelovanje u europskim projektima i dobivanje financija iz pripadajućih fondova. Razmjenom gostovanja i suradnjom te zajedničkim obilježavanjem Dana ljudskih prava pokazuju primjer suradnje i kulturu komuniciranja te poštivanje različitosti.

Obilježavanje važnih datuma kulturnim manifestacijama, objavljivanjem publikacija, učenjem i održavanjem govornog i pisanog materinjeg jezika, aktivnošću kulturnih sekcija, organiziranjem gostovanja zavičajnih skupina i predstavnika međunarodnih kulturnih scena promovira se i čuva baština. Korištenjem tradicionalnih i novih medija, komunikacijskim kanalima i alatima odvija se komuniciranje s javnošću u svrhu informiranja članova te zainteresirane javnosti. Upravo zahvaljujući njegovanju izvornih običaja i poticanju

suvremenih umjetničkih postignuća čuva se identitet različitih naroda čineći cjelokupno društvo bogatijim, raznovrsnijim i demokratičnijim.

Literatura

Collins English Dictionary for Advanced Learners (2001.), 3. izdanje, 6. put, Glasgow, HarperCollins Publisher.

Longman Dictionary of Contemporary English (2006.), 4. izdanje, 8. put, Harlow, Pearson Education Limited.

Kuzmić, M., (2005.) Nacionalni i kulturni identitet Hrvatske i članstvo u Europskoj uniji, Split, Europski pokret Split.

Oxford Advanced Learner's Dictionary (2006.), 7. izdanje, Oxford, Oxford University Press

Internetski izvori

Fahmi, K. (2012.) *The importance of integration of National Minorities*, OSCE Organization for Security, Working session 16: Democratic institutions, <https://www.osce.org/odihr/95126> (stranica posjećena 5.4.2018.)

Nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj, Zagreb, Središnji državni portal (a), <https://pravamanjina.gov.hr/nacionalne-manjine/nacionalne-manjine-u-republici-hrvatskoj/352> (stranica posjećena 6.4.2018.)

Popis stanovništva, kućanstava i stanova 2011., Stanovništvo prema državljanstvu, narodnosti, vjeri i materinjskom jeziku, Zagreb, Državni zavod za statistiku, https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2012/SI-1469.pdf (stranica posjećena 4.4.2018.)

Što su nacionalne manjine i koja prava i slobode imaju, Zagreb, Središnji državni portal (b), <https://uprava.gov.hr/sto-su-nacionalne-manjine-i-koja-prava-i-slobode-imaju/12718> (stranica posjećena 6.4.2018.)

Tatalović, S., Lacović, T. (2011.) *Dvadeset godina zaštite nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj*, u: Migracijske i etničke teme, broj 27, 3: 375-391, Zagreb, Hrčak Srce, <https://hrcak.srce.hr/file/115924> (stranica posjećena 5.4.2018.)

Tatalović, S., (2015.) "Medijska politika i nacionalne manjine u Republici Hrvatskoj: Mediji i nacionalne manjine", u Koštro, M. (ur.): *Priručnik za novinare i urednike elektroničkih medija*, Zagreb: Documenta-Centar za suočavanje s prošlošću Kuća ljudskih prava, str. 11-20., https://www.e-mediji.hr/repository_files/file/674/ (stranica posjećena 15.4.2018.)

Ustavni zakon o pravima nacionalnih manjina (2002.) Zagreb, Zakon.hr, <https://www.zakon.hr/z/295/Ustavni-zakon-o-pravima-nacionalnih-manjina> (stranica posjećena 7.4.2018.)

Vidmarović, Đ. (2017.) *Važno djelo o pravnom položaju nacionalnih manjina u Hrvatskoj*, Mato Arlović: *Pravo nacionalnih manjina u Republici Hrvatskoj*, Zagreb, Hrvatsko kulturno vijeće, <http://www.hkv.hr/izdvojeno/komentari/dvidmarovic/27178-d-vidmarovic-vazno-djelo-o-pravnom-polozaju-nacionalnih-manjina-u-hrvatskoj.html> (stranica posjećena 4.4.2018.)

<https://www.dalmacija.hr/DesktopModules/Bring2mind/DMX/Download.aspx?portalid=0&EntryId=1279> (stranica posjećena 19.4.2018.)

http://www.izbori.hr/arhiva-izbora/data/manjine/2015/izabrani/i_90_17_0000.pdf (stranica posjećena 20.4.2018.)

<http://www.nacionalne-manjine.info/> (stranica posjećena 20.4.2018.)

<https://pravamanjina.gov.hr/nacionalne-manjine/polozaj-i-prava-pripadnika-nacionalnih-manjina-u-republici-hrvatskoj/353> (stranica posjećena 19.4.2018.)

<http://www.savjet.nacionalne-manjine.info/> (stranica posjećena 16.4.2018.)

http://slovinci.hr/hr_ZVEZA/ (stranica posjećena 20.4.2018.)

<http://www.split.hr> (stranica posjećena 14.4.2018.)

<http://www.split.hr/Default.aspx?art=6992&sec=875> (stranica posjećena 14.4.2018.)

<http://www.skdprosvjeta.com/subcomity.php?id=18> (stranica posjećena 10.4.2018.)

<https://vlada.gov.hr/UserDocsImages//Sjednice/2018/01%20sije%C4%8Danj/74%20sjednica%20VRH//74%20-%2015.pdf> (stranica posjećena 19.4.2018.)

<http://mreza.tv/zajednica-crnogoraca-split/> (stranica posjećena 10.4.2018.)

UDK: 316.774:323.15

**PREDSTAVLJANJE MANJINA I PROMOVISANJE RAZLIČITOSTI U
MEDIJIMA: IDENTIFIKOVANJE I REŠAVANJE NOVOG SOCIJALNOG
PROBLEMA**

**PRESENTATION OF MINORITIES AND DIVERSITY PROMOTION IN THE
MEDIA: IDENTIFYING AND SOLVING A NEW SOCIAL PROBLEM**

dr MIHAJLO MANIĆ, vanredni profesor
Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Beograd

dr DEJAN LABOVIĆ, docent
Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Beograd

Apstrakt: *Autori u radu ukazuju na velike razlike i raznolikost u pristupima i tumačenju odnosa medija i manjina. Ovo nije iznenađujuće, naročito u pogledu istorije, tradicije i kulture. Za neke zemlje je taj izazov veliki. Za druge je jednostavno raditi na izgradnji pravednog i tolerantnog društva. Međutim, svi se slažu da je diskriminacija nedopustiva pojava i da se preduzimaju koraci kako bi se poboljšalo izražavanje pripadnika manjina i pristup medijskoj industriji, kao i veća medijska aktivnosti u borbi protiv diskriminacije. Preduzete mere variraju od zemlje do zemlje. Neki svoju pažnju fokusiraju na kreativnost i potragu za novim medijskim identitetom, ili ukazuju na pitanje etičke odgovornosti. Drugi, opet, ističu ekonomski i komercijalni interes koji može biti "opravdanje" za različitost u medijima. Na kraju, važnost i dosledna primena zakonodavnog okvira i propisa smatra se mogućim arbitrom u korist borbe protiv diskriminacije u medijima.*
Ključne reci: *Diskriminacija, različitost, jednakost, etnička pripadnost, integracija, mediji, manjina, javna pitanja*

Abstract: *The authors in the paper points to great differences and diversity in the approaches and interpretation of the media and minority relations. This is not surprising, particularly in terms of history, tra-*

dition and culture. For some countries, this challenge is great. For others, it is easy to work on building a just and tolerant society. However, everyone agrees that discrimination is an unacceptable phenomenon and steps are being taken in order to improve the expression of minorities and their access to the media industry, as well as greater media activities in the fight against discrimination. The measures taken vary from country to country. Some focus their attention on creativity and the search for a new media identity, or point to the issue of ethical responsibility. Others, on the other hand, emphasize the economic and commercial interest that can be "justification" for diversity in the media. Ultimately, the importance and consequent application of the legislative framework and regulations is considered a possible arbitrator in favor of combating discrimination in the media.

Key words: *Discrimination, Diversity, Equality, Ethnicity, Integration, Media, Minorities, Public Issues*

1. Uvod

Osnovno pitanje na koje bi trebalo dati odgovor jeste da li su kulturne razlike dovoljan razlog za medijjski sadržaj; da li manjine uvek imaju minimum pristupa informacionim i komunikacionim tehnologijama? Odgovor treba da podrazumeva i opšti problem masovnih medija tokom svakodnevnih aktivnosti. One, u najmanju ruku, doprinose kulturnom predstavljanju i izražavanju manjina u državama. U tom kontekstu može se primetiti neophodna potreba za potragom koherentnosti države u pogledu njihove politike prema manjinama, uključujući njihove mogućnosti izražavanja i pristupa medijima.

Globalizacija, percipirana kao standardizacija, pa i u domenu kulture, predstavlja izvor pitanja o ekonomskim, socijalnim, kulturnim i jezičkim pitanjima. Sam proces otkrio je specifičan kulturni kompleks u kontekstu globalizacije, posebno u svojim ekonomskim aspektima. "Globalizacija, sa jedne strane, dovodi do standardizacije načina života putem informacione tehnologije i masovnih medija."¹ Mnoga otvorena pitanja tiču se medija i mogućnosti korišćenja maternjeg jezika. Neke države su prepoznale autohtone jezike kao "nacionalne jezike", pored "službenog jezika", kao rezultat uticaja istorijsko-

¹ M. Stojadinović i Ž. Đurić, *Politički mitovi neoliberalizma*, Institut za političke studije, Beograd, 2017.

kulturne zajednice. Međutim, ove države se suočavaju i sa multikulturalizmom, interno i eksterno, od kojeg moraju izgraditi svoju "nacionalnu" koheziju sa medijima. U tom kontekstu, jasno je da su mediji vektori "razmnožavanja" kulturnih modela, a "množenje" lokalnih medija je karakterističan pokazatelj razvoja i uticaja manjinskih kultura.

Nije teško identifikovati međudržavnu i unutar državnu migraciju, problem etničkih manjina ili manjina u okviru političkih konotacija. Pored ovih etničkih problema, pojavljuje se ekonomski faktor koji je, između ostalih, postao najvažniji. Izraženo drugačije, može se pretpostaviti da postoji simbioza razvoja, odnosno da razvoj jezika ide ruku pod ruku sa ekonomijom. Zbog toga, uprkos jezičkom bogatstvu kontinenta i različitim zemalja, ekonomija i interesi nose jezike kolonizacije, što ih čini jezicima društvene promocije. Zaključak je da je opšte društveno prihvaćen neokolonijalni "superiorniji" jezik i da je na delu upotreba jezika u datom socioistorijskom kontekstu. Kakva je budućnost manjinskih jezika u doba globalizacije? Dok su mnogi od njih na ivici smrti, drugi su u agoniji, dok sve zastupljniji francuski, engleski, nemački, španski, italijanski... dobijaju status međunarodnog jezika. Možda će se na velika vrata uskoro vratiti kinseki i ruski. Međutim, treba jasno determinisati da iako mediji, uz liberalizaciju emitterskih talasa, pokušavaju da animiraju kulturni pluralizam u odnosu na jezike. Njihovi naponi ostaju neformalni, jer su upravo građani ti koji "regulišu", koriste jezik, a upotreba jezika je određena prema njihovim interesima i geografskim područjima. Transkulturalna problematika medija se pojavila na međunarodnom nivou, sa kritikom dominacije zapadnog informacionog nametanja vlastitih predstava i vrednosti. Zbog toga je globalizacija i kulturna raznolikost u dijalektici sve više podstaknuta opštim interesima, posebno u kontekstu novih tehnologija, koje su dovele do ubrzavanja vremena i razmene informacija u suženom prostoru.

Od svog osnivanja, Veće Evrope se bavilo pitanjima diskriminacije i različitosti. Evropska konvencija o ljudskim pravima (CEDH) to jasno ističe u članu 14: "Uživanje prava i sloboda predviđenih u ovoj Konvenciji obezbeđuje se bez diskriminacije po bilo kom osnovu, kao što su pol, rasa, boja kože, jezik, veroispovest, političko ili drugo mišljenje, nacionalno ili socijalno poreklo, povezanost s nekom nacionalnom manjinom, imovina, rođenje ili drugi status."² Različiti događaji u Evropi su "uzdrnali" ove principe u poslednjih pe-

² Konvencija o ljudskim pravima, str. 13. Link: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SRP.pdf (Pregledano: 05.04.2018.)

deset godina: ekonomska migracija bivših kolonijalnih teritorija, stari animozitet prema Romima i drugim narodima, zahtev za jednakost pred zakonom žena i gej i lezbejskih grupa, mržnja tokom sukoba u bivšoj Jugoslaviji, zahtevi separatista i drugih nacionalnih manjina za većom nezavisnošću, tražioci azila i izbeglice koji su izbegli sukob, posledice napada 11. septembra i reakcije na bombardovanje u Evropi...

Mediji mogu imati pozitivnu ulogu u borbi protiv netolerancije, naročito podsticanjem klime razumevanja između različitih etničkih, kulturnih i verskih grupa u društvu. Neophodno je da mediji adekvatno sagledaju problem netolerancije u okruženju, povećanje multietničke i multikulturalne prirode država članica Evropske unije, i korake koje bi mogli preduzeti kako bi se promovisala tolerancija i razumevanje. Visoko obrazovne institucije, kao škole novinarstva i instituti za obuku o medijima, bi mogle korisno uvesti specijalizovane kurseve, u svojim programima, kako bi razvili profesionalni pristup koji bi bio uključen u angažman medija u multietničkim i multikulturalnim društvima. To bi svakako bio doprinos koji mediji mogu učiniti sa ciljem poboljšanja razumevanja između različitih etničkih, kulturnih i verskih zajednica. Medijske kompanije mogu korisno razmišljati, u tom smeru, o sledećim aspektima: činjenično i precizno prikazivanje dela rasizma i netolerancije; tačno prikazivanje situacija napetosti između zajednica; izbegavanje, u publikacijama i programskim sadržajima, stereotipno predstavljanje članova kulturnih, etničkih ili verskih zajednica; razotkrivanje ideja u osnovi izraza netolerancije govornika tokom intervjua, izveštaja, televizijske debate itd.; raznolikost osoblja medijskih kuća i stepen do kojeg ova raznolikost odražava multietničku i multikulturnu prirodu svojih čitalaca, slušalaca i gledalaca. Naglasak na obuci, vrednosti i pristupu, pokazuje moguću kontradiktornost između slobode izražavanja i prava, a sa razlogom da manjine ne budu žrtve diskriminacije, rasizma i diskriminacije. Važno je naglasiti da teškoće u pronalaženju ravnoteže nisu inherentne samim pravima, već potiču iz klime anksioznosti i straha stvorene borbom protiv terorizma i, kao rezultat toga, erozije državne i javne podrške ljudskim pravima uopšte. Još je važnije u ovom kontekstu podsticati kvalitetno novinarstvo. Dakle, potrebno je pružiti veliku podršku medijskom sektoru kako bi promovisali deontologiju novinarstva: odgovornost u ostvarivanju slobode izražavanja.

Rasizam nije urođen, već stečen. To je rezultat diskursa i komunikacije, uključujući i običan rasizam koji prenose "simboličke elite" društva (pisci, nastavnici, novinari, izdavači, političari...). Zbog toga i te "simboličke elite" mora-

ju biti integrisane u rešavanje problema. Zabrinjavajuće je videti kako se anti-rasistički diskurs sve više posmatra kao zastareo iako je politički korektan. Veliku ulogu imaju etnički i manjinski mediji i mediji u zajednici, koji kroz svoje sadržaje utiču na asimilaciju i integrisanje imigranata i etničkih manjina u društveni život. Tradicionalni mediji posreduju između zajednica i pružaju pristup i medijski prostor manjinskim mrežama i drugim izvorima informacija. Međutim, važno je da tradicionalni mediji povećavaju zastupljenost manjinskih grupa, s obzirom na to da je raznovrsnost sadržaja usko povezana sa različitošću u samoj profesiji. To ne znači da bi novinari, pripadnici manjinskih zajednica, trebalo da izveštavaju samo o manjinskim pitanjima, jer mogu posebno osvetliti mnoga društvena pitanja od nacionalne ili lokalne važnosti. Univerzalni princip jednakosti prava predstavlja moralnu referencu, pružajući neophodni okvir kulturne tolerancije i jasnu definiciju njegovih granica, posebno u pogledu svih oblika diskriminacije i dela netolerancije. Kulturne tradicije, bilo da su "većina" ili "manjina", ne mogu imati prednost nad principima i vrednostima izraženim u Evropskoj konvenciji o ljudskim pravima i drugim instrumentima Evropske unije.

2. Štampani i elektronski mediji: etika, regulacija i uticaj

Štampa ima, po svemu sudeći, bitnu ulogu u širenju informacija i podsticanju javne rasprave. U Evropi ona je ta koja uglavnom postavlja ton. Međutim, jasno je da se usvojen pristup razlikuje u zavisnosti od iskustva i načina razmatranja slobode štampe. U tom smislu, istorijske i kulturne tradicije imaju značajan uticaj. Sloboda štampe se ljubomorno čuva i taj princip se često koristi kao izgovor za nepostojanje kodeksa ponašanja, kao i zakonskih okvira prilikom zapošljavanja. U većini slučajeva oslonac medijskog sadržaja predstavlja osećaj etike. Interna etička politika medija podrazumeva upravljanje kodeksom prakse - ispitivanje pritužbi javnosti na konkretne redakcijske sadržaje, kao i odbrana slobode štampe. Treba realno i kritički pristupiti analizi moralnih normi medijskih sadržaja i uređivačke politike, te podvući da mnogi mediji svoju pažnju koncentrišu oko pojma sloboda medija, iako im se ne sme abolarati obaveza da osiguraju ravnotežu između individualnih prava, s jedne strane, i prava štampe na slobodu izražavanja, s druge strane. Neki mediji pružaju zaštitu putem pravila o privatnosti. Pravila objavljivanja moraju uvek poštovati integritet, identitet, privatnost, rasnu pripadnost, nacionalnost i uverenja ljudi. Važno je nikada ne skretati pažnju na lične ili privatne aspekte koji nisu medijski i sadržajno relevantni za masovnu publiku. Štampa mora izbeći

štetne ili pogrdne reference koje diskriminišu rasnu pripadnost, boju kože, veru, pol ili seksualnu orijentaciju osobe, ili bilo koje fizičke ili mentalne bolesti ili posebnosti. Podsticanje mržnje štampa mora ignorisati i iskoreniti iz svog sadržaja, te je u obavezi da ne objavljuje informacije koje bi namerno i ozbiljno narušile i podsticale mržnju protiv pojedinca ili grupa na osnovu rasne, religijske, nacionalne, etničke i političke pripadnosti, kao i na osnovu pola, seksualne orijentacije, bračnog statusa, invaliditeta (osobenosti), bolesti ili uzrasta.

Većina država Evrope ima zakon o emitovanju ili komunikaciji. U tom kontekstu, generalno se postavljaju zahtevi javnih usluga, uključujući nekoliko aspekata kulturne raznolikosti. U Evropi su regulativni sistemi i procedure uspostavljeni u skladu sa različitim potrebama medijskog okruženja i socijalnim faktorima kao što je raznovrsnost unutar nacionalnog stanovništva. Neka regulatorna tela su i dalje pod okriljem vladinih tela, ali zemlje imaju uopšteno uspostavljene regulatorne strukture radiodifuzije. Ova tela mogu pokrivati čitav spektar regulative za emitovanje, od licenciranja emitera do regulacije sadržaja. Oni takođe mogu da regulišu sadržaj različitih distributivnih platformi, a ne samo usluge emitovanja.

Pojam "kulturna raznolikost" se po definiciji razlikuje od jedne zemlje do druge. A kada se navedu obaveze vezane za pitanja raznolikosti, one uglavnom direktno ukazuju na javni servis i ka emiteru koji je u obavezi da obuhvati potrebe različitih grupa u društvu. Mediji moraju da obezbede uravnoteženu ponudu programskih jedinica za sve grupe stanovništva, uzimajući u obzir slobode verovanja, kulture, etničkog ili nacionalnog porekla, nacionalnog identiteta, socijalnog porekla, starosti ili pola, tako da ove programske jedinice odražavaju raznolikost mišljenja i političke, religijske i filozofske orijentacije i umetničkih trendova, sa ciljem promovisanja međusobnog razumevanja i tolerancije, kao i podrške pluralističkom društvu. Neki mediju u osnovi svojih definicija podrazumevaju raznolikost zasnovanu na etničkim ili jezičkim manjinskim grupama u populaciji. Drugi smatraju da je različitost sinonim za pluralizam.

Većina regulatora ukazuje da nema obavezu da se direktno bori protiv diskriminacije, kao i da zaštitu i promociju manjina ostvaruje kroz programski kod, odnosno medijski sadržaj. Sa druge strane, Evropska konvencija o ljudskim pravima nas podseća da su mediji u obavezi da osiguraju poštovanje svih vrsta programa, poštujući pravo na slobodu izražavanja. Pri tom je neophodno poštovati i primenjivati opšteprihvaćene standarde pristojnosti, nediskriminacije, pravičnosti, tačnosti, zaštite maloletnika i privatnosti. Radio i TV

stanice ne bi trebalo da emituju sadržaje kojima se podstiče diskriminacija i/ili nasilje na osnovu etničke pripadnosti, pola ili seksualne orijentacije. Međutim, u pogledu pluralizma, mediji javnog servisa moraju ispunjavati demokratske, socijalne i kulturne potrebe društva nudeći uravnoteženu, heterogenu i kvalitetnu medijsku ponudu.

Moguće je identifikovati opšte slaganje da postoji prostor za poboljšanje u borbi protiv diskriminacije. Obrazovanje, uzeto u širem smislu, ali i konkretnije obuka novinara, predstavlja najbolji način za poboljšanje situacije. Kvalitetno novinarstvo bi trebalo da obuhvata ljudske vrline mudrosti, hrabrosti i pravičnosti. Zbog toga je neophodno pronaći nove načine podizanja i usmeravanja principa novinarstva u modernoj medijskoj kulturi:

- Poštovanje istine - "tradicionalni ukus" za činjeničnu tačnost, verifikaciju i ponovnu verifikaciju; sposobnost da predvidi mogućnost greške; utvrđivanje autentičnosti putem ispitivanja; sposobnost da prizna i ispravi greške; prepoznaje da se konkretnre istine mogu identifikovati samo kroz rigorozna istraživanja, dubinske intervjuje i dobro razumevanje pitanja i problema istraživanja.

- Nezavisnost i nepristrasnost - puno izveštavanje, bez brisanja značajnih činjenica; izbegavati predrasude koliko god je to moguće; odbaciti pogrdne nazive i uslove; pružiti prostor za validne i prihvatljive razlike u mišljenju; omogućiti protivnicima da iznesu svoje stavove; ne podleći zavodljivom uticaju komercijalnih ili političkih interesa.

- Humanost i solidarnost - da se medijskim sadržajem ne nanosi direktna i namerna šteta drugima; minimizirati štetu; pokazati otvorenost i mudrost; u potpunosti uzeti u obzir prava javnog mnjenja i moralni kvalitet novinarstva.

Medijske organizacije moraju razvijati interne kulturne modele i prakse koje aktivno promovišu nediskriminaciju na svim nivoima, od regrutovanja do izbora prezentera i novinara.

3. Kulturni diskurs prema manjinama³

Sa pojavom masovne kulture i masovne komunikacije nastaje masovna proizvodnja i konstantan protok informacija koristeći različite tehnike i insti-

³ Sadržajnije videti: M. Manić, *Mediji u globalnom društvu*, Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Beograd, 2015.

tucije. Nije uvek moguće poistovećivati masovnu kulturu sa popularnom⁴ koja je često u sukobu sa kulturom koju stvara i plasira dominantna manjina a onda široko distribuira masi. Veliku pometnju unosi dominacija uvezenih modela koji odražavaju strani način života i tuđe vrednosti. Rešenje problema nije tako jednostavno. Potpuna izolovanost vodi do kulturne stagnacije, što može direktno uticati na društveni napredak. Matična kultura svoj razvitak duguje slobodnoj razmeni saznanja sa drugim kulturama koja moraju biti ravnopravna i zasnovana na uzajamnom poštovanju. Da bi se reciprocitet ostvario i zadržao na ravnomernom nivou potrebno je afirmisati kulturne vrednosti. Sa druge strane, kako bi se kulture zaštitile od standardizacije, koje su posledica brzih promena neophodno je obezbediti očuvanje onog što je elementarno, specifično i razvijeno u svakoj kulturi čija je evolucija neizbežna. Veća upotreba tehnologije komunikacija i distribucije informacija omogućava nam predviđanje kretanja u društvu, koja se mogu identifikovati kao mogući rizici i prepreke. "Proces pretvaranja sadržaja koji su egzistirali ili koji još uvijek egzistiraju u analognim oblicima ispoljavanja u društveno mrežni sistem omogućavaju razvoj društva na način da više ne postoji geografskih, jezičkih ili drugih prepreka da cjelokupna spoznaja bude dostupna relativno brzo i relativno jeftino."⁵ Sredstva masovnog komuniciranja možemo posmatrati kao činioce koji istovremeno utiču na razvoj kulturne i društvene homogenosti i heterogenosti.

Komunikativnom razmenom iskustva artikuliše se saznanje pojedinaca i društva o sopstvenoj praksi. Komunikacija je nezaobilazna procedura verifikacije ljudskog saznanja. Komunikacijska kultura je skup obrazaca duhovnog oblikovanja društvenog procesa, stečenog iskustva pojedinaca i grupa o društvenim vrednostima. Zbog toga ona, za razliku od normi i standarda opšte kulture, neposrednije i potpunije određuje oblike socijalne prakse. To ukazuje da je komunikacijska kultura subkultura opšte kulture društva, njena specifična sfera, medijum transmisije obrazaca kulture mišljenja i ponašanja, reakcija na društvene tokove i oblike života savremenog čoveka. Komunikacijska kul-

⁴ Postoje različita značenja i tumačenja pojma "popularna kultura". Spektar analize je širok, počevši od najosnovnijeg epistemološkog značenja – narodna kultura (lat. *populus* – narod), do onih specifičnijih "modernijih" tumačenja – kao poprište borbe između sila dominacije i podređenih klasa. Prema Fisku, izvor popularne kulture se nalazi u diskurzivnoj strukturi potencijalnih značenja i zadovoljstva. Dž. Fisk, *Popularna kultura*, CLIO, Beograd, 2001, str. 56.

⁵ S. Vukadinović, "Društvene mreže, kultura i obrazovanje", *Medijski dijalozi*, Godina XI, Broj 30, Podgorica, str. 107.

tura se, kao i svaki drugi kulturološki sistem normi, svojim specifičnim standardima i obrascima razlikuje od ostalih struktura društva. Proces komuniciranja ne izmiče delovanju opštih obrazaca kulture, svesti i ponašanja. On svojim "standardima" ponašanja ne predodređuje striktno svaki konkretni akt društvene prakse. Komunikacijskom kulturom se oblikuje kulturološka komponenta društva. Da bi se u toj ulozi potvrdila i održala, potrebno je da očuva izvestan nivo autonomije. Ona, koliko god da predstavlja polje svesti i sferu vrednosti, nije sama po sebi isto što i vrednost. Više je na nivou šema, modela i sistema obrazaca, mišljenja, stavova, uverenja, kojima su određeni društveni procesi i ponašanje subjekata komunikativnih činova. Motivisanost subjekata tog procesa uslovljena je ciljevima koji su izvedeni iz socijalne pozicije i potrebe da se ona očuva, ukoliko nema mogućnosti da se popravi. Obrascima komunikacijske kulture, određeni su kulturološki aspekti interesa u borbi sa drugim interesno inspirisanim subjektima oko društvenih vrednosti. Komunikacijska kultura predstavlja obrazac individualnih stavova i orijentacija prema procesu komuniciranja, koja se ostvaruje u okviru datog društvenog sistema. Reč je o subjektivnoj sferi koja leži u osnovi svakog društvenog delovanja, određujući mu značenje. U procesu komuniciranja se prelivaju slojevi stvarnosti, različiti aspekti svakodnevnih, aktuelnih, društvenih situacija i zbivanja.

Sve veći problem je isključivanje pojedinih grupa iz svakidašnjih kanala komunikacija. U takve grupe spadaju: siromašni; osobe sa invaliditetom; geografski izolovani; žrtve društvene, kulturne ili ekonomske diskriminacije; nacionalne, etničke, jezičke i verske manjine; žene, deca i mladi. Mnogima od njih se osporava osnovno pravo na komuniciranje, okupljanje ili javno izražavanje mišljenja. Ima i slučajeva kada i ravnopravna grupa (ravnopravna samo po broju), biva dovedena u neravnopravan položaj zbog tradicionalnih shvatanja i dominantnih društvenih stavova; primer: položaj žena u nekim zemljama.

Sama uređivačka politika⁶ sredstava informisanja može negirati ljudska prava kada se informacijama iskrivljuju ili preskaču legitimna prava manjina ili čak čitave društvene kategorije. Kada se rasna pitanja tretiraju na čist diskriminatorni način. Nije samo važno naglašavati pozitivan zadatak unapređivanja razumevanja među državama, već i razumevanje između etničkih, verskih i društvenih grupa unutar zemalja.

⁶ Opšta deklaracija o pravima čoveka, Direktan link: http://prijatelj.weebly.com/uploads/1/2/9/7/12970621/opta_deklaracija_o_pravima_coveka.pdf.

Kada su u pitanju etničke, kulturne i verske razlike, svaki pojedinac ima svoje potrebe i težnje kao i svaka druga ljudska bića sa podjednakim pravom na tretman prema zakonskim okvirima kao i pravo na izražavanje mišljenja. Pripadnici manjina moraju biti "oslobođeni" pritisaka društvenih običaja, jezika ili religije većine što pospešuje negovanje kulturnog bogatstva manjine i prihvatanje raznolikosti. "Interkulturno komuniciranje je oblik interakcije između društvenih grupa (narodi, narodnosti, društveni sistemi), susretanje kultura sa različitom historijskom i kulturnom tradicijom, različitim stepena razvijenosti, religija, jezička i pisana, samobitnih umjetničkih ostvarenja, različitim vrijednosnih sistema."⁷ Skoro da nema društva u kome ne postoji komunikacija između dominantne grupe i grupe podređenih, etničkih manjina ili imigranata. Etničke grupe koje su dominantne u jednom društvu uživaju privilegije u visokom stepenu, imaju viši status, što im omogućava prioritet prilikom zapošljavanja i vertikalne mobilnosti. One predstavljaju centar političkog odlučivanja i manipulišu informacijama i komunikacijskim sistemima. Podređene grupe nemaju privilegovan status, na položaju su mnogo nižem od dominantne grupe, sa oskudnom mogućnošću društvene mobilnosti. Žive na periferiji političkog odlučivanja i na marginama socijalne i kulturne komunikacije. Podela na privilegovane i nepriviligovane grupe nije karakteristična samo za grupe u okviru jedne države, već se ovakva podela primećuje i u širim međunarodnim okvirima u kojima ekonomski, politički, kulturno i informacijski razvijeni narodi raspolažu ogromnom moći. Dominantne civilizacije u svojim rukama poseduju velike komunikacijske sisteme, savremene medijske korporacije, skoro sva sredstva globalnog komuniciranja uz čiju pomoć plasiraju svoj ideološki i vrednosni sistem. Njihova dominacija se ne ogleda samo u vlasništvu "arsenala" sredstava već i u načinu komunikacije, što omogućava prevlast u međunarodnim odnosima, upotrebom svog jezika pokazujući moć i kulturnu superiornost. Danas se sve više koriste drugačija sredstva hegemonije pre nego što dođe do nasilja i vojne akcije. Komunikacijske akcije se usmeravaju sa ciljem da pripreme teren i destabilišu društvenu strukturu druge zemlje uz paralelni uticaj finansijske, ekonomske i političke destabilizacije.

Grupe koje su ostajale van toka javnih komunikacija, danas sve više zahtevaju novu raspodelu komunikacijske moći. Neravnopravan pristup medijima, neodgovarajuće izlaganje svojih interesa, ocenjivale su kao diskri-

⁷ F. Vreg, *Društveno komuniciranje*, Centar za informacije i publicitet, Zagreb, 1975, str. 307.

minaciju koju dominantna grupa sprovodi prema podređenim grupama i kulturama. Zbog toga marginalizovane grupe, sa pravom, traže jednake komunikacijske mogućnosti, ravnopravan pristup medijima. Jedino na taj način mogu braniti i jačati interese grupe, formirati i promovisati identitet grupe. Osnovni motiv upotrebe medija je želja grupe za društvenim identitetom koji jača onda kada njeni članovi vide, čuju i čitaju o grupi verifikujući sopstvene uloge u društvu. Mediji im omogućavaju aktivnu ulogu komunikatora i pravednu medijsku utakmicu sa politikom vladajuće grupe. Polarizacija medija na javne, komercijalne i medije koji se bave pitanjima manjina, utiče na opredeljenost publike. Većina koristi prve, manjina prati svoje medije a mnogi variraju između jednih i drugih. Mnogi ne žele da aktivno učestvuju, te se opredeljuju za zabavne sadržaje bilo kog medija.

Modernizacija tehnologije komunikacija iziskuje još veće učešće javnosti sa svojim mehanizmima kontrole. Informativni sistemi su značajni za društvene, naučne, privredne i političke strukture te zbog toga pristup ograničavaju i kontrolišu oni kojima su informacije neophodne iz bilo kojih razloga. Poželjno je da one ipak budu dostupne široj populaciji potencijalnih korisnika. Zbog toga je neophodan jači pritisak javnosti u nameri da nametne svoje učešće u odlukama o izboru sadržaja, njihovoj distribuciji i suprotstavljanju koncentraciji kontrole nad sredstvima komuniciranja. U suprotnom kontrola medija, bilo da je sprovodi država ili privatni interes, predstavlja ozbiljnu pretnju slobodi izražavanja. Na slobodu informisanja, izražavanja, mišljenja i verovanja utiče vertikalni način komuniciranja. Protok informacija se kreće odozgo na dole, pri čemu manjina (elita državnog aparata) govori o problemima i potrebama većine.

Raznolikost i izbor sadržaja komuniciranja jesu važan element, ali ne i dovoljan uslov. Potrebno je pojedincu omogućiti da, na osnovu lepeze informacija koje prima i na osnovu različitih mišljenja koja može da čuje, donese svoj sopstveni sud. Pluralizam u komuniciranju trpi zbog koncentracije vlasti nad sredstvima informisanja, bilo da se radi o državnom aparatu ili privatnom vlasništvu. Sve češće susrećemo pojavu koja se zove kontraintormacija čija je svrha suprotstavljanje institucionalizovanim i zvaničnim komunikacijama. Lokalne grupe pokušavaju da razbiju monopol centarizovanih vertikalnih komunikacijskih sistema. Često su to političke partije ili neke druge grupe koje su angažovane kroz različite oblike komunikacija ili manjine koje teže širenju komunikacionih sposobnosti u cilju pokazivanja svoje važnosti i postojanja u društvu. Ovakve mogućnosti koriste grupe koje nemaju kontinuiranu moguć-

nost izražavanja svog gledišta, grupe koje su do nedavno živele u getu komunikacija. Češće se koriste poster, leci, razglas, nego elektronski mediji.

U velikoj želji da se ostvare posebne potrebe, želje i interesi pojedinaca, neprofesionalci i neprofesionalne grupe žele da imitiraju dominantne uzorke u sredstvima informisanja i u tome često greše iako je lakša i bezbolnija varijanta da krenu sopstvenim putem. Zbog toga Đukić ističe da "među građanima postoji visok stepen saglasnosti o tome da javni interes treba da predstavlja interes građana, bilo u celini, bilo većine građana".⁸ Grupe koje zagovaraju kontrainformisanje pokušavaju da se odupru ili izbegnu prepreke koje nameće državni aparat. Njihova kvalitativna i kvantitativna zastupljenost se ne može upoređivati sa masovnim nacionalnim medijima, mada oni takvo poređenje i ne žele. Postojanje ovakve inicijative otvara mogućnost postepenog gašenja vertikalnog protoka informacije i razvoja horizontalne mreže, jača ljudsku samosvest što procesu komuniciranja daje poseban pečat.

Koncentracija korporacija je podstaknuta željom za profitom i za što većom efikasnošću u poslovanju. Manje kompanije, koje vezuje ista vrsta poslovanja, delatnosti i usluga, udružuju svoj kapital – horizontalno se integrišu. Velike korporacije sve više teže ka isključivanju snabdevača i one koji koriste svetsko tržište. One same postaju proizvođači i potrošači, odnosno korisnici svojih usluga. Sa razlogom Vertovšek primećuje da se mediji (kao i njihovi vlasnici i zaštitnici) sve više "odupiru jasnim principima medijske i novinarske struke, kao i etičkim kriterijumima, te postaju alat (i oružje) svetskih korporacija i elita u 'zaštiti bogatih manjina od većine'".⁹ Jedan vlasnik poseduje više horizontalno raspoređenih, poslovnih jedinica, jednu (koju poseduje) kupuje, a drugu (koju takođe poseduje) prodaje. Jednostavnom ekonomskom politikom, profit od kupovine i profit od prodaje odlazi u istu kasu. Poznajući princip takvog poslovanja, vlasnik prvom obezbeđuje kontinuirano snabdevanje, a drugom otvoreno tržište, što u velikoj meri smanjuje konstantno konkurentsko nadmudrivanje.

Onaj ko poseduje monopol ima mogućnost da kontroliše događaje koji će se medijski pokrивati. Kontroliše odnos između informacija i ekonomsko propagandnog programa kao i ugao iz kog će se događaj posmatrati. Preveli-

⁸ S. Đukić, *Korupcija u Srbiji - teorijska i empirijska analiza*, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Novi Sad, 2016, str. 75.

⁹ N. Vertovšek, "Noam Chomsky – medijske iluzije i prokletstvo boga Janusa", *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Beograd*, (15), 2009, str. 140.

ka zanesenost u samovoljnom odlučivanju prilikom izbora sadržaja, bez oslušivanja reakcije javnosti, monopole može dovesti do otuđivanja od publike ili do gubitka rejtinga što konkurentskim kućama otvara prostor za nekritičku manipulaciju. Sa druge strane, svojom nesmotrenošću i gubljenjem veze sa osnovnom funkcijom i razlogom njihovog postojanja, monopoli takvom svojom aktivnošću postaju reper drugim medijskim kućama. Veći broj sredstava masovnog komuniciranja – štampa (dnevna, nedeljna, polumesečna i mesečna izdanja), radio i televizijske stanice (lokalne, regionalne, manjinske, mediji zajednice, nacionalne...) – u izvesnoj meri mogu kontrolisati "nedodirljivost" monopola.

Sve intenzivnija pojava komercijalnih medija može konkurentski delovati na one koji su samodovoljni, dosadni, nekreativni, što takve medije tera da prošire i prodube svoje usluge. Takođe, pozitivna osobina komercijalizacije medija se može pronaći i u širenju popularne kulture do najudaljenijih delova sveta. Univerzalnost sa sobom nosi međuljudsku povezanost tj. mogućí nastanak jedne nove globalne kulture, sa čijim se efektima i posledicama treba analitički baviti. Na taj način se otvara mogućnost za jačanje horizontalne razmene informacija koje mogu poboljšati razumevanje različitih kultura čiji je opstanak možda doveden u pitanje. Za takve medijske sadržaje granice ne postoje; jača se princip individualizma; skepticizma, prava žena i manjina. Mediji se sve više okreću ka širem i otvorenijem tržištu za medijske sadržaje, kanale, proizvode itd. Prekida se monopolistička kontrola nad informacijom, smanjuju se politički uticaji. Komercijalni mediji jesu najprivlačnije sredstvo za oglašavanje i reklamiranje proizvoda za oglašivače i reklamiranje proizvoda koji mogu dolaziti iz stranih zemalja, regiona, tržišta. Njihov informativni i zabavni program je prijemčiviji za recipijente, a samim tim mnogo privlačniji za oglašivače.

Najveću informativnu "ugroženost" osećaju etničke i jezičke manjine čije se potrebe za informacijom, proistekle iz kulture i tradicije, ne zadovoljavaju na adekvatan način. To može biti posledica namerne diskriminacije uzrokovane prevremenom centralizacijom, dominacijom sredstava masovnog komuniciranja u vlasništvu većinskih grupa, nezainteresovanosti, nemarnosti i ravnodušnosti institucija ili nedostataka odgovarajućeg profesionalnog kadra. Takođe, postoje i "fizički razlozi", kada postoji nedovoljno informisanje onih koji žive u zabačenim mestima do kojih još uvek nije stigla tehnička podrška komunikativnim sredstvima.

Obim komunikacionih aktivnosti direktno uslovljava (ne)ravnomernost protoka informacija posebno kada se radi o zemljama u kojima je izražena polarizacija između elite i širokih masa, ili između bogatih manjina i većine koja nema jednake privilegije. Ovakva oštra društvena podela ograničava slobodnu cirkulaciju informacija što povećava mogućnost ograničenja koju poseduju političke strukture u mnogim zemljama. Konstantni problem nedovoljnog protoka informacija, po ruka, kulturnih proizvoda su nedovoljna finansijska sredstva kao i nedostatak profesionalnog kadra. Protok informacija zavisi od političkih i ekonomskih struktura u svetu koje teže da održe ili ojačaju već postojeću zavisnost od bogatih zemalja. "Na osnovu svoje selektivne funkcije prilikom stvaranja događaja, oni su u stanju da preuzmu vodeću ulogu: primarnom selekcijom, u fazi *tematizacije*, odlučuju da li će uopšte izveštavati o nekom određenom pitanju".¹⁰ Ovakvu situaciju zatičemo u svim sferama industrijskih odnosa. Treba naglasiti da komunikacije nisu industrija kao i ostale, jer informacije direktno pogađaju psihološke i sociološke okvire u kojima društvo egzistira. Mnogi aspekti neravnomernog protoka informacija postoje skoro u svim društvima, mada se posledice najjasnije mogu sagledati u zemljama u razvoju koje imaju očigledan problem sa kvalitetom i kvantitetom poruka kao i sa (ne)mogućnostima prodora na veliko svetsko tržište informacija zbog svoje slabe komunikacione sposobnosti.

Angažovanje države treba posmatrati kroz procese koji omogućavaju neposrednu intervenciju, aktivnost nevladinih organizacija i delovanje krajnjih korisnika na procese komuniciranja. Država svoj rad treba da temelji na aktivnostima koje direktno utiču na gušenje monopolizacije komunikacija. Mora da insistira na unapređivanju adekvatnog balansa između različitih strana u procesu komuniciranja. Time se respektuje određeni stepen autonomnosti sredstava masovnog komuniciranja i motiviše pluralitet mišljenja. Na ovaj način državni aparat pospešuje komunikaciju, šireći njenu dostupnost, ukidajući instrumentalizaciju informacije u službi manjina, dajući prednost većem broju korisnika što sa sobom povlači pozitivne efekte, ne samo prema onima koji su na vlasti, već i prema društvu u celini. "Pritom, pojam medijskog društva služi kao *centralni analitički koncept* ili kao ključna reč za pretragu jer ukazuje na

¹⁰ H. Kriesi, "Strateška politička komunikacija: uslovi i šanse mobilisanja javnog mnjenja – međunarodno poređenje", U A. Zerfas, M. Radojković (prir. i ur.), *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*, Fondacija Konrad Adenauer, Medijski program Jugoistočna Evropa, Beograd, 2011, str. 245.

određene tendencije socijalnog razvoja, i određuje perspektivu iz koje se posmatra društvo"¹¹.

Nezaustavljivi razvoj novih medija omogućava publici da svoje potrebe zadovoljava kompleksnije. "U eri elektronskih i digitalnih medija simulira se ideal otvorenih trgova Atine i Rima jer pojedinci teoretski imaju priliku da javno izraze svoje stavove, ali se prećutkuje da su oni u manjini i da zahvaljujući kontrolisanim medijskim kanalima teško mogu uticati na socio-psihološke činioce"¹². Zbog toga se sa pravom temeljni princip Francuske revolucije "Sloboda, jednakost, bratstvo", kroz medijski rečnik tumači kao: "Sloboda, jednakost, konkurencija".

Ključno pitanje predstavlja jezik, kao primarni i najvažniji izraz kulture, koji može biti, sa namerom ili bez, superiorniji u odnosu na druge jezike. U mnogim zemljama postoji problem razvoja nacionalnih jezika, koji su do skora bili opterećeni kolonijalnim jezicima, kao povlašćeni instrumenti komuniciranja. Problem se pojavljuje i kod društva koja su sastavljena od pripadnika različitih etničkih zajednica, kod kojih su mnoštvo manjinskih jezika, u prvom redu kulturno bogatstvo, a kod nekih društava i većinski problem. Tamo gde su, u okviru jednog društva, jezici geografski i etnički odvojeni, kulturni, politički i ekonomski život je otežan. U tom slučaju jezik nije zanemarljiv komunikacioni problem, već centralno pitanje jednog naroda. Jezik predstavlja najbolje sredstvo pomoću kojeg se kultura prenosi. Ukoliko se omalovaži kulturni status jednog jezika, postoji opasnost gubitka kulturnog identiteta, što u najgorem slučaju može dovesti do izumiranja jezika i nenadoknadivog kulturnog gubitka.

Jedno od pitanja, koje danas savremeno društvo treba da prevaziđe, jeste kako prepoznati sebe i sebe u potpunosti shvatiti kao multikulturalnost. U ovom kontekstu, audiovizuelni mediji mogu igrati ključnu ulogu. Međutim, sada se čini da postoji jasna distanca između stvarnosti stvari i refleksije koje mediji distribuiraju društvu.

¹¹ O. Jarren & P. Donges, P., "Politička komunikacija u medijskom društvu kao predmet istraživanja". U A. Zerfas, M. Radojković (prir. i ur.), *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*, Fondacija Konrad Adenauer, Medijski program Jugoistočna Evropa. Beograd, 2011, str. 49.

¹² Z. Jevtović i LJ. Despotović, *Geopolitika i mediji*, Kultura polisa, Novi Sad, 2010, str. 150.

4. Zaključak

Kulturna raznolikost, koju mediji prezentuju (masovni mediji, specifični/specijalni ili nacionalni) imaju mnogo osnova u istoriji, lingvistici, filozofiji, etici, sociologiji, politici i ekonomiji. Pitanje pripada unutrašnjoj politici svake države, ali ono može postati "inostrana afera" u slučaju krize, ili oružanih sukoba.

Dakle, u vezi sa sintagmom "nacionalna manjina", pojam "nacija" ima drugačije značenje u različitim kontekstima. U tendencioznim okolnostima, kriznim situacijama, senzacionalističkog medijskog pristupa, nije moguće stići do univerzalne definicije. Na temu "manjina", u odsustvu konvergentnih naučnih i pravnih definicija, države zadržavaju slobodu tumačenja. Ustav Republike Srbije štiti i garantuje manjinska prava kroz svoja osnovna načela, odnosno u članovima 18-22.¹³ Iako se ovim članovima reguliše neposredna primena zajamčenih prava, svrha ustavnog jemstva, kao i ograničenja ljudskih i manjinskih prava, te ograničenja, diskriminacije i zaštita ljudskih i manjinskih prava i sloboda, ostaju još neka otvorena pitanja koja u praksi predstavljaju kamen spoticanja: kvalitet primenljivosti manjinskih prava, razlika u odnosu na većinu¹⁴, savest ili osećaj pripadnosti manjinskoj zajednici. Uprkos nedorečenim i nejasnim aspektima problema, stručnjaci i aktivni istraživači u oblasti "kulturne raznolikosti" ili "nacionalnim manjinama" pokušavaju da dođu do konkretnih odgovora.

Zaista, problem je multidisciplinaran zbog svoje složenosti činjenica. Lingvisti, sociolozi, istoričari, geografi, političari, pravници, stručnjaci is oblasti religije, ali i informacionih i komunikacijskih nauka, pozivaju se na konkretne i ispitane slučajeve. Teoretske osnove različitih tačaka posmatranja svakako su korisne za mnoga pojašnjenja, ali same po sebi nisu dovoljne da obuhvate sve aspekte slučaja. Drugim rečima, transdisciplinarnost je način za najbolji intelektualni naučni pristup, posebno u teleološkom smislu. Kultura se mora posmatrati kao skup značajnih duhovnih i materijalnih, intelektualnih i emocionalnih osobina koje karakterišu društvo ili društvenu grupu i da obuhvata, pored umetnosti i pisama, načine života, načine da se žive zajedno, vrednosti sistema, tradicije i uverenja. To bi trebalo da predstavlja zajedničko nasleđe u

¹³ Videti: Ustav Republike Srbije, član 18-22. Link: https://www.paragraf.rs/propisi/ustav_republike_srbije.html. (Pregledano: 11.04.2018.).

¹⁴ Demografija manjina koja je inferiorna u odnosu na većinu - čak i ako manjina može biti veći-na na nacionalnoj teritoriji.

kulturnom pluralizmu predodređen za kulturnu razmenu dobara i razvoj kreativnih nacionalnih i manjinskih kapaciteta.

Pojavljuje se sve veća potreba za intenzivnijom transparentnošću medijskih praksi, posebno se to odnosi na medije javnog servisa. Ovo se tiče uređivačke prakse, a svakako utiče kao i na politiku zapošljavanja, kako bi se promovisala integracija ljudi iz manjinskih zajednica u borbi protiv diskriminacije. Privatni mediji su takođe spremni da uzmu u obzir pitanja etnokulturne i društvene raznolikosti.

Kulturnu raznolikost treba shvatiti kao faktor razvoja, ali razvoj koji se ne shvata samo u smislu ekonomskog rasta, već i kao sredstvo postizanja zadovoljavajućeg intelektualnog, emocionalnog, moralnog i duhovnog postojanja. Specifičnost kulturnih dobara i usluga, koje sa sobom nose identitet, vrednost i značenje, ne sme se posmatrati kao roba široke potrošnje.

Literatura

Dukic, S. (2016). *Korupcija u Srbiji - teorijska i empirijska analiza*, Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Novi Sad.

Fisk, Dž. (2001). *Popularna kultura*, CLIO, Beograd.

Jarren, O. & P. Donges, P. (2011). "Politička komunikacija u medijskom društvu kao predmet istraživanja". U A. Zerfas, M. Radojković (prir. i ur.), *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*, Fondacija Konrad Adenauer, Medijski program Jugoistočna Evropa. Beograd, 2011, str. 43-57.

Jevtović, Z. i Despotović, Lj. (2010). *Geopolitika i mediji*, Kultura polisa, Novi Sad.

Konvencija o ljudskim pravima. Link: https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SRP.pdf (Pregledano: 05.04.2018.).

Kriesi, H. (2011). "Strateška politička komunikacija: uslovi i šanse mobilisanja javnog mnjenja – međunarodno poređenje". U A. Zerfas, M. Radojković (prir. i ur.), *Menadžment političke komunikacije: osnove i koncepti*, Fondacija Konrad Adenauer, Medijski program Jugoistočna Evropa, Beograd, str.237-261.

Manić, M. (2015). *Mediji u globalnom društvu*, Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Beograd.

Opšta deklaracija o ljudskim pravima. Link: http://priatelj.weebly.com/uploads/1/2/9/7/12970621/opta_deklaracija_o_pravima_coveka.pdf (Pregledano: 28.03.2018.).

Stojadinović, M. i Đurić, Ž. (2017). *Politički mitovi neoliberalizma*, Institut za političke studije, Beograd.

Vreg, F. (1975). *Društveno komuniciranje*, Centar za informacije i publicitet, Zagreb.

Vertovšek, N. (2009). *Noam Chomsky – medijske iluzije i prokletstvo boga Janusa*, Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, Beograd, (15).

Vukadinović, S. (2018), "Društvene mreže, kultura i obrazovanje", *Medijski dijalozi*, Godina XI, Broj 30, Podgorica, str. 105-114.

Ustav Republike Srbije, član 18-22. Link: https://www.paragraf.rs/pro-pisi/ustav_republike_srbije.html. (Pregledano: 11.04.2018.).

UDK: 316.774:323.15

**EFEKTI PRIVATIZACIJE U SRBIJI I INFORMISANJE MEDIJA
NA JEZICIMA NACIONALNIH MANJINA****EFFECTS OF PRIVATIZATION IN SERBIA AND INFORMATION BY
MEDIA
IN LANGUAGES OF NATIONAL MINORITIES**

dr STANIMIR ĐUKIĆ, docent,
Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Beograd

***Apstrakt:** Javni interes treba da predstavlja interes svih građana, nezavisno od njihovog etničkog, verskog, nacionalnog, socijalnog ili drugog porekla. Sadržaj javnog interesa je i borba protiv kriminaliteta i povećanje mogućnosti za ostvarivanje prava. Obaveza države je da štiti javni interes u oblasti informisanja i pravo na istinito, nepristrasno i pravovremeno informisanje na maternjem jeziku pripadnika nacionalnih manjina i očuvanje njihovog kulturnog i jezičkog identiteta, bez obzira na promenu vlasničke strukture u medijima. Stoga je od suštinskog značaja pažljivo praćenje posledica privatizacije na stepen uživanja prava na informisanje na jeziku manjina. Poštovanje slobode medija i nezavisnosti uređivačke politike, s jedne strane, i obaveze zaštite prava na informisanje na jeziku manjine, s druge strane, razlozi su da u međunarodnoj zajednici ne postoji opšte prihvaćeni standardi na koji način treba da se ostvaruje pravo na informisanje na jezicima nacionalnih manjina. U praksi Republike Srbije, posebno na teritoriji Autonomne Pokrajine Vojvodine, zastupljeni su svi poznati modeli informisanja na jezicima nacionalnih manjina: programi javnih servisa, redovne emisije, odnosno članci u privatnim medijima, postojanje manjinskih štampanih i elektronskih medija, kao i korišćenje interneta, televizije bez granica, pristupa medijima matičnih zemalja i dr. U ovom radu su analizirani rezultati istraživanja sadržaja medija na jezicima nacionalnih manjina koji izlaze na teritoriji Republike Srbije,*

odnosno na teritoriji AP Vojvodine, posebno informativne emisije koje se emituju na drugom programu Javnog servisa Vojvodine, kao i relevantni radijski sadržaji i štampani mediji. Takođe, u radu je analiziran i zakonodavni okvir medija i informisanja na jezicima nacionalnih manjina.

Ključne reči: *Javni interes, mediji, nacionalne manjine, jezici nacionalnih manjina, nacionalni saveti, privatizacija, privatizacija medija, vlasnička prava, osnivačka prava*

Abstract: *Public interest should represent the interest of all citizens, regardless of their ethnic, religious, national, social or other origin. The content of the public interest is also the fight against crime and the increase in the possibilities for exercising rights. The State's duty is to protect the public interest in the field of information and the right to truthfully, impartially and timely inform in the mother tongue members of national minorities and to preserve their cultural and linguistic identity, regardless of the change of ownership structure in the media. Therefore, it is essential to carefully monitor the consequences of privatization on the degree of enjoying the right to inform in the language of minorities. Respecting the freedom of the media and the independence of editorial policy on one hand, and the obligation to protect the right to inform in the language of the minority on the other, are the reasons that there are no generally accepted standards in the international community on how to exercise the right to inform in the languages of national minorities. In the practice of the Republic of Serbia, especially in the territory of the Autonomous Province of Vojvodina, all known models of informing in the languages of national minorities are present: public service programs, regular broadcasts or articles in private media, the existence of minority printed and electronic media, and the use of the Internet, television without border, access to the media of the countries of origin and others. This paper analyzes the results of research on the content of media in the languages of national minorities that emerge in the territory of the Republic of Serbia or in the territory of the AP Vojvodina, especially informative programs broadcast on another program of the Public Service of Vojvodina, as well as relevant radio content and printed media. Also,*

the paper analyzes the legislative framework of the media and informing in the languages of national minorities.

Key words: *Public Interest, Media, National Minorities, National Minority Languages, National Councils, Privatization, Privatization of Media, Property Rights, Founding Rights*

1. Uvod

Kada je u pitanju medijsko zakonodavstvo u Srbiji, ono prepoznaje važnost informisanja na maternjem jeziku, i predstavlja jedno od najvažnijih manjinskih prava. S tim u vezi, upotreba jezika u kreiranju medijskih sadržaja, zabranjuje bilo koju vrstu, odnosno oblik diskriminacije, govor (jezik) mržnje ili netolerancije bazirane na pripadnosti nekoj od manjinskih grupa. Možemo konstatovati da, na ovaj način, zakoni u Srbiji jesu u skladu sa odredbama Okvirne konvencije za zaštitu pripadnika nacionalnih manjina i Poveljom o zaštiti regionalnih i manjinskih jezika Saveta Evrope.

Analizirajući manjinske zajednice u Republici Srbiji, a na osnovu statističkih podataka i popisa stanovništva iz 2002. godine, u Srbiji živi preko 20 manjinskih zajednica i one čine oko 18% ukupnog stanovništva. Najbrojnija manjina je mađarska (3,91%), zatim Bošnjaci (1,82%), Romi (1,44%), Hrvati (0,94%), Crnogorci (0,92%), Albanci (0,82%), Slovaci (0,79%) itd. Kada je u pitanju struktura naseljenosti, možemo reći da manjinske zajednice najviše naseljavaju područje Autonomne Pokrajine Vojvodine, gde svaki treći stanovnik pripada nekoj od manjinskih grupa.¹

Imajući u vidu da su mediji na jezicima nacionalnih manjina najčešće lokalnog karaktera, a da privatizacija lokalnih i regionalnih medija ne bi ugrozila njihov opstanak, Narodna skupština Srbije je 2009. godine usvojila Zakon o nacionalnim savetima nacionalnih manjina prema kojem su na ova tela preneti osnivačka prava.² Ovo je treći u nizu zakona kojima se zaustavlja proces privatizacije, ali i deetimizacije lokalnih medija, i koji ostavlja nedorečeno vlasništvo nad ovim medijima, ali i daje veliki prostor nacionalnim savetima za direktan uticaj na uređivačke politike i rad manjinskih medija. Bez obzira na

¹ Dostupno na stranici Republičkog zavoda za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/Zip/VJN3.pdf>

² Član 19. Zakona o nacionalnim savetima nacionalnih manjina, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 72/2009.

do sada preduzeto u ovoj oblasti, država Srbija bi u svojoj medijskoj strategiji, trebalo da posvećuje mnogo više pažnje razvoju i podršci medijima na manjinskim jezicima.

2. Zakonodavni okvir

Analizirajući zakonodavni okvir, možemo reći da su u Republici Srbiji najvažniji dokumenti koji garantuju prava manjina na informisanje na maternjem jeziku, uz Ustav i Statut Vojvodine, jeste i Zakon o zaštiti manjina, Zakon o javnom informisanju, Zakon o radio difuziji, Zakon o lokalnoj samoupravi, kao i dosta drugih podzakonskih akata, i to pojedine odluke, uredbe, strategije, međudržavni sporazumi. Kada je programski aspekt u pitanju, novi Zakon o elektronskim medijima predviđa da Republička radiodifuzna agencija (RRA) više ne dodeljuje dozvole za emitovanje već za proizvodnju programa i pri tome mora da vodi računa o etničkom sastavu stanovništva. U slučaju da ne postoji zainteresovanost samih medija, RRA mora da rezerviše frekvenciju koja će onda na jedan stimulativan način biti dodeljena onima koji žele da prave program na jezicima manjine.

Kada je u pitanju Ustav Republike Srbije koji je donet 2006. godine³, Srbija je u njemu definisana kao država srpskog naroda i svih građana koji u njoj žive. Prava nacionalnih manjina u Srbiji su garantovana sa sedam članova Ustava, gde se posebno ističe član 14. "Zaštita nacionalnih manjina", član 21. "Zabrana diskriminacije", član 46. "Sloboda mišljenja i izražavanja", član 48. "Podsticanje uvažavanja razlika", član 79. "Pravo na očuvanje posebnosti", član 81. "Razvijanje duha tolerancije". Osim toga, Ustav članom 10. utvrđuje da je u službenoj upotrebi srpski jezik i ćirilično pismo, uz zakonsko regulisanje upotrebe drugih jezika i pisama.

Analizirajući sadržaj Zakona o službenoj upotrebi jezika i pisama, uz srpski jezik i ćirilično pismo u Srbiji je garantovana javna upotreba manjinskih jezika i pisama. Prema članu 11. ovog zakona, "jedinica lokalne samouprave će obavezno svojim statutom uvesti u ravnopravnu službenu upotrebu jezik i pismo nacionalne manjine ukoliko procenat pripadnika te nacionalne manjine u ukupnom broju stanovnika na njenoj teritoriji dostiže 15% prema rezultatima poslednjeg popisa stanovništva".⁴

³ Ustav Republike Srbije, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 83/06.

⁴ Zakon o službenoj upotrebi jezika i pisama, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 45/91, 101/05 i 30/2010.

Kada je u pitanju Statut Autonomne Pokrajine Vojvodine, kao najviši zakonodavni akt u AP Vojvodini, on u članu 26. navodi kako su u službenoj upotrebi srpski jezik i ćirilično pismo, te mađarski, slovački, hrvatski, rumunski i rusinski jezik i njihova pisma.⁵

U navedenim zakonima i u Ustavu, ugrađena su rešenja koja se navode u članu 9. Okvirne konvencije za zaštitu nacionalnih manjina. Međutim, kao i Okvirna konvencija, tako i medijsko zakonodavstvo Srbije nije definisalo šta se podrazumeva pod "medijima nacionalnih manjina, odnosno na jezicima nacionalnih manjina".

Prema Zakonu o javnom informisanju svi štampani mediji čiji je osnivač bila država moraju biti privatni pošto (član 14. Zakona o javnom informisanju) država ne može biti osnivač, niti vlasnik medija.⁶ Stoga je Skupština Vojvodine osnivačka i vlasnička prava koja je imala za štampana glasila na jezicima nacionalnih manjina prenela na nacionalne savete kao korak ka demokratizaciji medija nacionalnih manjina. Sekretarijat za informacije Izvršnog veća Vojvodine inicirao je, a Skupština Vojvodine prihvatila 29. juna 2004. godine, da nacionalni saveti preuzmu osnivačka, vlasnička i upravljačka prava nad novinsko-izdavačkim kućama na jezicima nacionalnih manjina. Međutim, zbog nerešenog stabilnog sistema finansiranja nacionalnih saveta, Izvršno veće Vojvodine i dalje finansira ova glasila iz budžeta Pokrajine. Oko 90 odsto budžeta Sekretarijata za informacije Izvršnog veća Pokrajine usmereno je na finansiranje medija nacionalnih manjina čija osnivačka, vlasnička i upravljačka prava imaju nacionalni saveti nacionalnih manjina. To znači da nacionalni saveti realizuju prava, ali ne i obaveze prema svojim medijima.

Nacionalni saveti su doneli odluke o preuzimanju osnivačkih prava nad novinsko-izdavačkim ustanovama. U tim odlukama je precizirano između ostalog i to da osnivač imenuje i razrešava Upravni odbor i Nadzorni odbor, koji zatim imenuju direktora i glavnog i odgovornog urednika. Upravo je to bio i osnovni problem u vreme rasprave o tome da li treba prepustiti nacionalnim savetima osnivačka prava.⁷

⁵ Statut AP Vojvodine, "Službeni list APV", br. 17/09.

⁶ Prvi privatizovani dnevni list u Vojvodini bio je novosadski Dnevnik koji je ušao u grupaciju WAZ.

⁷ Nedeljković, V. D.: *Mediji nacionalnih manjina u Srbiji/Vojvodini - privatizacija*, Novosadska novinarska škola, Novi Sad, 2008, str. 3.

3. Medijski sistem Srbije

Analizirajući medijski sistem Srbije, a na osnovu statističkih podataka Indeksa medijske održivosti, u Srbiji ima 517 štampanih medija (od čega 20 dnevnih novina, 83 sedmična magazina, šest dvonedeljnika i 72 mesečnika), 186 radijskih stanica (dva javna servisa, 47 regionalnih, 137 lokalnih), i 173 televizijske stanice (dva javna servisa, pet sa nacionalnom pokrivenošću, 25 regionalnih, 102 lokalne i 39 kablovskih stanica).⁸

Na osnovu Izveštaja pokrajinskog ombudsmana o stanju manjinskih medija u Vojvodini, stoji kako u Vojvodini ima 114 manjinskih medija i medijskih proizvoda na 11 jezika preko kojih su pripadnici nacionalnih manjina na maternjem jeziku bili obavještavani o pitanjima od određenog javnog značaja. Informativne programe na jezicima manjina proizvode i emituju dve javne radiodifuzne ustanove (Beograd i Novi Sad).⁹

Prema postojećim istraživanjima i analizama pravo na informisanje na manjinskim jezicima se u punom obimu ostvaruje uglavnom na teritoriji Vojvodine, gde postoje štampana manjinska izdanja koja izlaze na dnevnoj i periodičnoj bazi, odnosno emituju se radijski i TV programi, ažuriraju *web* stranice, na 10 manjinskih jezika. Uz srpski jezik u medijima su u upotrebi mađarski, slovački, rumunski, rusinski, romski, hrvatski, ukrajinski, češki, nemački, makedonski, bugarski, albanski, vlaški i bunjevački. Preko 160 štampanih i elektronskih medija objavljuje svoje sadržaje (deo ili celokupan sadržaj) na jezicima manjina. Od ovoga broja, 140 medija deluje na teritoriji Vojvodine. Na teritoriji Srbije 31 medij objavljuje svoje sadržaje samo na jezicima manjina, od toga je 19 printanih medija, devet radijskih i tri televizijska programa.¹⁰

U Vojvodini funkcioniše 114 medija koji svoje sadržaje, delimično ili u potpunosti, objavljuju na 11 jezika.¹¹

Monitoring Javnog servisa Vojvodine, koji kontinuirano radi Novosadska novinarska škola sa posebnim fokusom na programe na jezicima

⁸ Media Sustainability Index, 2012, str. 130.

⁹ Izveštaj pokrajinskog ombudsmana o stanju manjinskih medija u Vojvodini iz 2010. godine, Novi Sad, str. 7.

¹⁰ Videti: Ilić, S.: *Zakonsko regulisanje položaja nacionalnih manjina u Srbiji i njegova implementacija*, Available on the following page: http://www.21osmeh.net/Zakonsko_regulisanje_polozaja_NM.pdf

¹¹ Prema: Serenčes, Ž.: *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina i deetimizacija*, Nezavisno društvo novinara Vojvodine, Novi Sad, 2009, str. 11.

manjina, ukazao je na nedostatke interkulturalnih sadržaja kao i propisne promocije i afirmacije jezika i kultura etničkih zajednica.¹²

Tabela 1: *Mediji čiji je celokupan sadržaj na jezicima manjina (cela Srbija)*

Redni broj	Jezik	Štampani	Radio	TV
1.	Mađarski	8	1	1
2.	Romski	2	3	1
3.	Slovački	2	1	1
4.	Albanski	1	2	1
5.	Rumunski	1	2	-
6.	Rusinski	1	-	-
7.	Hrvatski	1	-	-
8.	Ukrajinski	1	-	-
9.	Bugarski	1	-	-
10.	Bunjevački	1	-	-
Ukupno		19	9	4

Izvor: autor (prema: Novosadska novinarska škola).

TABELA 2: *Mediji koji u celosti ili delimično izveštavaju na jezicima manjina (Vojvodina)*

Redni broj	Jezik	Štampa	Radio	TV
1.	Mađarski	18	23	7
2.	Slovački	2	12	4
3.	Rumunski	3	7	3
4.	Rusinski	2	5	2
5.	Hrvatski	1	2	1
6.	Romski	1	7	2
7.	Ukrajinski	1	2	1
8.	Bunjevački	1	2	-
9.	Makedonski	1	1	1
10.	Češki	-	1	-
11.	Nemački	-	1	-
Ukupno		30	63	21

Izvor: autor (prema: Novosadska novinarska škola).

¹² Prema: Marko, D., Nikolić, J., Šinković, R. N.: *Manjine i mediji na zapadnom Balkanu - Analiza medija na jezicima manjina u Srbiji*, Novosadska novinarska škola, Sarajevo, 2012, str. 329.

Osim toga, kako je rekao Mihajlo Manić, "sama uređivačka politika sredstava informisanja može negirati ljudska prava kada se informacijama iskrivljuju ili preskaču legitimna prava manjina ili čak čitave društvene kategorije."¹³

4. Konflikt interesa i javni interes

U poslednjoj deceniji XX veka, Srbija je bila zemlja u kojoj se odvijao devijantan oblik tranzicije. Mnoge okolnosti su tom procesu išle na ruku. Jedan za drugim, sledili su, pad samoupravno-socijalističkog političkog i ekonomskog sistema, raspad bivše zajednicejužnoslovenskih naroda, krvavi ratovi u okruženju i gotovo potpuna politička i ekonomska izolacija zemlje. Sve je to vodilo višedecenijskom unazađivanju ekonomije zemlje i padu životnog standarda građana. U istom periodu, formalno su uspostavljene institucije višestranačkog demokratskog sistema i počela je transformacija vlasništva nad nekadašnjom društvenom svojinom.

Međutim, ni jedna od ove dve reforme nije bila sprovedena na prihvatljiv način. Dok se politička moć vladajućih stranaka održavala manipulisanjem javnim resursima (finansijskim i propagandnim), transformacija vlasništva je bila spora, kontrolisana i ograničena, a njeni pozitivni efekti na ekonomiju zemlje su bili slabi. Takve okolnosti su veoma pogodovale opštoj kriminalizaciji društva (razvoj sive ekonomije), relativizaciji moralnih vrednosti i jačanju kriminalaca i kriminalnih grupa, koje su često bile u direktnoj vezi sa delovima vlasti, pri čemu je država, umesto da odigra ulogu zaštitnika građana i preduzeća, te iste građane i firme i sama pljačkala.

U vreme drastičnog siromašenja većine stanovništva, jedan broj ljudi je na osnovu kriminalnih aktivnosti, ili na osnovu veza sa vlastima, stekao veliku ekonomsku moć, koja je radi očuvanja, neminovno težila da nađe i svoj politički ekvivalent. Nakon toga, pokrenute su reforme, između ostalog i u oblasti borbe protiv korupcije, kao i izrada propisa koji imaju cilj da stvore veće poverenje između vlasti i građana i adekvatne mehanizme kontrole rada javnog sektora od strane građana, kao što su *Zakon o sprečavanju sukoba javnih i privatnih interesa* i *Zakon o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja*.

¹³ Manić, M.: *Mediji u globalnom društvu*, Fakultet za diplomatiju i bezbednost, Beograd, 2015, str. 192.

JAVNI INTERES - Prema istraživanju nevladine organizacije Transparentnost Srbija,¹⁴ među građanima Srbije postoji visok nivo saglasnosti o tome *šma predstavlja javni interes*. Naime, nešto više od polovine ispitanika smatra da **javni interes predstavlja interes svih građana**, nezavisno od njihovog etničkog, verskog, socijalnog ili drugog porekla. Demokratsko definisanje javnog interesa, gde se on izjednačava sa interesom većine članova Srbije kao političke zajednice podržava 15% anketiranih. Na kraju, 12% ispitanika javni interes poistovećuje sa interesom države, a isti procenat smatra da je javni interes Srbije jednak interesu srpskog naroda kao većinskog. Zanimljivo je da struktura odgovora na ovo pitanje gotovo nimalo ne odstupa i kada se sagleda u svetlu pojedinih demografskih grupa. Ispitanici iz sela i grada, žene i muškarci raznih stepena obrazovanja, različitih životnih doba i materijalne situacije, opredeljuju se na gotovo identičan način. Nema sumnje da je opštegrađansko određenje javnog interesa nešto što natpolovična većina građana prepoznaje kao "idealno rešenje". Naravno, u praksi je gotovo nemoguće ustanoviti šta je to što predstavlja interes svih građana jedne zemlje. U životu, sadržinu javnog interesa u svakom konkretnom slučaju treba neko da odredi, a to su uglavnom državne ili druge institucije. Građanima je ponuđeno da označe tri takve institucije i oni su se u natpolovičnom broju izjašnjavaliza Skupštinu 61%, odnosno Vladu Srbije 50,5%. Zanimljivo je da gotovo četvrtina ispitanika smatra da bitnu ulogu u formulisanju javnog interesa treba da imaju stručna i profesionalna udruženja. Daleko iza ovih ostale su institucije poput sudstva, vojske, policije, crkve, univerziteta i sindikata (5-15%). Približno isti, mali broj građana, kao najznačajnije subjekte pri formulisanju javnog interesa bi želeo da vidi političke stranke i nevladine organizacije (po 1/7 ispitanika). Sadržaj javnog interesa ogleda se u prioritetima na kojima treba insistirati u razvoju društva, kako bi građani u takvom društvu mogli da ostvare prava i potrebe. Među prva tri prioriteta ispitanici su navodili borbu protiv kriminala (77%), veću brigu države u domenu socijalnog sistema (zdravstvo, školstvo i zapošljavanje (56%) i veću mogućnost ostvarivanja građanskih prava (54%). Drugu grupu prioriteta čine: ekonomski razvoj (52%), razvoj tržišne ekonomije (36%), smanjenje razlika između siromašnih i bogatih (35%).

¹⁴ Prema: Nenadić, N.: *Sukob javnih i privatnih interesa i slobodan pristup informacijama*, Analize propisa i istraživanje javnog mnjenja, Transparentnost Srbija, 2003, str. 75.

Na osnovu odgovora iz ovog dela istraživanja zaključujemo da među građanima postoji visok stepen saglasnosti o tome da **javni interes treba da predstavlja interes građana**, bilo u celini, bilo većine građana. Takođe, saglasnost je evidentna i kad je u pitanju sadržaj javnog interesa, a to su borba protiv kriminala i povećanje mogućnosti za ostvarivanje prava.

Osobama kojima je povereno da vrše poslove od javnog interesa, data su određena ovlašćenja na osnovu kojih mogu donositi pojedine odluke vezane za javno dobro isključivo na osnovu sopstvenog stava, znanja i savesti. Ovakva mogućnost otvorena je radi veće efikasnosti rada i ona se zove „diskreciono pravo-ovlašćenje“, a imaju ga javni službenici skoro na svim nivoima upravljanja, posebno funkcioneri na najvišem državnom nivou. U situaciji kada osoba na javnoj funkciji donosi odluke u korist privatnih interesa (ličnih, tuđih, pojedinačnih ili grupnih), takvo delovanje se naziva **sukob javnog i privatnog interesa**.

Sukob interesa može biti:

- formalni (znaju se funkcije ili firme koje su u sukobu interesa)
- neformalni (poznata funkcija, ali ne i firma u sukobu interesa).

Funkcioner nije formalno vlasnik firme.

Metode sprečavanja formalnog sukoba interesa relativno su jednostavne, zakonskom regulativom, ukoliko postoji istinska volja za njegovo sprovođenje. Međutim, neformalni sukob interesa se veoma teško sprečava, i na ovaj način sprovodi se koruptivna delatnost ne samo u domenu poslovanja na liniji država - privredni subjekt, već i u procesu privatizacije društvene imovine.

Situacije u kojima sukob interesa nije ostvaren, ali postoje racionalne mogućnosti za to, naziva se *potencijalni sukob interesa*. Postoje slučajevi kada se samo čini da postoji sukob interesa, ali ga zaista nema. Taj slučaj naziva se *prividni sukob interesa*. Sukob interesa nije nužno štetan po javno dobro, ali u najvećem broju slučajeva jeste. Za sprečavanje sukoba interesa postoje preventivne i korektivne mere, tj. mere koje ga sprečavaju i mere na osnovu kojih se postupa kada je on već nastao. Smatra se da je zloupotreba diskrecionih pravau privatnom interesu glavni motiv ljudima da se bave javnim funkcijama, jer je poznato da su velika odgovornost na funkciji i niska zarada u velikoj disproporciji, pa osoba sa ovlašćenjima često svoj položaj zloupotrebljava kako bi pribavila ličnu korist. Zbog takve pretpostavke, funkcioneri koji pošteno obavljaju svoj posao nalaze se pod sumnjom javnosti i neretko su prinuđeni da dokazuju svoju nevinost. Uobičajeno prihvaćen stav je da su neopho-

dni sledeći uslovi kako bi javni funkcioner (službenik) pošteno obavljao svoj posao:

- da je dobro plaćen,
- a je politički neutralan,
- a ima sigurnost radnog mesta (koje ne zavisi od učestalih političkih promena kojima se menja službenička garnitura),
- da nema poslovne interese u neskladu sa funkcijom (konflikt interesa).

Međutim, postoje slučajevi kada, uprkos postojanju uslova za pošteno obavljanje funkcije, službenik svoj položaj zloupotrebljava. Radi sprečavanja takvih situacija donose se propisi kojima je cilj da:

- smanje mogućnosti da do sukoba javnog i privatnog interesa dođe,
- uvode proceduru i određuju organe nadležne da procenjuju da li sukob javnog i privatnog interesa postoji, i kako ga razrešiti u korist javnog interesa,
- obezbeđuju javnosti dovoljno podataka o ponašanju i procesu donošenja odluka državnih funkcionera i javnih službenika.

Sukobi interesa javljaju se na svim nivoima vlasti, od lokalnih samouprava, preduzeća u javnom sektoru pa do predsednika Republike. Konflikta interesa najviše pogađaju javnost kada se tiču upravljanja javnim preduzećima, javnih nabavki, privatizacije, isl. tj. kada su budžet i građani najočiglednije materijalno oštećeni. Može se reći da je sukob interesa osnov za svako neetičko i neprihvatljivo ponašanje javnih funkcionera. Prema istraživanju koje je sprovela nevladina organizacija Transparentnost Srbija, primetan je visok nivo prepoznavanja situacija u kojima postoji sukob javnog i privatnog interesa kod državnih funkcionera, što dokazuju podaci iz sledeće table:

Tabela 3. - *Situacije u kojima postoji sukob javnog i privatnog interesa*

PONUĐENA SITUACIJA	
Kada državni funkcioner primi poklon od osobe koja bi od njega mogla zatražiti protivuslugu	86,7%
Kada je ministar vlasnik privatne firme u oblasti kojom se bavi ministarstvo	77,8%
Kada državni funkcioner izlaže stranačke stavove na konferenciji za štampu na kojoj govori u svojstvu državnog funkcionera	74,6%
Kada državni funkcioner saopšti informaciju o preduzeću koje je u procesu privatizacije licu zainteresovanom za kupovinu preduzeća	72,8%

Izvor: Podaci prema: N. Nenadić, (2003.) *Sukob javnih i privatnih interesa i slobodan pristup informacijama, Analize propisa i istraživanje javnog mnjenja*, Srbija 2003. Transparentnost Srbija, Beograd.

5. Analiza privatizacije preduzeća u Srbiji

Nakon sedamnaest godina reformi, Srbija se danas praktično nalazi na početku tranzicije u demokratsko društvo i tržišnu ekonomiju. Za razliku od situacije s kraja 80.-tih, kreatori ekonomske politike u Srbiji danas pred sobom imaju iskustva zemalja u tranziciji i mogućnost da izaberu one koncepte tranzicije koji su pokazali rezultate. Uz dužno uvažavanje nosiocima ekonomske politike koji sprovode segmente tranzicije kao što su stabilizaciona monetarna politika, fiskalna reforma i harmonizacija, deregulacija i privatizacija, ipak predstavljaju osnovnu polugu tranzicije i istovremeno ključni kamen spoticanja u realizaciji reformi u zemljama centralne i istočne Evrope.

Privatizacija je lakmus koji jasno pokazuje čvrstinu opredeljenja Vlade da sprovede sveobuhvatne reforme, prevashodno zbog posledica koje izaziva u pogledu socijalnog statusa i što je još važnije, kulturnog obrasca i načina razmišljanja populacije. Istorija privatizacije u Srbiji, koja je možda najočiti-tija potvrda ove teze, praktično je istorija primene različitih modela besplatne distribucije kapitala zaposlenima, penzionerima i građanima. Međutim, ukupni efekti privatizacije u Srbiji do demokratskih promena su minimalni, pre svega usled odsustva jasne volje tadašnje političke elite na vlasti da se dosledno sprovedu reforme i tranzicija ka tržišnoj ekonomiji.

U periodu od 2000. do 2009. godine, u Srbiji je vladala demokratska politička i finansijska elita. Prema nezvaničnim podacima, procenjuje se da je u zemlju u tom periodu iz inostranstva došlo ukupno oko 128 milijardi dolara, što čini oko 13.000 dolara po glavi stanovnika. Iako ova svota izgleda visoka, ona na rast realnog sektora očigledno nije uticala, a stanovništvo Srbije kao da taj novac nije ni primetilo. Situacija u zemlji je takva da je realni sektor praktično uništen kroz privatizaciju, umesto da je, kako su tvrdili zagovornici privatizacionih metoda, prošao kroz period stagnacije, a potom krenuo u rast. Deklarativno, privatizacija je imala za cilj jačanje privrede, rast zaposlenosti i dohotka. Realno, ona je služila za špekulativnu preraspodelu dobara. Ovakvi rezultati dovode u nedoumicu: da li je tržišna, privatizovana privreda, lošija po rezultatima od planske, društvene (državne)? Detaljnije razmatranje ovog problema dovodi do zaključka da nije u pitanju suštinska neefikasnost i krizne okolnosti, već smišljena, organizovana i umrežena pljačka društvene svojine, koja se temeljno sprovodi tokom čitave prve decenije XXI veka. Danas postoji dovoljno dokaza koji govore o tome kako je formirana velika korupciona mreža koja preraspodeljuje materijalna dobra u zemlji: preduzeća, zemljište, novac. Pripadnici ove mreže su: političari, tajkuni, kriminalci (takozvani

"kontroverzni biznismeni", po pravilu sa specifičnim nadimcima) i konsultantske firme iz zemlje i inostranstva. Nesporna je činjenica da je mnogim srpskim "tajkunima" omogućeno da biraju koja će preduzeća kupiti i po kojoj ceni, a to je, bez sumnje, mogao da im omogući samo neko iz vlasti. Iako je privatizacija kod nas donela pokretanje industrije, ona je donela i mnoge probleme i određene distorzije u odnosima javnog i privatnog interesa sa kojima će se boriti i dolazeće generacije. Nije teško zaključiti da je veliki broj privatizacija sveden na puki promet nekretnina i zloupotrebu prava korišćenja građevinskog zemljišta, a na štetu države, lokalne samouprave i građana Srbije. Najveći ulog u dosadašnjoj privatizaciji bilo je građevinsko zemljište i prava korišćenja građevinskog zemljišta.

Privatizacija preduzeća u Srbiji svakako je bila jedan od najvećih izvora korupcije u našoj zemlji. Od ukupno 2400 privatizacija koje su sprovedene u pomenutom periodu, u stečaju je završilo 1070, a poništeno je 620 privatizacija, tj. četvrtina postupaka.¹⁵ Najveći broj raskida ugovora sproveden je u periodu od 2008. do 2010. godine. Iako je predstavljalo reakciju države na nezakonitosti, poništavanje privatizacije nije bio koristan reverzibilni postupak koji donosi povratak na pređašnje stanje, jer su ta preduzeća u kratkom periodu privatnog vlasništva dodatno upropašćena izvlačenjem kapitala i njegovim tunelovanjem ka drugim firmama. U takvoj situaciji ove firme više nikome nisu potrebne. Privatni sektor ne želi da ih kupi, a državi predstavlja samo dodatno opterećenje. Mada je Srbija regionalni lider u poništenim privatizacijama, na prste jedne ruke mogu se nabrojati i oni vlasnici, (ali i oni koji su im omogućili da kupe preduzeća za male pare i brzo ga upropaste), koje su zbog nepoštovanja zakona morali da upropašćene i ispražnjene firme vrate u državne skute. Nisu sporne samo one 24 privatizacije koje se istražuju po zahtevu EU, nego i još oko 600 slučajeva u kojima je država raskinula ugovore, ali nažalost, kako je već rečeno, u većini slučajevaja to urađeno prekasno. Takav pristup nas je doveo do momenta da je i kompletnoj državi pretila takva privatizacija.¹⁶

I dok se mogu dobiti podaci o "nevaljalim" gazdama, nigde u Srbiji ne mogu se dobiti podaci o tome koji je političar omogućio da oni kupuju firme, da ne ispunjavaju ugovore i nestanu s punim džepovima. Jer, za razliku od Hrvatske, gde se u prethodnom periodu hapse donedavno istaknuti političari

¹⁵ Prema: www.priv.rs — Zvanični sajt Agencije za privatizaciju.

¹⁶ Izvor: Dnevni list "Dnevnik", od 21. aprila 2013. godine.

zbog učešća u nezakonitim privatizacijama, pa je tako istraga stigla i do samog premijera Ive Sanadera, u Srbiji čak ni protiv političara iz prošlih vlasti nema prijava. Tako bivša predsednica Saveta za borbu protiv korupcije, Verica Barać, objašnjavala je da je Hrvatska mnogo više odmakla u evropskim integracijama, jer su njene institucije stabilnije i bolje, samim tim što su manje zavisne od izvršne vlasti, i da zbog toga ona sebi može dozvoliti da uz raskid privatizacije poziva na odgovornost ne samo vlasnike, već i političare koji su bili umešani u korupciju.

Poreklo novca kojim je vršena privatizacija u Srbiji, gotovo da i nije proveravano. Ni jedna državna institucija, pa ni Agencija za privatizaciju, nije imala zakonsku nadležnost da proverava odakle novac dolazi, sve dok nije formirana Uprava za sprečavanje pranja novca. Do maja 2011. god. Agencija za privatizaciju dobila je samo jednu informaciju od Uprave za sprečavanje pranja novca na osnovu koje je zaustavljena prodaja preduzeća "Zobnatica".

Državne institucije koje snose najveću odgovornost za sprovođenje ovakve privatizacije su Vlada Republike Srbije (Ministarstvo ekonomije i Ministarstvo finansija), Agencija za privatizaciju, Komisija za hartije od vrednosti i Akcijski fond. Prikrivanje nezakonitosti sprovedeno je saradnjom sa mnogobrojnim konsultantskim firmama iz zemlje i inostranstva, koje predstavljaju čvornu tačku povezanosti državnih institucija i kupaca društvene svojine. Konsultantskim kućama je *de facto* prepušteno da sprovedu privatizaciju, dok je Agencija za privatizaciju samo formalno sprovodila proceduru. Ove firme su vršile procenu vrednosti kapitala, radile proračune i izveštaje, a u isto vreme vršile usluge za zainteresovane kupce društvenih preduzeća. Na taj način, eliminisali su eventualnu konkurenciju na tenderima i aukcijama u korist onih koji su ih angažovali. Državne institucije su na osnovu saveta konsultantskih kuća nudile razne olakšice kupcima preduzeća, na primer, kupovinu preduzeća na više rata. Isplata rata je najčešće kasnila, a ponekad i potpuno izostajala. Prodaja preduzeća često je uslovljavana programom socijalnog obezbeđivanja zaposlenih i obaveznim investicijama u razvoj. Na tenderima je davana prednost kupcima koji su obećavali ispunjenje takvih uslova, ali po zaključenju kupovine niko nije kontrolisao ispunjavanje obaveza.

Na kraju se postavlja pitanje: koliko je privatizacija, tj. prodaja društvene svojine donela Srbiji novca? Podaci govore — ne mnogo! Prema podacima Agencije za privatizaciju, od 2002. do 2008. godine (najznačajniji deo privatizacionog perioda), ugovoreno je prodaja društvene svojine u visini tek nešto više od 2,5 milijarde evra, a naplaćeno tek nešto malo više od dve mili-

jarde. Uzimajući u obzir masovno obustavljanje industrijske proizvodnje i masovna otpuštanja (naglo povećanje nezaposlenosti), visok procenat siromaštva i koncentraciju bogatstva u rukama veoma uskog kruga pojedinaca, ovi rezultati po društvo se mogu okarakterisati kao katastrofalni.¹⁷

6. Privatizacija medija u Srbiji

Analizom samog procesa privatizacije medija u državnom vlasništvu i same procedure koja će omogućiti da se on sprovede u interesu medija, novinara, javnog interesa, odnosno građana, jedno je od pitanja kojem je nedostajala ozbiljna, široka i stručna rasprava. Propušteno je da se utvrde, predlože, javno zagovaraju jasna pravila i rokovi, da se unapred spreče zloupotrebe i odugovlačenja, da se uspostave jasne procedure i javnost procesa, da se ustanove mehanizmi kontrole porekla imovine učesnika u privatizaciji, ali i da se jasnije definiše postupak prenosa besplatnih akcija na zaposlene ukoliko medij ne bude privatizovan putem javne aukcije.

Donošenjem medijskih zakona, pred nadležnim organima je bila odgovornost da preduzmu sve mere potrebne da se sadašnji nivo informisanja na jezicima manjina očuva i unapredi. Zakonodavac jeste predvideo niz zaštitnih odredbi usmerenih na ublažavanje posledica privatizacije medija po ostvarivanje prava nacionalanih manjina na informisanje, ali njihova primena izrodila je (su)više nepoznanica. Nakon prve godine primene Zakona o javnom informisanju i medijima, na osnovu kojeg je vršen prvi krug privatizacije, izvesno je da se problemi i prepreke odgovarajućem i delotvornom sistemu informisanja na manjinskom jeziku i u interesu građana, ne mogu otkloniti postojećim rešenjima. Zakonom je bilo predviđeno da se zaključno sa 31. oktobrom 2015. godine, privatizacija medija izvrši prodajom kapitala (prva faza), nakon čega bi preostali mediji trebalo da budu privatizovani modelom prenosa kapitala izdavača medija zaposlenima bez naknade (druga faza), ukoliko su oni zainteresovani. Međutim, zbog razlika u tumačenjima primene člana 142. Zakona, od strane ministarstava kulture i privrede, Zaštitnik građana vodio je i formalne postupke kontrole rada navedenih ministarstava, po sopstvenoj inicijativi, zbog saznanja o problemima u privatizaciji RTV Vranje, sprovedenog kroz model prenosa kapitala izdavača medija zaposlenima bez naknade. Nakon pokretanja postupka, ovaj problem normativno je prevaziđen tek feb-

¹⁷ Đukić, S.: *Korupcija u Srbiji - teorijska i empirijska analiza*, Pravni fakultet za privredu i pravo-
sude, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu, Novi Sad, 2016, str. 274.

ruara 2016. godine, kada je Narodna skupština donela autentično tumačenje tog člana, čime je omogućeno nesmetano sprovođenje druge faze privatizacije. Ovom fazom obuhvaćen je značajan broj lokalnih medija koji su emitovali program na jezicima nacionalnih manjina.

Štampani mediji, među njima mnogi višejezični, sa stranicama na manjinskim jezicima (recimo u gotovo svim većim gradovima Vojvodine) dobili su nove vlasnike manje-više u roku, do kraja 2005. godine, osim nekih izuzetaka. Među njima je bilo najmanje uspešnih kupaca iz medijske i novinarske struke, lokalni listovi su često prodavani po izlicitiranim astronomskim cenama do kojih su ("po svaku cenu") na aukcijama išli ljudi bliski pojedinim političkim (i bezbednosnim) strukturama, ili oni kojima je motivacija bila da se domognu nekretnina u vlasništvu medija. U mnogim tako privatizovanim listovima menjane su uređivačke politike, dolazilo do raslojavanja redakcija i stvaranja paralelnih, teško održivih izdanja lokalnih listova.

Osim ovog, drugi model vlasničke transformacije u slučaju manjinskih listova primenjen je u leto 2004. godine u Vojvodini, kada je Skupština Vojvodine na manjinske nacionalne savete prenela svoja osnivačka prava u sedam ključnih listova koji izlaze na mađarskom, slovačkom, rumunskom, rusinskom, hrvatskom i romskom jeziku (docnije su još nacionalni saveti postali osnivači i u pokrenutim listovima na makedonskom, bunjevačkom i ukrajinskom jeziku). Transferom osnivačkih prava (koji je tek pet godina kasnije, Zakonom o nacionalnim savetima nacionalnih manjina iz 2009. godine, dobio svoju zakonsku verifikaciju) pokrajinska vlast se ugovorom obavezala da će i nakon toga nastaviti da u nesmanjenom obimu subvencionise izlazak tih listova, što je na snazi i danas.

Prema rezultatima istraživanja Nezavisnog društva novinara Vojvodine, većina (59%) medija obuhvaćenih drugim krugom vlasničke transformacije izveštavala je na više jezika, a od ukupno 73 medija u ovom procesu, 43 su bili višejezični (20 radio-stanica, 15 RTV kuća, 5 televizijskih stanica i 3 štampana medija). Među njima se u 21 mediju, osim na srpskom, izveštavalo još na po dva ili više jezika nacionalnih manjina. Svi mediji sa sadržajima na manjinskim jezicima, koje je obuhvatio drugi talas privatizacije, proizveli su ukupno 79 manjinskih programa na 15 jezika nacionalnih manjina. Najviše ih je bilo na romskom (17) i mađarskom jeziku (16), na slovačkom 11, rumunskom 7, po 4 na rusinskom i vlaškom, po 3 na bosanskom i hrvatskom, po 2 na bugarskom, makedonskom, bunjevačkom, nemačkom i ukrajinskom jeziku i 1 na češkom.

Analizirajući privatizaciju medija u Srbiji, pošli smo i od analize efekata sprovođenja seta medijskih zakona¹⁸, koji su usvojeni u avgustu 2014. godine, sa ciljem da sagledamo uticaj medijskih reformi na višejezično i informisanje na manjinskim jezicima, sa fokusom na izlazak države iz vlasništva nad medijima. S tim u vezi, i u slučaju medijskih reformi pokazala se tačnom tvrdnja ekonomskih eksperata da je svaki oblik tranzicije loš, odnosno svojevrsno nužno zlo koje prate nepravde, ali da je najpogubnija ona tranzicija - koja najduže traje!

Osim toga, u toku 2015. godine, započet je treći i poslednji krug privatizacije medija, inicijalno pokrenut još 2002. i 2003. godine. U ovoj trećoj fazi, privatizacijom je obuhvaćeno manje od 10% medija, preostalih u državnom vlasništvu. Kad je u pitanju ova faza privatizacije, ona je posebno interesantna, jer se tiče radio i TV stanica čiji su osnivači lokalne samouprave, a koje su redovno emitovale informativne i druge medijske sadržaje na jezicima nacionalnih manjina.

U procesu prodaje kapitala javnim nadmetanjem, našlo se 50 od ukupno 73 medija. Za 23 medija u javnom vlasništvu, Agencija za privatizaciju nije ni raspisivala javni poziv za prodaju kapitala, a među njima je 14 izveštavalo na više jezika. Razlozi što se bezmalo trećina medija nije ni našla u aukcijskoj prodaji su višestruki: neki od njih imali su nagomilane gubitke, koji su višestruko premašivali iznos kapitala preduzeća pa su i ugašeni, otišli u stečaj, pojedine lokalne samouprave i mediji jednostavno su opstruirali čitav proces i nisu u propisanim rokovima dostavili potrebnu dokumentaciju za raspisivanje javnih poziva, pojedini su promenili delatnost, dok je u slučaju nekih medija u startu prevladala ambicija da se vlasnička transformacija ostvari prenošenjem akcija na zaposlene. U grupi medija koji nisu ni ponuđeni na aukcijskim prodajama ugašeno je 14 medija, a među njima je devet izveštavalo na nekom ili i na više manjinskih jezika, ponekad i sa višedecenijskom tradicijom.

Mediji u Srbiji, ili bar pretežna većina, na aukcijskim prodajama 2015. godine, nuđeni su i prodavani po ipak skromnim i relativno pristupačnim cenama. Ukupno 33 medija prodata su po zbirnoj ceni od oko 2,9 miliona evra. A primera radi, tokom prethodnog talasa privatizacije medija, samo za jedan lokalni list ("Pančevac") izlicitirana je cena od 2,2 miliona evra, mada je, dodu-

¹⁸ Pod setom medijskih zakona podrazumevaju se: Zakon o javnom informisanju i medijima, Zakon o elektronskim medijima i Zakon o javnim servisima. Ova tri zakona usvojena su 2. avgusta 2014. godine u Skupštini Srbije.

še, ta privatizacija kasnije poništena zbog nepoštovanja obaveza od strane kupca. Tako je sada taj isti list na aukciji prodat praktično za desetinu prethodne sume (238.000 evra). Prosečna cena po kojoj su prodati mediji na aukcijama 2015. godine, iznosila je 88.301 evro.

Višejezični mediji prodati su po nižim prosečnim cenama (67.645 evra), a čak 14 od ukupno 19 ovakvih medija kupljeni su po cenama ispod tog proseka. Ukupno je za kupovinu ovih medija izlicitirana suma nešto veća od 1,285 miliona evra, ali se među višejezičnim medijima, koji su našli kupce, nalazi i najskuplje prodat medij (Radio Šid, po ceni od 531.000 evra) kao i najjeftiniji (JP Centar za informisanje Novi Kneževac, kupljen za svega 480 evra). Mediji koji izveštavaju samo na srpskom jeziku (14) prodati su po ukupnoj ceni od 1.628.675 evra, odnosno po prosečnoj ceni od 116.334 evra.¹⁹

I pored toga što je većina medija prodavana po relativno skromnim cenama, novinari i članovi redakcija, odnosno konzorcijumi zaposlenih su, nažalost, samo simbolično zastupljeni među kupcima medija. Prema podacima koje je saopštilo Udruženje novinara Srbije (UNS), preko 1.000 novinara i zaposlenih u medijskim kućama uzeli su otpremnine. Ipak, nije bilo i drugih primera da su se zaposleni odlučili da uz pomoć tih sredstava postanu i vlasnici svojih medija, iako su u brojnim slučajevima "njihovi" mediji na aukcijama nudili po cenama nižim od otpremnina koje su uzeli.

Kako navodi Zaštitnik građana u svom Izveštaju 2016. godine, javnost je u više navrata obavestavana i o nepravilnostima i nezakunitostima prilikom sprovođenja konkursa za sufinansiranje u oblasti javnog informisanja, koji je Zakonom uveden kao način na koji se obezbeđuje javni interes. Kako je veliki njihov značaj za budući nivo i kvalitet informisanja na manjinskim jezicima, i pitanje konkursa je, u međuvremenu rešeno, tako da je donet Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja (1. marta 2016. godine), kojim se bliže uređuje realizacija konkursa, kriterijumi za ocenu projekata i donošenje odluka, izbor i rad konkursne komisije. Konačno, medijskim zakonom proglašeno je da je javni interes očuvanje i osnivanje medija nacionalnih saveta nacionalnih manjina.²⁰

¹⁹ Prema: Serenčes, Ž., Sejdinović, N.: *Izveštaj "Manjinski i višejezički mediji u kontekstu sprovođenja medijskih zakona*, Nezavisno društvo novinara Vojvodine, Novi Sad, april 2016, str. 49.

²⁰ *Izveštaj Zaštitnika građana, "Poseban izveštaj o informisanju na jezicima nacionalnih manjina nakon privatizacije medija"*, Beograd, 2016, str. 8.

7. Zaključak

Poštovanje slobode medija, donošenjem medijskih zakona, kao i obaveza zaštite prava na informisanje na jeziku manjine, pred nadležnim organima je bila odgovornost da preduzmu sve mere potrebne da se sadašnji nivo informisanja na jezicima manjina očuva i unapredi, odnosno da se ostvaruje pravo na informisanje na jezicima nacionalnih manjina.

U praksi Republike Srbije, sa akcentom na teritoriju Autonomne Pokrajine Vojvodine, zastupljeni su svi poznati modeli informisanja na jezicima nacionalnih manjina: programi javnih servisa, redovne emisije, članci u privatnim medijima, postojanje manjinskih štampanih i elektronskih medija, kao i korišćenje interneta, televizije bez granica, pristupa medijima matičnih zemalja i dr. S tim u vezi, promena vlasničke strukture u medijima ne utiče na obavezu države da štiti javni interes u oblasti informisanja i pravo na istinito, nepristrasno i pravovremeno informisanje na maternjem jeziku pripadnika nacionalnih manjina i očuvanje njihovog kulturnog i jezičkog identiteta.

Razlog što je pitanje informisanja na jezicima manjina stalno aktuelno je činjenica da se, osim prava da se na svom jeziku informišu o svim temama od interesa za građane, proizvodnjom i emitovanjem kulturnih, obrazovnih, naučnih, dečjih, filmskih i drugih radio i televizijskih emisija (audio-vizuelnih sadržaja) doprinosi očuvanju kulturnog i jezičkog identiteta i razvoju kulturnog stvaralaštva manjinske zajednice. Zadovoljenjem takvih potreba građana doprinosi se i njihovoj integraciji.

Osim toga, titlovanjem televizijskih programa, odnosno prevodom na srpski jezik, stvara se mogućnost da i građani koji pripadaju većini, ili drugim manjinskim zajednicama, prate te programe, čime se doprinosi međusobnom razumevanju i toleranciji. Zbog toga sadržaji na jezicima nacionalnih manjina, kao i rad manjinskih sredstava javnog informisanja, doprinose programskoj raznovrsnosti i pluralizmu medija kao važne pretpostavke razvoja građanskog i demokratskog društva.

Literatura

Ilić, S. (2016). *Zakonsko regulisanje položaja nacionalnih manjina u Srbiji i njegova implementacija*,

Available on the following page: http://www.21osmeh.net/Zakonsko_regulisanje_polozaja_NM.pdf

Manić, M. (2015). *Mediji u globalnom društvu*, Beograd: Fakultet za diplomatiju i bezbednost.

Marko D., Nikolić, J., Šinković, R. N.(2012). *Manjine i mediji na zapadnom Balkanu - Analiza medija na jezicima manjina u Srbiji*, Sarajevo: Novosadska novinarska škola.

Nedeljković, V. D. (2008). *Mediji nacionalnih manjina u Srbiji/Vojvodini - privatizacija*, Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

Nenadić, N. (2003). *Sukob javnih i privatnih interesa i slobodan pristup informacijama*, Beograd: Analize propisa i istraživanje javnog mnjenja, Transparentnost Srbija.

Serenčeš, Ž. (2009). *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina i deetativacija*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.

Serenčeš, Ž., Sejdinović, N.(2016). *Izveštaj "Manjinski i višejezički mediji u kontekstu sprovođenja medijskih zakona*, Novi Sad: Nezavisno društvo novinara Vojvodine.

Đukić, S. (2016). *Korupcija u Srbiji - teorijska i empirijska analiza*, Novi Sad: Pravni fakultet za privredu i pravosuđe, Univerzitet Privredna akademija u Novom Sadu.

Dokumenta

Izveštaj pokrajinskog ombudsmana o stanju manjinskih medija u Vojvodini iz 2010. godine.

Izveštaj Zaštitnika građana, *"Poseban izveštaj o informisanju na jezicima nacionalnih manjina nakon privatizacije medija"*, 2016. godine.

Okvirna konvencija za zaštitu pripadnika nacionalnih manjina i Povelja o zaštiti regionalnih i manjinskih jezika Saveta Evrope.

Republički zavod za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs/axd/Zip/VJN3.pdf>
Statut Autonomne Pokrajine Vojvodine, "Službeni list APV", br. 17/09.

Ustav Republike Srbije, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 83/06.

Zakon o službenoj upotrebi jezika i pisama, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 45/91, 101/05 i 30/2010.

Zakon o javnom informisanju, 2002. godine.

Zakon o zaštiti manjina, 2002. godine.

Zakon o radio difuziji, 2003. godine.

Zakon o lokalnoj samoupravi.

Zakona o nacionalnim savetima nacionalnih manjina, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 72/2009.

Zakon o javnom informisanju i medijima, 2014. godine.

Zakon o elektronskim medijima, 2014. godine.

Zakon o javnim servisima, 2014. godine.

MEDIJI I NACIONALNE MANJINE U CRNOGORSKOM DRUŠTVU

MEDIA AND NATIONAL MINORITIES IN MONTENEGRO SOCIETY

dr SRĐAN VUKADINOVIĆ, redovni profesor
Centar za društvena istraživanja – Podgorica

***Apstrakt:** Modernost svakog društva, po pravilu, mnoštvo sopstvenih kvaliteta vuče i crpi iz multietničnosti i multinacionalnosti. Migratornost kretanja, kako ona unutar jedne države, tako i iz drugih ili trećih država, utiče na to da se struktura savremenih društava mijenja i da sve manje (p)ostaje jednonacionalna, a sve je više multietnička i multinacionalna. U takvom multinacionalnom društvenom slijedu normalno je da su neke grupacije manjinske, a neke većinske. Ali, samo u brojčanom smislu. I nikako više.*

Odnos između većinske u manjinskih populacionih grupacija u svakom društvu je mjerilo demokratičnosti. Mjera raspoloženja vladajuće oligarhije prema manjinama ispoljava se, prije svega, u pojmovno terminološkom određenju pomenutih grupacija. Primjena naziva «manjina» upućuje u startu one koji joj pripadaju određenu inferiornost u rješavanju osnovnih statusnih i životnih pitanja. Radi toga je u crnogorskom društvu kao adekvatniji termin primijenjen u svakodnevnoj praksi i javnom vokabularu termin «manjinski narodi». I ta primjenjivost crpi, dominantno, svoj kvalitet i iz crnogorskog konstitucionalizma profilisanog u tom dijelu na osnovu konvencija većine političkih subjekata i najšire javnosti. Potporu konvencijama o sporazumno dogovornom terminu za manjinske grupacije u crnogorskom društvu potvrđuju i empirijska istraživanja koja se pominju u radu o mediji i manjinama. Javnoj promociji navedenog specifičnog naziva za manjinske grupacije poseban značaj su dali i daju mediji. Primjenom pomenutog naziva izbjegava se potreba da se poimeničnou konstitucionalnim ili drugim aktima naglašava koje grupacije spadaju u «većinsku» ili «manjinsku» skupinu. Pomenuti pristup približava ovo pita-

nje rješenjima kakva su prisutna u demokratskim multinacionalnim zemljama. Društveni model konstituisan na takvim osnovama omogućava onim grupacijama koje su brojčano manje da mogu razvijati svoje identitetske i nacionalne osobenosti, i da ni u kom slučaju ne mogu imati strah od asimilacije.

Ključne riječi: Manjine, konstitucionalizam, identitetske specifičnosti, mediji, modernost društva, društveni model

Abstract: *The modernity of every society, as a rule, draws a lot of its own qualities from the multiethnic and multinationality. The migratory nature of movement, both within a state, as well as from other or third countries, affects the structure of contemporary societies changing and the less (p) remains one-national, and increasingly multiethnic and multinational. In such a multinational social sequence it is normal that some groups are minority and some are majority. But only in numerical terms. and no more.*

The relationship between majority in minority populations in every society is a measure of democracy. The measure of the mood of the ruling oligarchy towards minorities is expressed primarily in the conceptual terminological definition of the mentioned groups. Applying the term "minority" indicates at the beginning those who belong to a certain inferiority in solving basic status and life issues. For this reason, in the Montenegrin society, the term "minority peoples" is used as an adequate term in everyday practice and public vocabulary. And this applicability does not draw, predominantly, its quality from Montenegrin constitutionalism, but from the conventions of most political subjects and the general public. A special importance was given to the public promotion of this specific title for minority groups and media. By applying this name, it is avoided the need to specify, in constitutional or other acts, which groups belong to a "majority" or "minority" group. This approach brings this issue closer to the solutions that are present in democratic multinational countries. A social model constituted on such grounds enables those groups that are numerically less able to develop their identity and national peculiarities, and in no case can they have fear of assimilation.

Key words: Minorities, Constitutionalism, Identity Specificities, Media, Modernity of Society, Social Model

1. Uvod

Rješavanje statusa manjinskih naroda jedno je od temeljnih pitanja na kojima se provjerava mogućnost država za uključivanje u evroatlanske integracije. Malo je zemalja koje su to pitanje riješile na zadovoljavajući način. Čak i tamo gdje izgleda da se određena rješenja mogu uzeti kao primjer iskustvo pokazuje da ima primjedbi određenih manjinskih zajednica na njihov status. Naravno da je zemljama koje su nacionalno homogene, a što znači da je prisustvo većinske populacije iznad 80% mnogo lakše riješiti probleme koji se javljaju u vezi sa položajem manjina, nego što je to slučaj sa nacionalno heterogenim prostornim realitetima.

Može se reći da nema u prvoj petini XXI vijeka društva i države koji su status nacionalnih manjina riješili na taj način da nijedna grupacija nema nekih posebnih zahtjeva u tome smislu i da je u potpunosti zadovoljna sa svojim statusom. Problemi statusa i položaja manjinskih grupacija potresaju i razvijenu Španiju i jednu od najcivizovanijih zemalja – Veliku Britaniju.

Veliki je broj činilaca, institucija i organizacija koje utiču na rješavanje statusa manjinskih grupacija. Često se kaže da država nije spremna ili da ne čini ništa da se status ovih grupacija popravi ili riješi. Međutim, država može da ima najbolje namjere u rješavanju statusa manjinskih grupacija, ali da je u tome sprečavaju neki drugi činoci koji su van njenog dometa i više spadaju u strukturu društva. Vlada jedne države ili odgovarajuće ministarstvo mogu nastojati da štite i unapređuju prava i položaj manjinskih grupacija, ali da ih u tome mogu onemogućavati pojedinci, grupe, organizacije, partije ili predrasude i tradicija. Svi ti činoci predstavljaju različite nivoe društvene strukture i društvene organizovanosti i u velikom broju slučajeva su van domašaja države i njenih institucija.

Onemogućavanje zaštite i unapređenja prava manjinskih grupacija putem pritiska od strane različitih društvenih činilaca naročito je ispoljeno u periodu naglašene etnifikacije društva, kakav je slučaj sa većinom tranzicijskih prostornih ambijenata. To naročito važi za zemlje nastale na temeljima samourušenog bivšeg jugoslovenskog društva. Etnonacionalne elite nikako nisu željele prihvatiti pravo na različitosti životnog egzistiranja manjinskih grupacija. Time su pokazivale svoje pravo lice, odnosno bile su ogledalo „razvoja demokratije i pluralizma“. Pritome su vrhuške elita ispoljavale licemjerman odnos zalažući se u svome prostoru za građansko društvo i ne pomišljajući da u njemu obezbijede osnovna nacionalna prava manjinskim grupacijama, uz istovremene zahtjeve da pripadnici njihove nacionalne grupacije u susjednim

državama putem referenduma traže svoja osnovna prava. U periodu 1991–1995. godine elite u Srbiji nisu ni pomišljale na stvarnu i normativnu institucionalizaciju prava nacionalnih manjina koje su egzistirale na njenom području, dok su istovremeno u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj zahtijevale nacionalne referendume Srba. Hrvatske vladajuće elite su govorile „o Hrvatskoj kao državi samo Hrvata“, a u Bosni i Hercegovini, Srbiji i Crnoj Gori tražili su kolektivna prava hrvatskog naroda. Stranka demokratske akcije u BiH je početkom 1991. godine insistirala na referendumu koji će izbrisati specifičnosti prava i položaja pojedinih naroda, dok je u Sandžaku insistirala na referendumu Muslimana kao naroda.

Etnifikaciji na prostorima bivšeg jugoslovenskog društva suprostavljale su se manjine svojim zahtjevima (Varadi, 1997:74). Zbog kršenja temeljnih manjinskih prava došlo je u posljednjim godinama XX. vijeka do internacionalizacije ovog problema, zbog čega je međunarodna zajednica vršila pritisak na zemlje koje ne štite manjinska prava. Kvalitet rješavanja statusa manjinskih zajednica ima jednu dimenziju kada je on rezultat zahtjeva međunarodne zajednice, a sasvim drugu kada je države osjećaju kao svoju unutrašnju i organsku potrebu i obavezu.

2. Pojmovno – terminološko određenje manjinske zajednice u crnogorskom društvu

Termin nacionalne manjine kao prihvatljivo pojmovno obilježje manjinskih populacija etnički drugačijih i različitih od većinske grupacije u konkretnom prostorno – državnom ambijentu ušao je u evropsku terminologiju. Takvo terminološko određenje je prihvatljivo i za sociologiju manjinskih zajednica. Izraženu različitost u terminološkom određenju manjina susrećemo i u južnoslovenskom, odnosno crnogorskom društvu od druge polovine XX vijeka. Južnoslovenska teorija i sociologija manjinskih zajednica je termin nacionalna manjina prezela iz sovjetske upravno – pravne teorije i ovo određenje je u upotrebi egzistiralo sve do 1963. godine. Termin nacionalna manjina se zamjenjuje terminom narodnost odredbama Ustava SFRJ donijetog 7. aprila 1963. godine. Određenje narodnost se u južnoslovenskoj teoriji i praksi upotrebljavalo sve do usvajanja Ustava SR Jugoslavije 27. aprila 1992. godine, kada se ponovo uvodi u upotrebu termin nacionalna manjina na nivou, tada, savezne države SR Jugoslavije. U Ustavu Republike Crne Gore donijetom 12. oktobra 1992. godine upotrebljava se termin nacionalne i etničke grupe. Prema političkom konsenzusu koji je potpisan 01. septembra 1997. godine od strane Demo-

kratske partije socijalista, Socijaldemokratske partije, Narodne stranke i Liberalnog saveza Crne Gore za manjinske grupacije se upotrebljava termin manjinski narodi. Socijalistička narodna partije nije prihvatila ovako terminološko određenje manjinskih grupacija, nego je ostala pri pojmovnom određenju koje se koristi u Ustavu Crne Gore. Zapaža se da se konsenzusom na jednoj strani krše ustavna određenja, a to se radi prije izmjena postojećeg Ustava, dok je na drugoj strani u upotrebi termin koji najbolje odgovara manjinskim grupacijama i koji je u svome određenju prihvatljiv za sve grupacije koje se tretiraju pod tim značenjem i koje mogu naći svoje mjesto u njemu. Ovo terminološko određenje je prihvatljivo iz razloga što se u Ustavu i drugim aktima ne može posebno apostrofirati ko spada u nacionalne, a ko u etničke grupe. Taj početni momenat u razgovorima oko statusa manjinskih grupacija može izazvati određene nesporazume u smislu da pojedine od njih smatraju da spadaju ili ne spadaju u ovu ili onu grupaciju, što znazno otežava nejasnoće i razrešenja po drugim momentima. Primjenom termina manjinskih narodi ne postoji posebna potreba da se naglašava ko spada u njih.

Korištenjem termina manjinski narodi u zvaničnoj upotrebi raskida se veza sa terminima (nacionalna manjina, narodnost, etnička grupa) koji su relikv prošliosti, odnosno ostaci kategorijalnog aparata jednog samourušenog statičkog društvenog sistema.

Ako se ima u vidu da se poslije raspada bivšeg jugoslovenskog društva i u SR Jugoslaviji i u Crnoj gori konstituišu tzv. nove manjine čiji su pripadnici prije 1992. godine imali status konstitutivnih naroda, termin manjinski narodi je rješenje koje im na određeni način briše negativnu konotaciju koju su bez svoje krivice stekli.

Rezultati istraživanja 1pokazuju da je veoma visok procenat pripadnika manjinskih grupacija koji smatraju da je adekvatniji i primjenjiviji termin manjinskih narodi nego nacionalne manjina, nacionalne i etničke grupe. Hrvati u najvećem broju slučajeva (76,4%) smatraju da je termin manjinski narodi adekvatan termin koji bi se primjenjivao u crnogorskom društvu kada su u pitanju manjinske grupacije (Vukadinović, 2001; 136). Za upotrebu ovog termina u nešto manjem broju su Muslimani (69,3%) i Albanci (68,2%). Romi u Crnoj Gori smatraju (58,3%) da je terminološko određenje koje bi prihvatljivo i

¹ Riječ je o istraživanju „Prava i položaj manjinskih naroda u crnogorskom društvu koje je longitudinalno sprovedeno: 2000, 2005, 2010 i 2015.godine. godine na istovjetnom uzorku od 695 ispitanika. Rukovodilac istraživačkog time bio je prof. dr. Srđan Vukadinović.

primjenjiva za njih etnička grupa za razliku od romske populacije u Srbiji koja zahtijeva naziv nacionalne manjine. Međutim, kada su u pitanju Romi treba sačekati i rješenja oko ideje koja se u posljednje vrijeme čuje da budu evropski narod, a ne manjina.

Samim određenjem kao manjinski narodi pripadnici ovih grupacije neće bitnije popraviti svoj položaj u pojedinim životnim sferama. Među njima samima je prisutno mišljenje da ako se zovu nacionalnom manjinom imaju manji značaj i vrijednost kao individue, pa samim time i manja prava. Međutim, u crnogorskom društvu slobode i prava ostvaruju se na osnovu Ustava, a građani su slobodni i jednaki da bez obzira na bilo kakvu posebnost ili lično svojstvo. To, također, znači da pripadnici manjinskih grupacija samim terminološkim određenjem kao manjinski narodi neće imati neke pogodnosti koje su imali 60-tih i 70-tih godina XX vijeka i pomoću kojih bi rješavali svoj status i poboljšavali kvalitet života. Različiti termini za manjinske grupacije u južnoslovenskom i crnogorskom društvu stvorili su i određene „hendikepe“ manje vrijednosti zbog njihove pripadnosti tim grupacijama. Primjenom termina manjinski narodi takvo stanje se prevazilazi.

3. Demografski činioci i socijalno porijeklo manjinskih grupacija u Crnoj Gori

Razmatranje demografskih činilaca i socijalnog porijekla predstavlja bitne pretpostavke razumijevanja ukupnog društvenog položaja manjinskih grupacija u jednom prostornom ambijentu.

Crnogorsko društvo je na kraju drugog milenijuma mnogonacionalna zajednica čiju nacionalnu i etničku strukturu po popisu iz 1991. godine čine: Crnogorci (61,86%), Muslimani (14,57%), Srbi (9,34%), Albanci (6, 57%), Hrvati (1%) i Romi (0,54%)². Pored pripadnika ovih manjinskih grupacija u Crnoj

² Kada je u pitanju romska populacija u Crnoj Gori veoma su različiti podaci o broju stanovnika romske etničke pripadnosti. Prema popisu iz 1991. godine u Crnoj Gori je 3282 Roma ili 0,54% od ukupnog stanovništva. Ovi pokazatelji su znatno ispod onih koje prikazuju Centri za socijalni rad u crnogorskim opštinama, čiju pomoć u različitim vidovima Romi koriste, zatim organizacije Crvenog krsta i Udruženje Roma Crne Gore. Upoređujući podatke iz navedenih izvora, kao i kazivanja samih Roma, ovim istraživanjem je konstatovano da u Crnoj Gori u posljednjoj godini XX vijeka živi 21.000 stanovnika romske nacionalne pripadnosti koji su stalno nastanjeni, što je za 6,5 puta više nego što navode godišnjaci Zavoda za statistiku.

Gori u posmatranom periodu egzistira još 18 drugih nacionalnih i etničkih grupa koje čine 5,8% ukupnog stanovništva.³

Do značajnijih promjena u broju nekih manjinskih naroda u crnogorskom društvu dolazi po pokazateljima popisa stanovništva iz 2003, odnosno 2011. godine. Tako po popisu iz 2003. godine struktura manjinskih grupacija u Crnoj Gori je sljedeća: Crnogorci (43,46%), Muslimani (3,97%), Srbi (31,99%), Albanci (5,03%), Hrvati (1,1%), Bošnjaci (7,78%) i Romi (0,42%).

Znatno manje promjene u brojnosti manjinskih grupacijama u crnogorskom društvu se dešavaju po popisnim rezultatima iz 2011. godine. Po ovom popisu struktura manjinskih grupacija u Crnoj Gori je sljedeća: Crnogorci (44,98%), Muslimani (3,31%), Srbi (28,73%), Albanci (4,91%), Hrvati (0,97%), Bošnjaci (8,65%) i Romi (1,01%).

Različitosti koje su ispoljene po rezultatima popisa od 1991. do 2011. godine, prije svega, u, i na relacijama Crnogorci – Srbi i Muslimani – Bošnjaci su rezultat određenih političkih procesa koji su imali uticaja na ta dešavanja, a nikaklo demografskih i migratornih.

Analizom demografske strukture zapažamo da je u crnogorskom društvu na kraju XX i početku XXI vijeka prisustvo većinske nacionalne grupacije manje od 80%, a što pokazuje da je ono nacionalno heterogeno. Pitanje prava i položaja manjinskih grupacija u takvom društvu mnogo je teže rješavati nego u nacionalno homogenom.

U neposrednoj vezi sa strukturom demografskih činilaca je i socio-profesionalna struktura pripadnika manjinskih grupacija, kao i njihova pokretljivost ili mobilnost, i to prije svega one koja se odnosi na međugeneracijska pomjeranja. S obzirom da popisi stanovništva ne sadrže ovakve pokazatelje, istraživači su prinuđeni da dolaze po njih putem epirijskog ispitivanja.

Empirijskim istraživanjem utvrđen je raspored pripadnika manjinskih grupacija po socio-profesionalnim grupama u crnogorskom društvu u poslednjoj deceniji XX vijeka.

³ Pripadnici ostalih nacionalnih i etničkih grupa u Crnoj Gori su: Makedonci (0,17%), Slovenci (0,05%), Austrijanci (0,004%), Bugari (0,007%), Česi (0,012%), Grci (0,004%), Italijani (0,009%), Jevreji (0,003%), Mađari (0,034%), Njemci (0,02%), Poljaci (0,01%), Rumuni (0,005%), Rusi (0,019%), Rusini (0,004%), Slovaci (0,01%), Turci (0,004%), Ukrajinci (0,003%) i Vlasi (0,004%) (Izvor podataka: Statistički godišnjak Crne Gore, Podgorica, 1995, str. 68)

⁴ Riječ je o istraživanju koje je u ljeto 1990. godine sproveo Konzorcij instituta društvenih nauka i koje se bavilo ispitivanjem društvene strukture.

Najviše Muslimana (65,4%) je u grupi radništva (NK, PK, KV i VKV), dok ih je znatno manje u ostalim grupama. Tako 15,4% Muslimana pripada srednjoj klasi koju sačinjavaju stručnjaci i administrativno osoblje. Vladajućoj klasi, koju čine politički i privredni rukovodioci, kao i klasi privatnika u koju spadaju poljoprivrednici i gradski obrtnici, pripada po 9,6% onih koji se izjašnjavaju kao Muslimani.

Među Albancima najviše ih je, kao i Muslimana, u grupi radništva (52%), pa srednjoj klasi (36%). Iz ove nacionalne grupacije onih koji elemente kvaliteta života zadovoljavaju kao privatnici je 8%. Među političkim i privrednim rukovodiocima u crnogorskom društvu u poslednjoj deceniji XX vijeka je 4% pripadnika albanske nacionalne zajednice.

Početak poslednje decenije XX vijeka najviše Hrvata koji su živjeli u Crnoj Gori imalo je socio-profesionalni status koji determiniše pripadnost administrativnom osoblju i stručnjacima, dakle srednjoj klasi (69%). Mnogo manje ih je bilo u grupi radništva (29,2%) i vladajućoj klasi (1,8%). Empirijskim putem nije registrovan niti jedan pripadnik hrvatske nacionalne zajednice u crnogorskom društvu u posmatranom periodu koji svoju egzistenciju ostvaruje u grupi poljoprivrednika ili gradskih obrtnika.

Među ukupnom populacijom koja pripada grupi privatnika u crnogorskom društvu Muslimana je 6,8%, a Albanaca 2,7%. Od onih koji pripadaju radništvu Muslimani čine 13,7%, Albanci 5,2%, a Hrvati 0,4%. Hijerarhijski raspored manjinskih grupacija u crnogorskom društvu koji je prisutan kod prve dvije socio-profesionalne grupe mijenja se kada je u pitanju pripadnost srednjoj klasi u kojoj je Albanaca 4%, Muslimana 3,4%, a Hrvata 0,8%. U sastavu vladajuće klase u Crnoj Gori u posmatranom razdoblju je 3,5% Muslimana, 0,7% Albanaca i 0,2% Hrvata.

Zapaža se da kada je riječ o pripadnosti socio-profesionalnim grupama u crnogorskom društvu u poslednjoj deceniji XX vijeka stratifikacijski raspored nacionalnih grupacija je takav da Muslimani u najvećem broju slučajeva zadovoljavaju totalitet potreba sadržanih u kvalitetu života kao PK, NK, KV ili VKV radnici, što je slučaj i sa Albancima, dok su Hrvati, uglavnom zaposleni u zanimanjima koja stukturiraju srednju klasu. U hijerarhijski najvišoj grupi vladajućoj klasi – od pripadnika manjinskih grupacija najviše je Muslimana (Bošnjaka), pa Albanaca.

4. Konstitucionalni okvir regulisanja posebnih prava manjinskih grupacija u crnogorskom društvu

Posebna prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa u crnogorskom društvu regulisana su Ustavom Republike Crne Gore iz 1992. i 2007. godine.

Treba napomenuti da su, upravo, od perioda 1992. godine evropske etničke i kulturne integracije, kada su u pitanju manjine, prenjete u nadležnost regionalnih i lokalnih organa vlasti. Potpisivanjem ugovora u Maastrichtu 1992. godine, kojim je ustanovljena Evropska unija, unaprijeđeni su mehanizmi i instrumenti za očuvanje i unapređenje identiteta manjinskih nacionalnih i etničkih grupacija (Alterematt, 1992:173). Iz toga razloga pitanje manjinskih nacionalnih i etničkih integracija izuzeto je iz nadležnosti institucija Evropske unije.

O zaštiti većine prava i sloboda koja su sadržana u Evropskoj konvenciji za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda u Ustavu Crne Gore govori uopšteno, bez posebnog apostrofiranja organa koji bi na nivou Crne Gore posebno bili zaduženi (Ustavni sud, određene komisije i odbori za ljudska prava) za zaštitu ljudskih prava i sloboda nacionalnih i etničkih grupacija.

Posebna prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa regulisana su petim dijelom Ustava Crne Gore iz 1992. godine. U članu 67. ovog Ustava navodi se da se pripadnicima nacionalnih i etničkih grupa jamči zaštita nacionalnog, etničkog, kulturnog, jezičkog i vjerskog identiteta. Zaštita osnovnih prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa koja proističu iz ovakvog ustavnog određenja ostvaruje se u skladu sa zaštitom ljudskih i građanskih prava u međunarodnim okvirima.

Konstitucionalne odredbe propisuju da pripadnici nacionalnih i etničkih grupa u Crnoj Gori imaju pravo na slobodnu upotrebu svog jezika i pisma, pravo na školovanje i pravo na informisanje na svome jeziku⁵. Upotreba i isticanje nacionalnih simbola je pravo koje se garantuje pripadnicima nacionalnih i etničkih grupacija u crnogorskom društvu⁶. Pravo na osnivanje prosvjetnih, kulturnih i vjerskih udruženja pripadnici nacionalnih i etničkih grupacija koriste tako da u Crnoj Gori većina ovih grupacija, i to onih brojnijih, ima svoje asocijacije, s time što materijalna pomoć države za njihov rad nije ispoljena u nekom značajnijem stepenu⁷. Upravo u navedenom konstitucionalnom odre-

⁵ Ustav Republike Crne Gore, „Službeni list“, Podgorica, 1992. član 68.

⁶ Ibid. član 69.

⁷ Ibid., str. 74.

đenju zapažaju se i neka prava koja prevazilaze okvir Ustava SR Jugoslavije, čiji je Crna Gora tada bila konstituent. Ona se odnose na nastavne programe prosvjetnih ustanova koji moraju obuhvatiti i i storiju i kulturu nacionalnih i etničkih grupacija. Zastupljenost istorije i kulture manjinskih grupacija u nastavnim programima kao prosvjetnih ustanova zavisi od strukture udžbenika koji su u upotrebi i koji nisu, kao što rezultati istraživanja pokazuju (64,7%), na onom nivou koji bi omogućio valjano upoznavanje učenika i studenata sa ovim sadržajima. Kada su u pitanju pripadnici albanske i romske grupacije, omogućeno im je pravo na upotrebu svoga jezika u postupku pred državnim organima. Iako se pripadnicima nacionalnih i etničkih grupa jamči pravo srazmjerne zastupljenosti u javnim službama, organima državne vlasti i lokalne samouprave, u stvarnosti ono se ne poštuje u potpunosti. Također, pripadnicima nacionalnih i etničkih grupa garantuje se pravo uspostavljanja i održavanja nesmetanih kontakata sa građanima van Crne Gore sa kojima imaju zajedničko nacionalno i etničko porijeklo, kulturno i istorijsko nasleđe, kao i vjerska ubjeđenja, a pod uslovom da to ne šteti Crnoj Gori.

Ako se Ustav Republike Crne Gore posmatra kao konstitucionalni akt u poređenju sa nekim drugim sličnim aktima, kao što je Ustav Republike Srbije, zapaža se da on sadrži čitavu listu posebnih, odnosno specifičnih prava za manjinske grupacije. Među tim pravima spada i pravo srazmjerne zastupljenosti u javnim službama, organima državne vlasti i lokalne samouprave. Crnogorski Ustav predviđa, kao što je već naglašeno, pored nacionalnog i zaštite etničkog, vjerskog, kulturnog i jezičnog identiteta, što upotpunjuje, odnosno zaokružuje cjelinu identitetskog prava. Naime, u većini konstitucionalnih akata uglavnom se govori samo o zaštiti nacionalnog ili etničkog identiteta, dok se o ostalim identitetskim pravima ne govori. Crnogorski Ustav je jedan od rijetkih koji uključuje zaštitu prava cjeline identiteta.

Kako materijalna pomoć asocijacijama i udruženjima manjinskih grupacija nije ispoljena u nekom značajnijem omjeru, ipak takva konstitucionalna odredba mnogo više obavezuje Republiku Crnu Goru i njene organe na sistematsko i organizovanije finansiranje kulturnih, obrazovnih i vjerskih aktivnosti manjinskih grupacija, i na odnos koji neće biti samo puka deklarativna mogućnost. Za razliku od Ustava SR Jugoslavije i Ustava Republike Srbije u crnogorskom Ustavu predviđeno je i jedno od posebnih ustavnih prava koje se odnosi na pravo obraćanja međunarodnim institucijama radi zaštite svojih sloboda i prava.

Ustav Republike Crne Gore (član 76.) predviđa i konstituisanje jednog posebnog tijela- Republičkog savjeta za zaštitu prava nacionalnih i etničkih grupacije – koje se ne susrijeće u kompariranim konstitucionalnim aktima. Pomenuti Savjet je formiran s ciljem preduzimanja mjera, aktivnosti i radnji radi zaštite prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa. Jula mjeseca 1993. godine usvojena je i Odluka o nadležnostima i sastavu Republičkog savjeta za zaštitu prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa. Savjetom rukovodi Predsjednik Republike, a konstituisan je tako da u njegov sastav ulaze predstavnici tri najbrojnije konfesije u Crnoj Gori (pravoslavlja, katoličanstva i islama), ali ne i pripadnici svih nacionalnih i etničkih grupa koje egzistiraju u crnogorskom društvu. Aktivnost Savjeta usmjerena je u nekoliko osnovnih pravaca i to:

a) Praćenje odnosa i pojava od značaja za ostvarivanje i poštovanje Ustavom utvrđenih prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa

b) Upoznavanje nadležnih organa sa sopstvenim zapažanjima, predlozima i mišljenjima u vezi očuvanja i zaštite posebnih prava manjinskih grupacija.

c) Donošenje preporuka i deklaracija, kao i utvrđivanje predloga koji se dostavljaju nadležnim organima i organizacijama koji imaju udjela u ostvarivanju i zaštiti prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa. Organ ili organizacija kojoj je Savjet uputio zahtjev najkasnije u roku od tri dana moraju donijeti odgovarajuću odluku.

Članove Savjeta bira Skupština Republike Crne Gore na predlog Predsjednika Republike. U njegov sastav, pored pripadnika konfesija, odnosno nacionalnih i etničkih grupa, ulaze i pojedinci iz redova stručnjaka iz političko-pravne sfere, kao i društveno-politički i javni djelatnici. Funkcija člana Savjeta je počasna, a sve stručne poslove za njegove potrebe obavlja Generalni sekretarijat Predsjedništva Republike.

Od perioda od kada je konstituisan (1993) Savjet je do novembra 1997. godine održao nekoliko sjednica o kojima je javnost bila informisana. Održane sjednice su imale više karakter teorijskih rasprava o određenim manjinskim problemima, nego što su se bavila konkretnim pitanjima zaštite posebnih prava nacionalnih i etničkih grupacija. A bilo je to vrijeme, naročit do kraja 1995. godine, kada su kršena temeljna ljudska prava, a ne samo posebna, pripadnika manjinskih grupacija. U tome razdoblju događale su se otmice Muslimana u Bukovici kod Pljevalja, u putničkom vozu Beograd – Bar u stanici Štrpci. Dolazilo je do iseljavanja Muslimana pod različitim pritiscima i napada na njihovo

ve poslovne i stambene objekte u sjevernom dijelu Crne Gore. Ne treba zaboraviti ni slučaj kada su pripadnici MUP-a Crne Gore predali vlastima Republike Srpske devedeset Muslimana koji su se sklonili na područje Crne Gore od strahota rata u Bosni i Hercegovini i od kojih većina do početka 2001. godine nisu registrovani kao živi. Na sjednicama Savjeta nije bilo pomena ni o svojevrsnom pritisku na Hrvate zaposlene u vojnoj fabrici „Arsenal“ u Tivtu, koju je više od 50% pripadnika ove „nove manjine“ u crnogorskom društvu moralo da napusti. Također, u danilovgradskom naselju Glavica spaljene su sve nastambe za život romske populacije koja je u toku jedne noći napustila grad u kojem je egzistirala godinama prije toga. Crnogorska javnost je o ovim događajima bila upoznata, isključivo preko tzv. nezavisnih medija, dok Republički savjet za zaštitu prava nacionalnih i etničkih grupa nije našao shodno da tako nešto uradi, iako je njegova obaveza da „obavještava javnost o stanju i pojavama u oblasti očuvanja i zaštite prava pripadnika nacionalnih i etničkih grupa.

Od novembra 1997. godine do kraja januara 2001. godine Republički savjet za zaštitu prava nacionalnih i etničkih grupa je održao samo jednu sjednicu (28.09.2000), a da pri tome nije ispoljio ni neki drugi vid aktivnosti. Nikakvi razlozi za takvu i toliku neaktivnost ovog tijela, koje je konstituisano sa namjerom i pretenzijama da kao samostalni organ Republike Crne Gore radi na očuvanju nacionalnog, etničkog, vjerskog i kulturnog identiteta manjinskih nacionalnih grupacija, zvanično nisu saopšteni. U periodu aktivnosti Savjeta učestali su bili zahtjevi, kako od strane pojedinih njegovih članova, tako i šire javnosti da se posebnom odlukom definiše ko spada u nacionalne, a ko u etničke grupe. Bio je to predmet rasprave na poslednjoj sjednici pred skoro trogodišnju pauzu. Pokazalo se da je konstitucionalno određenje manjinskih grupacija kao nacionalnih i etničkih grupa „politički eksplozivno“ i da će se u tome pravcu teško naći rješenje koje će zadovoljiti sve, makar brojnije manjinske grupacije koje egzistiraju u crnogorskom društvu. Ponovo se kao opravdaniji pokazuje termin manjinskih narodi što je i sadržinski segment određenog političkog, a ne pravnog ambijenta u Crnoj Gori.

Prava manjinskih grupacija u Crnoj Gori u različitim oblastima životnog egzistiranja regulisane su i štite se i drugim republičkim propisima.

Povreda prava pripadnika etničkih i nacionalnih grupacija koja su zagarantovana Ustavom Crne Gore, a koja se odnose na razlike u nacionalnosti, etničkoj pripadnosti, vjeroispovijesti, polu, jeziku, obrazovanju ili društvenom položaju sankcionisana je Krivičnim zakonom Crne Gore donijetim 1978. godine. Također, ovaj Zakon u članu 52., druga alijena, sadrži odredbe kojima

se sankcioniše uskraćivanje prava pripadnika nacionalne ili etničke grupacije u upotrebi sopstvenog jezika ili pisma pri ostvarivanju svojih prava ili obraćanju organima ili organizacijama.

Ostvarivanje i nekih drugih prava pripadnika manjinskih grupacija regulisano je i: Zakonom o javnom informisanju (1990.), Zakonom o udruživanju građana (1990.), Zakonom o prekršajima javnog reda i mira (1987.), Zakonom o pečatu Republike Crne Gore i pečatima državnih organa (1984.), Zakonom o osnovnoj školi (1991.) i Zakonom o srednjoj školi (1991.).

Po Ustavu samostalne Crne Gore iz 2007. godine na prava manjina odnosi se peto poglavlje (Posebna-manjinska prava) i to prije svega članovi 79. i 80. U Članu 79. se navodida se pripadnicima manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica jemče prava i slobode koja mogu koristiti pojedinačno i u zajednici sa drugima. Dok je u članu 90. naglašeno da je zabranjena nasilna asimilacija pripadnika manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica. Pri čemu je država Crna Gora dužna da zaštiti pripadnike manjinskih naroda i drugih manjinskih nacionalnih zajednica od svih oblika nasilne asimilacije.

Konstitucionalna i druga pravna regulativa u crnogorskom društvu obuhvata veliki dio posebnih prava manjinskih nacionalnih grupacija. Ona na izvjestan način pruža pravnu sigurnost njihovim pripadnicima i ukazuje na određeni pravni ambijent koji postoji u Crnoj Gori. Posebno pitanje i poseban problem je kvantitet susrijetanja pripadnika ovih grupacija sa kršenjem i nepoštovanjem propisanih prava u stvarnom životu, odnosno u praksi. Takvi slučajevi su naročito bili ispoljeni u crnogorskom društvu u razdoblju od 1991 – 1995. godine. Poslije 1997. godine kršenje i nepoštovanje zakonske regulative u ambijentu crnogorskog društva je manje izraženo. Pravne pretpostavke koje postoje u crnogorskom društvu po pitanju posebnih prava manjina obezbjeđuju njihovu pravnu sigurnost koja im je potrebna zbog njihovog opstanka i prosperiteta. To su nagovještaji konsitutisanja pravne države u Crnoj Gori u okviru ukupne tranzicije društvene strukture. Zaživljavanje pravne države je jedan od tri bitna preduslova, pored demokratske sturkture i ambijenta međuetničke tolerancije, za uspješno rješavanje društvenog statusa manjinskih grupacija. Ukoliko ne bude daljeg razvoja i funkcionisanja pravne države, tada će pitanje manjina biti predmet političkih dogovora i samim time raznih manipulacija. Prebacivanje problema manjina na teren politike i političkih rješenja, a ne prava, je najbolji način da se ovo pitanje ne rješava na odgovarajući i zadovoljavajući način. Bez zaživljavanja pravne države nema ni razvoja demokratske

strukture društva. Manjinske grupacije jedino u pravnom i demokratskom ambijentu mogu izgrađivati svoj identitet, svoju slobodu, opšta građanska i posebna nacionalna i etnička prava. U političkom ambijentu Crne Gore, koji su karakterisali, u određenim razdobljima, različiti vidovi pritisaka na njenu legalnu izabranu vlast, na državnost, na gradski mir, trebalo je izgrađivati strukturno – svjesni ambijent u kojem se pripadnici manjinskoj grupaciji ne mogu proglašavati jedinim i glavnim krivcima za sve nedaće. Međutim, treba imati u vidu da je preobražaj svijesti dugotrajan. Poznati njemački sociolog Ralf Darendorf isticao je da će za tranziciju svijesti u postsocijalističkim zemljama trebati 60 godina. Nadati se da će preobražaj strukture svijesti u crnogorskom društvu teći brže nego što je predvidio Darendorf i da će to pomoći stvaranju multietničke tolerancije. Ambijent prihvatanja svakog pripadnika bilo koje manjinske grupacije od strane većinske skupine u crnogorskom društvu potpomaže egzistiranje liberalnog načela – načela multikulturalizma prema kojem su građani jednaki u političkom i pravnom smislu. Pri tome se ne dovode u pitanje etničke, religijske i jezičke karakteristike manjinskih grupacija. Tranzicija svijesti će još više uticati na demokratizaciju prostornog realiteta po pitanju manjinskih naroda, što će sve skupa konstituisati međetnički i međunacionalni sklad društva.

5. Odnos medija prema manjinskim grupacijama i multikulturalna koegzistencija

Odnos medija prema manjinskim grupacijama značajno podiže i razvija toleranciju društva. Na tim načelima se bruse neki novizurnalistički principi. Zapravo, stvara se određeni medijski okvir jednog novog ponašanja i jednog dobrog ponašanja. Na taj način mediji čine profesionalnu uslugu koegzistenciji života većinske i manjinskih grupacija..

Naročito su mediji odgovorni, a posebno javni servisi u dijelu programa koji treba da bude posvećen fenomenu odnosa manjina i društva. I mediji idu prema onim konzumentima koji žele da čuju nešto o tim fenomenima koji se tiču života manjinskih zajednicama. Konzumenti medija žele da imaju informacije o mnogim strukturnim segmentima egzistencije manjinskih zajednica.

Medijski sadržaji manjinskih struktura često imaju i edukativni karakter gdje se kroz mnoge teme upoznaju sa specifičnostima egzistiranja manjinskih naroda. Analiziraju mediji te teme u nadi da pomažu ljudima da shvate suštinu multietničkog sklada u društvu.

U tom smislu mediji treba da omogućće dijalošku formu da se vidi kako se o nekoj temi razmišlja iz perspektive neke određene manjinske grupacije.

Inače, teme iz života manjinskih naroda i zajednica su veoma aktuelne i to ne samo u južnoslovenskom arealu, nego i u svijetu. Iako se, ne rijetko, misli da da je po tom pitanju sve jasno i daje sve to poznato, ipak se svakom novom prilikom, u svakom medijskom sadržaju, otkriva nešto novo. Zbog toga se može reći da multietnički svijet, u vrijeme prve dvije decenije trećeg milenijuma, postaje sve složeniji i složeniji, jer se otkrivaju neke nove nijanse. Razna su shvatanja i razna tumačenja procesa multikulturalizma i interkulturalizma. Zadatak medija je, zbog toga, prilikom tretiranja problematike manjinskih naroda izuzetno složen. Jer, se nerijetko moraju vraćati u svojim sadržajima na ono što je baza, što je korijen. Nekada to izgleda karikaturalno, a nekada izgleda neophodno. Tako da u savremenom svijetu dinamike i brzine života, kao i dinamike problema i mnoštva ideja, jednostavno se teško snaći, i teško je biti konkretan i jasan, a ne biti konfuzan i ne biti zbunjen. Ili dići ruke od svega. Tako da u medijima, kada obrađuju teme iz manjinske problematike, poslanici javne riječi moraju malo više biti staloženi i neomotivni. Situaciju trebaju relaksirati i dati neke pravce i smjernice kako bi se u medijima stvorio jedan etički okvir i kodeks ponašanja. U tom odnosu između manjinskih grupacija i medija treba ispoštovati i razvijati konstruktivan odnos koji će biti svakome od korist. I pripadnicima manjinskih naroda, kao i većinskom. Jer teme iz manjinske problematike mogu veoma lako da se preokrenu u svoju suprotnost i nanesu svakome štete. Problematika manjinskih grupacija je jako suptilna i osjetljiva.

Zato su mediji u tretmanu manjinske problematike izuzetno važni, jer su onimocno sredstvo koje može da se upotrijebi i na dobro, ali na žalost može da se upotrijebi i na zlo. A to se dešava kada se mediji zloupotrijebe i neminovno proizvode negativne posledice po manjinske grupacije i cjelokupno društvo..

Svakako da su mediji jedan izazov za sve. I za društvo i za manjinske narode, kao i manjinske zajednice. Mediji pružaju mogućnost da manjinski narodi svoju istinu prenesu širom krugu pojedinaca i grupa. Na taj način njihova istina dopire do svakog čovjeka. Jer, danas je vrlo malo ljudi koji žive u nekom izolovanom životu, i koji nijesu u dodiru sa makar nekom vrstom masovnih medija.

6. Zaključak

Problem manjinskih naroda je predmet rasprava koju desetinu godina pri kraju XX vijeka, i gotovo isto toliko XXI.. Iako se često navodi da su nacionalno manjinska pitanja riješena na zadovoljavajući način, u mnogim evropskim zemljama javljaju se neriješeni i krizni momenti koji na dnevni red ponovo postavljaju ista pitanja. Mjerila u odnosu prema manjinskim narodima bila su dugo vremena veliki problem i za razvijenu i demokratsku Evropu, a ne samo za društva koja su u stanju parapolitičke i parademokratske strukture. Iako je pitanje manjinskih grupacija ogledalo većine, u jednom velikom broju zemalja, prije svega, Centralne i Istočne Evrope, to pitanje nije tretirano i nije u fokusu pažnje kao odraz unutrašnjih zahtjeva i potreba, nego se na dnevni red našlo pod pritiskom međunarodne zajednice. U takvu grupu zemalja spada i većina onih koje su nastale raspadom bivšeg jugoslovenskog društva. Tako je i pitanje manjinskih naroda i multietničke društvene stvarnosti u Crnoj Gori u prvoj polovini poslednjeg desetljeća XX vijeka predstavljalo unutrašnji problem čijem se pokušaju rješavanja moralo pristupiti manje iz vlastitih političkih razloga, a mnogo više zbog pritiska međunarodne zajednice i uslovljenosti strane pomoći takvim aktivnostima. Kasnije, i vremenom manjinska problematika sve je više postajala i postaje organska potreba crnogorskog društva.

Poštovanje i ostvarivanje prava manjinskih grupacija zahtijeva uslove za njihovo ostvarivanje koji se ogledaju u razvoju svih podstruktura društva, kao i ambijenta koji karakterišu odnosi etničke tolerancije. Ni jedan od navedenih bitnih preduslova ostvarivanja prava manjinskih naroda i drugih manjinskih zajednica u Crnoj Gori nije u potpunosti ostvaren. Međutim, u crnogorskom društvu na kraju druge dekade trećeg milenijuma postoje značajne pretpostavke sa demokratskim, pravnim i ambijentalnim prerogativima koji pružaju državi izgledne mogućnosti da osigura status manjinskim narodima koji bi im garantovao integrisanost u društveno biće, a ne asimilaciju.

Manjinski narodi i manjinske zajednice, i mediji, mogu koegzistirati i komunicirati kao spoj različitosti koje su komparativna prednost jednog društva, a nikako mana ili nedostatak. U globalnom svijetu gdje se svaki dan dobijaju globalne informacije i globalni odnosi među ljudima i među društvima, čini se da su manjinski narodi i mediji dva područja koja ponajviše određuju relacije među pojedincima i među zajednicama. I to kako među društvima, tako i među narodima, nacijama i nacionalnim zajednicama. Odnosno, među širim zajednicama. Moglo bi se uslovno reći da su mediji hardver, a manjinski

narodi onaj nužni sistemski softveer. U tom međusobnom funkcionisanju se i ogleda dinamizam odnosa heterogenog društva kakvo je i crnogorsko.

Literatura

Altermatt, U. (1997), *Etnonacionalizam u Evropi*, JEŽ Prenting & Publishing House, Sarajevo, 1997.

Devetak, S. (1999), *Pravica do različnosti*, Maribor.

Kapotorti, F. (2001), *Prava pripadnika etničkih, verskih i jezičkih manjina*, Beograd.

Kartag-Odri, A. (2000), *Manjine u SRJ: između međunaodnih standarda i proklamovanih opredjeljenja*, Forum demokratske alternative BiH, Sarajevo.

Varadi, T. (1997), *Minorities, Majorities, Law and Ethnicity: Reflektions of the Yugoslav Case*, *Human Rights Quarterly*, 19.

Vukadinović, S. (2001), *Manjinski narodi i multietnička društvena stvarnost Crne Gore*, «Sociologija», Beograd, 2.

Vukadinović, S. (2001a), *Interkulturalizam kao model života nacionalnih i etničkih grupacija u crnogorskom društvu*, «Almanah», Podgorica, 15-16.

Vukadinović, S. (2018), *Manjinski narodi u crnogorskom društvu u kontekstu evropskih integracija*, «Osvit», Podgorica, 9.

Dokumenta

Elementi programske koncepcije Republičkog sasvjeta za zaštitu prava nacionalnih i etničkih grupa (2000), Podgorica.

Ustav Crne Gore, (2016),JU Službeni list CG, Podgorica.

Ustav Republike Crne Gore (1992),«Službeni list RCG», Podgorica.

Ustav SR Jugoslavije (1993), Beograd.

Vladina strategija manjinske politike, (2008), Podgorica.

Zakon o manjinskim pravima i slobodama,(2006), Podgorica.

Zakon o zabrani diskriminacije (2010), Podgorica.

MANJINE I OBRASCI MEDIJSKE PROIZVODNJE SVIJETA
MINORITIES AND FORMS OF MEDIA PRODUCTION IN THE WORLD

mr RADE ĐURĐIĆ,
Podgorica

Apstrakt: U ovom tekstu pokušali smo da pokažemo kako je pristup manjina medijima, u vladajućem toposu liberalne demokratije, u sjeni globalno uspostavljene medijske politike, čija je intencija da asimiluje svaku različitost; medijski prostor je monolitan, odnosno masovni mediji u buržoaskom svijetu i tranzicionim društvima proizvode jedinstvenu sliku svijeta, koja svaki sadržaj prezentuje unutar matrice koja apologizuje aktuelni aksiološki sistem. Manjine su, u takvom kontekstu, zato lišene subjektiviteta i svedene na "posebnosti".

Tematizovanje odnosa medija i manjinskih grupa, iz tog razloga, zahtijeva da promislimo same pojmove demokratije, manjinskih prava i medijske prezentacije, kako bismo razmatranju ovog odnosa pristupili izvoan samorazumljivosti, koja blokira autentičan pristup razumijevanju pomenutog odnosa.

Ključne riječi: Mediji, liberalna demokratija, manjine, posebni interesi, Um

Abstract: In this article we tried to show how minority access to the media, in the ruling topos of liberal democracy, is in the shadow of globally established media policies, whose intention is to assimilate any diversity; the media space is monolithic, that is, the mass media in the bourgeois world and transitional societies produce a unique image of the world, which presents each content within a matrix that apologizes the actual axiological system. The minorities, in such a context, are therefore deprived of their subjectivity and reduced to the "particularities".

The thematisation of the relation between the media and minority groups, for this reason, requires that we consider the very notions of democracy, minority rights and media presentations in order to approach the consideration of this relation beyond self-understanding, which blocks an authentic approach to understanding of the said relation.

Key words: *Media, Liberal Democracy, Minorities, Special Interests, Mind*

1. Uvod

Sam pojam medija ukazuje na posredovanje, na *sredinu*. Prema tome, mediji treba da "prenose", da predočavaju ono čemu njihovi konzumenti ne mogu da prisustvuju, da budu *polje* u kome se u prisustvo doziva sve ono što nije u području neposrednog viđenja "primalaca informacija". Pritom, pretpostavlja se da mediji ništa ne stvaraju, nego samo prenose, da njihova uloga nije u proizvođenju, nego u iznošenju na vidjelo jednog već proizvedenog stanja stvari.

Izloženo viđenje, koje se može pronaći u mnogim teoretskim radovima o novinarstvu¹, prenebregava da su sami mediji, u međuvremenu, dosegli proizvodni potencijal. Samim tim što nam dovode u prisustvo ono što mi ne možemo da neposredno iskustvujemo, oni prooizvode jednu sliku svijeta, ma koliko ta slika bila refleksija jednog uspostavljenog svetonazora, koji politički boji medijsku vizuru i određuje rakurs posmatranja. Mi nemamo posla sa neposrednim viđenjem, a medijska slika stvari uvijek je već proizvedena, kao slika, odnosno ona je, čak u najbezazlenijem izvještavanju, jedan već nadgrađeni sistem značenja.

Medijski proizvedena slika, međutim, nije nezavisna od one refleksije svijeta, koju već ima većina medijskih konzumenata. Mediji nude ono što se već neposredno očitava, oni proizvode sadržaj koji, odražavajući društveni kontekst, predstavlja izraz već uspostavljenih sistema vrijednosti, strahova i nada.

U tom smislu se može reći da mediji *proizvode prema uzoru na ono što je već proizvedeno*. Ukoliko je, naime, samo *razumijevanje* svijeta određeno epohalnim ili socijalnim načinom proizvodnje, onda je sama *stvarnost* producirana

¹ Vidi u Dejl Žaket, *Novinarska etika*, Službeni glasnik, Beograd, 2007, str 34.

ovim kontekstom. Mediji, utoliko, iznova produkuju sam proizvod, odnosno oni proizvode iznova "upakovane" proizvedene sadržaje.

Budući da mediji proizvode ono što je u stvari već proizvedeno, u njima se oslikava sama proizvodnja, odnosno način društvene produkcije.

Ovdje se pomalja pitanje odnosa medija i manjinskih grupa. Pod pojmom "manjinskih grupa" mi ovdje označavamo ne samo nacionlane manjine, nego sve one grupe čiji se aksiološki sistemi ne mogu smatrati dominantnim, a proizvodnja odnosa unekoliko drugačija od one koja predstavlja opšteprihvaćenu paradigmu.

Mogu li drugačije recepcije, različiti proizvodi ideja, koji ne potiču iz vladajuće aksiologije, biti adekvatno medijski prezentovani? Skrećemo pažnju na riječ *adekvatno*. Pitanje je da li se, u području uspostavljenе aksiologije "vladajućeg" identiteta, koji se odražava u medijskom proizvodu, može uspostaviti refleksija manjinskog identiteta?

U pokušaju odgovora na pomenuta pitanja, naše istraživanje će najprije razmotriti modele uspostavljanja opštih društvenih vrijednosti, potom načine medijske refleksije ovih aksioloških modela, i na kraju mogućnosti medijskog prezentovanja aksioloških modela manjina.

2. Rizom i demokratija

Francuski filozof Žil Delez i psihoanalitičar Feliks Gatari, u poznatom djelu *Anti-Edip, kapitalizam i shizofrenija* uveli su pojam "rizoma". Izveden iz grčkog ρίζα (riza=korjen), ovaj pojam kod pomenute dvojice francuskih teoretičara označava obrazac na osnovu koga se razvijaju opažanje i saznanje. Taj obrazac se ukorjenjuje u mnoštvenim očitavanjima subjekta i načinima društvene recepcije svijeta.

Mediji se mogu objasniti kao *rizom*. U njima je, najprije, vidljivo specifično, epohalno određenje subjekta, a isto tako i način društvenog razumijevanja, odnosno društveni okvir razumijevanja², proizvodnja samog razumijevanja.

Ovaj dvostruki jaram koji određuje medije objašnjava prividnu nesaglasnost između onih teorija koje ističu besadržajnost elektronskih medija (Encensberger) i brojnih refleksija o ideološkom značaju savremenih medija, od Markuzea i Froma do Čomskog.

² Žil Delez, Feliks Gatari, *Anti-Edip*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, 1980, str 207.

Šta bi u stvari bio *sadržaj* na koji mediji treba da ukažu? Sadržaj prebiva ispod pojava, on pruža objašnjenje pojavnog, vidljivog. Kada se kaže da su mediji besadržajni, time se implicira da se izgubio ovaj univerzalni okvir. Međutim, to ne znači da se u medijima ništa ne soapštava. Odsustvo sadržaja je u stvari samo prividno. Konzument medijskog proizvoda dobija više nego što je "kupio".

To ne znači da se u medijskom proizvodu nešto "krije". U stvari, u medijskom proizvodu odmah je sve vidljivo. Značenje toga što se vidi, međutim, nije potisnuto, nego "iskrivljeno"³. Uzmimo jedan veoma ilustrativan primjer: Trovanje Sergeja Skripalja, britanskog državljanina koji je svojevrmeno radio za rusku obavještajnu službu, suočeno je sa dvije vrste *iskrivljavanja*. U britanskoj štampi, to što je nekada špijunirao za Ruse predstavlja dovoljan razlog da se Kremlj osumnjiči za ubistvo, za koje se kaže da je stilu "stare škole KGB". U ruskim medijima, tvrdi se da je riječ o britanskom državljaninu, koji je otrovan na tlu Velike Brianije, kao i da je Skripalj radio za britanske bezbjedonosne službe. Određeni djelovi primarnog semiološkog sistema se koriste kao osnova da bi se nagradilo značenje. Tako se iz vijesti da je otrovan britanski državljanin ruskog porijekla, iz značenja da je riječ o britanskom državljaninu, gradi novo značenje, prema kome je to stvar Britanije, a iz značenja da je Rus, da sa tim ima veze ruska vlast.

Ovo iskrivljavanje, međutim, ne treba razumjeti kao podvalu. Riječ je o strukturi medijskog proizvođenja. Postoje dva konteksta, onaj koji plasira britanska, i onaj koji plasira ruska štampa. Mediji iznova proizvode ono što je već kontekstulano proizvedeno. To polje proizvođenog nekog događaja, u stvari, već je iskrivljeno. Jedan partikularizam, jedna posebnost, postaje univerzalno polje za očitavanje događaja. Mediji, prozvođeci značenje, uvijek polaze od ovog konteksta, apsolutizovane posebnosti. Tako, i u ruskom, i u britanskom slučaju, mediji proizvode ono što je već konstruisano, u kontekstu jednog ili drugog političkog miljea, koji se postavlja kao polje u koje se smještaju događaji. To smještanje događaja u društveni kontekst (koji je jedan apsolutizovani partikularizam), u medijima je situiranje događaja u razumijevanje. Medijsko iskrivljavanje je ispravna refleksija već konstruisane iskrivljenosti, kako bi se strukturalističkim rečnikom izrazilo jedno davnašnje određenje ideologije. U oba slučaja radi se o istom sistemu proizvodnje. Odsustvo primarnog značenja, smisla, ovdje ostavlja prostor za umetanje *nad* značenja, koja su *parcijalna*,

³ Rolan Bart, *Književnost, mitologija, semiologija*, Nolit, Beograd, 1979, str 242.

odnosno koja su proizvod nastao u kontekstu parcijalne (a ne više univerzalne) proizvodnje smisla.

Značenje, kao medijski proizvod, u tom smislu zavisi od proizvedenog konteksta, koji se uzima kao matrica za razumijevanje. Ta se matrica naziva – *demokratijom*, koja treba da predstavlja garanciju ne samo nezavisnosti medija, nego dostupnosti medijskog prostora za sve, uključujući i “manjine”.

Demokratija, u njenom savremenom ključu, kao *liberalna demokratija* (dakle, jedan partikularizam demokratije koji se apsolutizuje), utemeljuje multikulturalnost i toleranciju, ali ovaj proces ima svoje naličije: multikulturalistički kontekst, koji zagovara ravnopravnost kultura i njihov međusobni dijalog, pretpostavlja *demokratski okvir* u kome se ovaj dijalog odigrava. Taj demokratski okvir pretpostavlja određeni kompromis, saglasnost pripadnika svih kultura, odnosno uspostavljenu *toleranciju*, na bazi prihvatanja okvira, koji podrazumijeva podređivanje samoj instituciji liberalne demokratije.

U liberalnoj demokratiji, demokratija je određena slobodom, koja je prevashodno – sloboda tržišta. Nikakva opštenarodna prava, odnosno prava pripadnika naroda da slobodno “demokratski” donose odluke ne smiju da naruše pricipie slobodnog preduzetništva⁴.

Ovaj društveni kontekst, međutim, omogućen je načinom proizvodnje svijeta, odnosno epohalnim kontekstom; svijet kao proizvod, nasuprot svijetu kao spoljašnjoj paradigmi, prema vladajućem načelu premodernog svijeta – postupno dovodi da raspršivanja univerzalnih koncepata. Kraj metafizike u tom je smislu potkopao ideju univerzalne ljudske zajednice, zasnovanu na *a priori* ljudskim interesima. Svijet tako postaje sklop različitih proizvodnji, konglomerat umnoženih parcijalnih interesa.

Ukoliko proizvođenje savremenog svijeta uporedimo sa onim idealom njegove umske izgradnje, o kojoj govori Kant u spisu *Vječni mir*, uviđamo da se sama konstrukcija univerzalnosti u međuvremenu urušila⁵.

Jedinstvo svih država, a time i vječni mir, prema Kantu mogu da nastupe tek kada se uspostavi ista onakva unierzalizacija na području prava, kakvu nudi Um, na planu moraliteta. U tom smislu “sloboda svakoga može pos-

⁴ Fridrih fon Hajek, *Poredak slobode*, Global book, Beograd 2007, str 103.

⁵ Mirko Zrurovac, „Udeologija novih medija“, u *Politika i tehnika*, priredio Srđan Nikolić, Udruženje studenata filozofije Jugoslavije, Beograd, 2000, str 49-55, s. 51.

tojati zajedno sa slobodom svih”⁶. Pravo dakle ne može biti zasnovano na empiriji, nego isključivo na preiskustvenim, apriornim univezalnim načelima, iz kojih se samouspostavljaju čovjek a potom i ljudska zajednica. Zakonodavna vlast utoliko, prema Kantu, pretpostavlja “sjedinjenu volju naroda”⁷, jedinstvo zasnovano na načelima Uma, koji nije određen nikakvim spoljašnjim, odnosno empirijskim interesima.

Sjedinjena volja naroda, međutim, a to ovdje treba posebno naglasiti, nije isto što neka demokratski konstruisana saglasnost, koja uvijek pretpostavlja empirijski uspostavljeno slaganje interesa⁸. Sa-glasnost, već u svom etimološkom ključu, ukazuje na *saglasje* različitih stvari, u jedinstvenom mediju koji više ne određuje nikakav univerzalni um, koji nije utemeljen ni na kakvom apriornom načelu.

Habermas iz tog razloga govori o *partikularističkim identitetima*⁹, koji određuju položaj društvenih grupa, koji je uporediv sa životom u rezervatima. Uspostavljanje novog univerzalnog a priori, koji prema Habermasu i Apelu pretpostavlja jedinstvo teorije i prakse, ne može se reflektovati u medijima, koji uvijek odražavaju samo empirijski uspostavljenu saglasnost, odnosno *saglasnost* javnog mnjenja.

Ukoliko su, dakle, iščezli univezalni principi uma, ako više nemamo posla sa idejom svijeta kao proizvoda univezanih ljudskih interesa, onda se partikularni identiteti pojavljuju kao *simulacije*, odnosno oni prisvajaju ulogu umskog jedinstva. Jedna od takvih simulacija svakako je *ideja tolerancije*.

U svojoj poznatoj kritici pojma tolerancije, Herbert Markuze najprije postavlja pitanje o subjektu tolerancije. Za razliku od prvobitnog liberalnog otpora protiv “tiranije većine”, u potonjim vremenima, kada liberalna demokratija uspostavlja proizvodnju vlastitih političkih institucija, zahtjev za tolerancijom više se ne postavlja odozdo, kao u vrijeme kada su liberali predstavljali ugroženu manjinu, nego odzogo:

⁶ И. Кант, *Метафизика морала*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци/Нови Сад, 1993, стр 32

⁷ I. Kant, «Odgovor na pitanje: šta je prosvjećenost», *Um i sloboda*, Velika edicija “Ideja”, Beograd, 1974. str 46.

⁸ O tome više u Vladimir Đurđević, „Mogućnost autonomije u savremenom svetu, u *Hereticus*, Vol. XV (2017), No. 3-4, str 97-117.

⁹ Jirgen Habermas, *Prilog rekonstrukciji istorijskog materijalizma*, „Veselin Masleša“, Sarajevo, 1985, str 50.

Politički lokus tolerancije se promijenio: dok se ona manje ili više prećutno i u skladu sa ustavom oduzima iz ruku opozicije, u odnosu na etabliranu politiku tolerancija se pretvara u prisilno ponašanje. Tolerancija prelazi iz aktivnog stanja u pasivno, iz prakse u nepraksu: u *laissez-faire* ustanovljene vlasti. Narod je taj koji toleriše vladu, koja, opet, toleriše opoziciju unutar okvira što ih je odredila etablirana vlast.¹⁰

Ta "tolerancija naroda", međutim, nije naprosto demokratski ustanovljena kategorija, iako upravo ovakav model proklamuju zastupnici građanskog društva. U stvari, narod toleriše vladu, putem institucija sistema, koji, sa svoje strane, takođe predstavljaju u *laissez-faire* ustanovljene vlasti.

Iz tog razloga, demokratskim se smatra samo ono što se može razumjeti u okvirima koje je odredila etablirana vlast. Bilo kakva promjena postojeće proizvodnje društvenih odnosa ne samo da nema nikakvo sistemsko uporište, jer u osnovi protivrječi institucijama koje su uspostavljene radi čuvanja samog oblika proizvodnje društvenih odnosa, nego se posmatra kao udar na demokratske institucije, odnosno kao subverzivna djelatnost:

Koncept "demokratizacije medija nema nikakvo stvarno značenje u smislu političkog diskursa unutar Sjedinjenih Država. Sam termim gotovo da ima paradoksalan i gotovo subverzivan prizvuk. Učešće građana bi bilo tretirano kao prijetnja slobodi štampe, kao udarac nezavisnosti medija koji bi omeo misiju preuzetu radi informisanja javnosti, bez straha ili bilo kakve pristrasnosti. U pozadini se, opet, nalazi razmišljanje da mediji zaista funkcionišu i kako bi trebalo da funkcionišu unutar naših demokratskih sistema, kao i određena implicitna predstava o prirodi demokratije.¹¹

Drugim riječima, odnos medija i demokratije već podrazumijeva proizvedene odnose, to jest jasno postavljene institucije koje određuju valjanu proizvodnju ovog odnosa. Ukoliko neko nastoji da demokratizuje medije izvan pomenutih institucija, to se detektuje kao dovođenje u opasnost samog demokratskog sistema.

¹⁰ Herber Markuze, „Represivna tolerancija“, u *O toleranciji*, priredio Igor Primorac, „Filip Višnjić“, Beograd, 1989, str 390.

¹¹ Noam Čomski, „Demokratija i mediji“, u N. Čomski, *Nužne iluzije*, Svetovi, Novi Sad, 2000, str 8.

Medijska proizvodnja upućena je na paradigmu društvene proizvodnje, kojom dominira partikularnost koja je poopštena.

3. Konstrukcija medijske prezentacije

Analizirajući odnos medija i demokratije, Noam Čomski ističe da su mediji, prema zaključku Trilateralne komisije, postali novi "značajan izvor nacionalne moći", i da u tom smislu moraju da budu sačuvani od "neumjerenosti demokratije". Dakle, jedna parcijalna proizvodnja ovdje se nameće kao univerzalna proizvodnja, koja se utoliko mora oduprijeti drugim parcijalnim proizvodnjama:

Ova opšta "kriza demokratije", po mišljenju Komisije, nastala je iz nastojanja ranije marginalizovanog dijela društva da se organizuje i nametne svoje zahtjeve, stvarajući tako balast koji ometa demokratske procese, ne dozvoljavajući mu da pravilno funkcioniše.¹²

Trilateralna komisija, čijim je radom sedamdesetih godina prošlog vijeka rukovodio Semjuel Hantington, smatra da "pretjerana demokratizacija" može da dovede samo do vladavine "posebnih interesa"¹³. To su interesi ljevičarskih grupa, ili naprosto obespravljenog stanovništva. Strategija očuvanja onoga što Hantigton očigledno podrazumijeva pod "opštim interesom", zato podrazumijeva nedostupnost medija za "posebne interese". U tom kontekstu, u vrijeme Ronalda Regana rađeni su sistematski pokušaji da se uguše takozvani "nezavisni mediji", suzbiju sindikati i one političke asocijacije koje nijesu usvajale paradigmu "opštih interesa"¹⁴.

To ne znači ništa drugo nego da pojedine organizacije i nezavisni mediji nijesu bili spremni na *toleranciju*, koja ovdje ne pretpostavlja ništa drugo nego uvažavanje "opšteg interesa", odnosno matrice proizvođenja društvenih odnosa, koja je iznova i iznova proizvođena u medijima.

Kako izgleda ova matrica, pokazuju nam američki filmovi iz sedamdesetih godina. Poslužimo se i ovdje jednim primjerom. U čuvenom filmu "Taksist", Martina Skorcezea, sa Robertom de Nirom i Džodi Foster u glavnim ulogama, nama su predočene manjinske grupe, koje personifikuju taksista i mla-

¹² *Ibid*, str 9.

¹³ Samuel P. Huntington, *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*, Norman: University of Oklahoma Press, 1991. pp 25.

¹⁴ Čomski, *Ibid*, str 12

da djevojka (pobjegla iz porodičnog doma, inače "dobre kuće" u provinciji) koja se bavi prostitucijom. Oni su suočeni sa drugim "posebnim interesima", interesima lokalnih makroa, prodavaca droge, prodavaca oružja. Travis Bikle, taksista, suočen sa ovim "posebnim interesima" zato odlučuje da djeluje. Njegovo je djelovanje pojedinačno, usamljeno, ali pod paradigmatom matrice "opšteg interesa". Intencija Biklea je da djeluje kao sistem, koji je iz nekih razloga ustuknuo pred ovom poplavom interesa koji se ne mogu poopštiti. I sam je, na kraju krajeva, živio u jednoj "posebnoj matrici", provodeći noći u porno biskopu, u nastojanju da u toj matrici živi. Njegova abolicija na kraju filma, iako je počinio višestruko ubistvo, zahvalnost roditelja i djevojčice koju je spasao od prostitucije, predstavljaju svjedočanstvo da je njegov "posebni interes" uspio da se uzdigne do opšteg, da se Travis Bikle uzdigao do matrice. Moguće je, doduše, i da je njegov slučaj proizveden, prema matrici primata "opšteg interesa". Ali i tada na djelu je *tolerancija društva*, koje jednakom mjerom odgovara na Bikleovu toleranciju prema opštem interesu, porodičnim vrijednostima i borbi protiv "posebnih interesa".

Pomenuti Skorcezeov film i sam je postao matrica, inicirajući čitavu seriju filmova koji pokazuju kako je sistem, sinonim za "opšti interes", zapravo nužan kao *takav sistem*, ali da nešto nije u redu sa njegovim braniteljima. Pobunjeni individuum, zato, paradoksalno, ne ustaje protiv "sistema", nego protiv njegovih uzurpatora, onih koji ostaju pri "posebnim interesima". Odmetnuti policajci, sve do prljavog inspektora Harija, pojavljuju se kao usamljeni zaštitnici sistema, koji zalaganjem za "opšti interes", opravdavaju svoj naglašeni individualizam, odnosno svoju "posebnost". Ova se matrica ponavlja i kod samog Skorcezea, karikaturalno u "Dobrim momcima", filmu u kome na kraju gledamo propast "posebnog interesa" organizovanog kriminala, i nužno zlo "opšteg interesa", odnosno programa zaštite svjedoka.

Problem sa opštim interesom je u tome što se radi o određenom načinu društvene proizvodnje koji ne može pretendovati na univerzalanost shvaćenu u Kantovom smislu te riječi. U američkoj politici zato se sučeljava više koncepcija "opšteg interesa". Ali, ma koliko oni bili različiti, na djelu je isti način proizvodnje socijalnog miljea, u kome se jedanparcijalni interes predstavlja kao opšti, a onda, u istoj matrici, smjenjuje drugim opštim interesom.

Politička istorija Sjedinjenih Američkih Država pokazuje da su, od svoga nastanka, dvije vodeće partije, Demokratska i Republikanska, u više navrata radikalano promijenile svoj politički program.

Navedimo nekoliko primjera: Demokratska stranka, od svoga osnivanja zalagala se za smanjivanje ingerencija federalne vlasti, da bi od mandata predsjednika Ruzvelta postala zagovornik širenja funkcija centrale vlasti. Isto tako, dok su republikanci u početku bili za politiku protekcionizma, a demokrate zagovarale princip slobodne trgovine, u novije vrijeme situacija je obrnuta, pa Demokratska stranka insistira na državnom intervencionizmu, a Republikanska stranka se zalaže za nesputano djelovanje tržišnih zakona, odnosno za minimalne intervencije države¹⁵.

Ovim primjerima svakako se može dodati i promjena u odnosu prema tumačenju Ustava, zbog čega je Republikanska stranka danas za restriktivno tumačenje ustava, a nekada je bila za njegovu fleksibilnu primjenu, uz obrnuto proporcionalni stav Demokratske stranke.

Ukoliko navedene podatke posmatramo u širem kontekstu, promjene u politici dvije političke partije koje biraju kandidate za predsjednika SAD mogu se objasniti kao svojevrsan sukob principa regulacije i deregulacije. Demokratska stranka se, u svojim začecima, zalagala za slobodno tržište, zastupajući interese onog društvenog sloja koji je od toga imao najneposredniju korist, rasterećen od strogih regulatornih uplitanja države. S druge strane, biračko tijelo republikanaca u prošlosti su činili uglavnom ostaci stare aristokratije, iz vremena prije predsjedničkog mandata Tomasa Džefersona, pa su jaka federalna vlast i regulativne mjere imale funkciju garantovanja u prošlosti stečenih, takozvanih, tradicionalnih vrijednosti, čiji je zaštitnik bio upravo ovaj društveni stalež.

Republikanska stranka se, naročito od mandata jednog od najznačajnijih republikanskih predsjednika, Ronalda Regana, naglašeno zalaže za deregulaciju, za slobodno tržište, smanjenje poreza i rasterećenje privrede različitih socijalnih nameta, uz istovremenu socijalno restriktivnu politiku države¹⁶.

I regulacija i deregulacija ovdje su, međutim, u istoj matrici, prema kojoj se demokratijarazumije kao opšti interes, koji ostavlja netaknutom aktuelnu proizvodnju socijalnih odnosa, prema kojoj su vlasnici sredstava za proizvodnju, preduzetnici, zajedno sa političarima – društvena elita, a sam način rada i proizvodnje ustanovljen kao onaj opšti interes koji se ne dovodvi u

¹⁵ Алексис де Токвил, *О демократији у Америци*, Издавачка књижарница Зорана Стојановића, Сремски Карловци-Нови Сад, 2002, стр. 154.

¹⁶ Миодраг Јовичић, *Уставни и политички системи*, Службени гласник, Београд, 2006, стр.136

pitanje. Iz tog razloga, u SAD dominiraju dvije političke partije, dok su drugačiji politički programi u sjenci, jer zastupaju "posebne interese"¹⁷.

4. Medijska prezentacija manjinskih prava

Iznijetom stanovištu, koje izrasta iz uvjerenja da su mediji ukorijenjeni u institucijama proizvodnje socijalnih odnosa, može se oponirati, polazeći od činjenica da su određene manjinske grupe, poput feminističkih pokreta ili organizacija koje se bore za prava homoseksualaca, upravo zahvaljući medijskoj promociji izvojevale društvenu afirmaciju. To može predstavljati dokaz u prilog otvorene koncepcije društva, i demokratskog potencijala masovnih medija.

S druge strane, već sama pojava manjinskih grupa u medijima, odnosno prezentovanje sadržaja (na našem primjeru – feminiskinja ili homoseksualaca) zahtijeva određeno prilagođavanje institucijama. Kada je riječ o proizvodnji društvenih odnosa, to prije svega zahtijeva onu toleranciju "odozgo": vlasti dopuštaju da određeni sadržaji postanu stvar kontrolisanih javnih protesta, skupštinskih rasprava ili zakonskih inicijativa, dobijajući tako formu koja, osim obezbjeđivanja manjinskih prava, ustoličuje sam sistem proizvodnje društvenih odnosa kao neprevladiv. Isto tako, prisustvo feminističkih i manjinskih grupa u medijima, ako ništa drugo, podrazumijeva prilagođavanje načinima proizvodnje televizijskih sadržaja.

¹⁷ Da se ovdje može govoriti o jedinstvenoj matrici, pokazuje, pored ostalog, i predizborna kampanja Donalda Trampa. Politička platforma, koju je tokom predsjedničke kampanje zastupao Donald Tramp, u osnovi se kretala onim pravcem koji je utemeljen u Reganovoj politici. Tokom kampanje, Tramp je obećao da će ukinuti Obamin zakon o zdravstvenoj zaštiti, zagovarao je smanjenje poreza, a sastavni dio njegovog programa bio je i opšti restriktivni odnos prema socijalnim beneficijama, praćen eminentno republikanskim stavom da takve mjere pružaju šanse za razvoj privrede i otvaranje novih radnih mjesta.

S druge strane, Tramp je u kampanji insistirao na određenim elementima protekcionizma, što je, makar djelimično, u suprotnosti sa republikanskim zalaganjem za nesputano, slobodno tržište i laissez-faire. Isto tako, zalaganja za slabiju ulogu NATO-pakta, program zadržavanja radnih mjesta i stav protiv pohlepe Volstrita predstavljaju za američke prilike naglašene ljevičarske elemente. Ove ideje Tramp je u kampanju uspješno povezao sa tradicionalno konzervativnim idejama, koje, naročito, zastupaju republikanske partije na jugu SAD: protjerivanje izbjeglica i zatvaranje granice prema Meksiku treba da obezbijedi više radnih mjesta za Amerikance. Zaštita prava radnika tako je u Trampovoj kampanji u najposrednijoj vezi sa restriktivnom politikom prema izbjeglicama, smanjenjem izadataka za NATO i ekspanzivnu spoljnu politiku, koja je poslije Buša opstala i u oba Obamina mandata.

Kada je riječ o feminističkom pokretu, od početka je bilo jasno da on ne može postati prepoznatljiv medijski sadržaj ukoliko ostane na nivou teoretskog plasiranja uzroka rodne neravnopravnosti u savremenom društvu¹⁸. Iz tog se razloga pristupilo svojevrsnoj parcijalizaciji, pa su u medijima isticani posebni primjeri: problem nasilja u porodici, manje zastupljenosti žena u javnom sektoru ili na rukovodećim mjestima. Na taj način, sam vrednosni sistem feminističkog pokreta sveden je na pitanje o ljudskim pravima, odnosno uklopljen je u sistem etablirane vlasti, kako kaže Markuze, proizvodnje društvenih institucija.

Feministički pokret javlja se u brojnim retušima, od obuhvatnih zahvata do parcijalnih pokreta. No, njegova medijska proizvodnja uvijek je parcijalna. Feminizam se u tom smislu uklapa u matricu. Mediji tako propagiraju određene "posebne interese", jer su oni uklopljeni u matricu proizvodnje medijskih artikala. Recimo, kampanja protiv nasilja u porodici, u srpskim medijima, 2017. godine. Poznate ličnosti, vješto našminkane kao da su pretučene, govore su poruku da se nasilju treba suprotstaviti. Šta je *iskrivljeno* značenje ove poruke?

Između redova ove kampanje predočava se da se samo država, koja ima monopol na upotrebu sile, može sistemski suprotstaviti raširenoj pojavi fizičkog nasrtaja na žene u porodicama ili partnerskim zajednicama. A država je bazirana na određenom načinu proizvodnje odnosa. Država, dakle, kao liberalna matrica, prihvata zahtjeve jedne posebne grupe. Pritom, ostaje potpuno nevidljivo da li sam vladajući poredak proizvodnje života, koji država garantuje, doprinosi ili generiše koncept nasilja. Odnosno, ovdje se proizvodi značenje da je sa samom liberalnom koncepcijom države sve u redu, odnosno da žene, ili oni koji podržavaju borbu protiv nasilja u porodici, moraju biti *tolerantni prema državi*, kako bi se suzbila *netolerancija* nasilnika.

Na ovom primjeru potvrđuje se Bodrijarova teza, prema kojoj u medijima imamo samo inscenaciju komunikacije, odnosno privid da se radi o suočavanju sa feminističkim pokretom kao subjektom, a ne tek kao jednom posebnom pojavom. S druge strane, ni sama medijska matrica ne ukazuje na nekakav subjektivitet, univerzum, nego samo na poopšteni parcijalni liberlani interes:

¹⁸ Ana Vilenica, "Postajanje majkom: Od neoliberalnog režima materinstva ka radikalnoj političkoj subjektivizaciji", u *Postajanje majkom u vreme neoliberalnog kapitalizma* (Ana Vilenica, ur), Beograd, 2013, str 26 i dalje.

To je cirkularno rasterećivanje u kome se inscenira želja gledališta, antiteatar komunikacije, koje je kao što znamo uvek samo negativno recikliranje tradicionalne institucije, integrisano kolo negativnog.¹⁹

Liberlane feminiskinje kritikuju dominantu neoliberalnu koncepciju materintva, ali opet u matrici neoliberalizma: njihova se kritika svodi na zahtjev za ravnopravnim dijeljenjem uloge *brižnosti* sa očevima ili partnerima²⁰. Društvena, a potom i medijska iskrivljenost ove priče je u tome što se ovdje neupitnom ispostavlja matrica "aktivnog vremena", odnosno vremena koje žena treba da posveti bilo poslu (što predstavlja neoliberalni imperativ), bilo drugim oblicima "rada na sebi".

Feminsistički pokret ne može da bude prezentovan kao subjektivitet, već samo kao jedan poseban interes, koji može da bude zadovoljen isključivo polazeći od onog posebnog interesa koji je, kako smo ranije istakli, već proglašen za opšti interes. Samo u tom kontekstu može se očekivati "opšta saglasnost".

U predizbornom spotu, uoči lokalnih izbora u Beogradu, Vesna Stanojević, poznati feministički akivist, pojavljuje se kao brižna personifikacija odgovorne vladajuće partije, i zbrinjava majku i djecu, žrtve porodičnog nasilja. Dakle, samo opšti koncept, mada je simulacija univerzalnosti, može "brinuti" o parcijalnom, koje se ne može brinuti o sebi, jer mu nedostaje subjektivitet, izvan te matrice. S druge strane, nasilnici ostaju na onom nivou posebnosti koji ostaje izvan matrice.

Homoseksualni pokreti suočili su se sa istim problemom na drugačiji način. Najprije, nije bilo dovoljno aktivista ovog pokreta koji su željeli da javno govore pred kamerama²¹. To je djelimično razlog zbog koga je homoseksualni pokret, postupno, upravo u medijima, skliznio u institucionalne odnose bračne zajednice, gubeći tako svoju prevratničku ulogu. U suprotnom, osim

¹⁹ Žan Bodrijar, *Simolakrumi i simulacija*, IP Prosveta, Svetovi, Ruma-Noví Sad, 1991, str 85/86.

²⁰ Judith Lorber (ed), *Gender Inequality: Feminist Theories and Politics*, Oxford University Press, New York, 2012, p 4

²¹ "'Queer online': queer zajednica na internetu i aktivizam u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini", u *Na marginama: manjine i mediji u jugoistočnoj Evropi*, Mediacentar, Sarajevo, 2000, str. 225-261.

prolaznog medijskog kalabura, izvjesno ne bi imao mogućnost medijske prezentacije.

Parade ponosa, ne samo kod nas nego i u svijetu, zato podrazumijevaju pacifikaciju, ne u smislu naglašeno mirnih protesta, nego u kontekstu prijanjanja uz matricu proizvodnje odnosa građanskog društva. Homoseksulana zajednica gradi se po uzoru na građansku instituciju braka.

Prisustvo ove manjinske grupe u medijima izvjesno vrijeme bilo je onemogućeno, upravo iz razloga što je nedostajao način prezentovanja unutar matrice opštih interesa. Medijska proizvodnja homoseksualnih "posebnosti" dogodila se kada je izgubljen subjektivitet ovog pokreta. Homoseksualci su utoliko predstavljeni kao jedna podvrsta klasične građanske zajednice. *Gej aktivisti* u medijima zalažu se za građanska prava, na snimcima sa prajda u Splitu, 2007. u prvom planu je natpis "Moja partnerica je moja obitelj". Medijska prezentacija Prajda u stvari je predstava jednog porodičnog okupljanja, koje odiše nekom vrstom one topline ognjišta koju garantuje proizvod buržoaskog braka. Slike premijerke Srbije, koja se u javnosrti tu i tamo pojavljuje sa svojom partnericom, doprinosi ovom uklapanju u koncept liberalno-dmokratskog proizvođenja društvenih odnosa, jer se ovdje, na značenje partnerskog odnosa nakalemljuje novi sistem značenja, koji u paru vidi pripadnike društvenog mejstrima. Partnerski odnos pripadnika društvene elite postaje paradigmatičan za druge istopolne zajednice. Istopolne veze, na taj način, postaju vid bračnog zajedništva.

S druge strane, kapmanja Prajda u Crnoj Gori odvijala se pod sloganom "Čojstvom protiv nasilja". Termin "čojstvo", koji asocira na tradicionalne vrijednosti, pokazuje da se i homoseksualne veze mogu razumjeti u kontekstu tradicije. Čojstvo podrazumijeva da se drugi čuva od nas. Dakle, gej-pokret, koji predstavlja drugost, treba sačuvati, ali upravo u ime čojstva, tradicije. U podtekstu, to znači da je i sama homoseksulana zajednica zapravo nešto izmijenjena tradicionalna zajednica. Homoseksulaci su, doduše "slabiji", i zato zahtijevaju zaštitu jačeg. Taj "jači" je država, ili društveni mehanizmi proizvodnje odnosa, poopšteni liberalno-demokratski partikularitet, koji sada, "paternalistički", homoseksulacima, kao društvenom partikularitetu, daje "pravo građanstva".

Naš pristup se do sada odnosio uglavnom na vizuelne medije i štampu. Internet je, sa druge strane, još ilustrativniji. Doduše, internet ostavlja mogućnosrt anonimnog učestvovanja, stvaranja komunikacionih mreža i sadejstvovanja. Manjinske grupe na internetu, utoliko, barem, na prvi pogled mogu

da grade vlastiti subjektivitet, jer na internetu nema jasno uspostavljenog miljea, nema, naizgled poopštene partikularnosti.

S druge strane, internet je samo skup, konglomerat posebnih interesa. Na drtuštenim mrežama se, umjesto građenja subjektivnosti, grade partikulariteti, tu se susrećemmo, u stvari i sa *singularitetima*, pa je formiranje grupa emirijsko, a ne principijelno.

5. Zaključak

Mediji uvijek predstavljaju partikularitete, u kontekstu one partikularnosti koja je poopštena, koja simulira univertzalnost. Mnoštvo različitih partikularnih interesa, s druge strane, nikada ne izražavaju manjinske stavove, ukoliko su oni subjektiviteti. Subjektivitet pretpostavlja autorefleksiju, on nije reflektovan u svjetlu neke društvene matrice. *Iz tog razloga, u medijima, u stvari, nema manjina, nego samo partikulariteta.*

Poslužićemo se i ovdje, u zaključku, jednim ilustrativnim primjerom. Na programu javnog medijskog servisa Srbije godinama je emitovana emisija "Verski kalendar", u kojoj su bili, jedan za drugim, predstavljani vjerski praznici i značajni dani velikih monoteističkih religija, odnosno Srpske Pravoslavne Crkve, Jevrejske zajednice, Rimokatoličke crkve. Kada se ovi praznični dani ređaju jedan do drugog, onda svaki od njih postaje partikularitet, osobenost neke vjerske zajednice, uklopljen u kontekst društvene vjerske tolerancije. Tako se emisija koja predstavlja praznike velikih religija, kao izraz ravnopravnosti u ispovijedanju vjere, izvrće u partikularizaciju religija, oduzimajući im subjektivitet. Vjerske zajednice, samim tim, u ovoj medijskoj slici više nijesu manjine, koje mogu stupiti u dijalog sa drugim manjinama, drugim vjerskim zajednicama, nego partikulariteti u miljeu društvene tolerancije.

Dnevnici i kulturne emisije na jezicima nacionalnih manjina, takođe se izvrću u "represivnu toleranciju", jer se u tim emisijama radi samo o njegovanim partikularnim osobenostima, u skladu sa programskim šemama televizijskog programa. Vijesti prenose onu medijsku konstrukciju koju emituju i informativne emisije na službenom jeziku. U stvari, forme emisija odgovaraju programskim osobenostima televizijskih kanala.

Jedno vrijeme, nevladine organizacije pokretale su konkurse za izradu dokumentarnog programa o manjinama, trebalo je istražiti kulturnu baštinu manjina, ili predstaviti ugrožene socijalne grupe. Međutim, sama konstrukcija dokumentarnog filma, koji treba da bude emitovan na televiziji, podrazumijeva određene standarde. Proizvodnja televizijske stvarnosti proizvodi i odnos

gledalac-medij, a gledaoci programa za manjine su takođe televizijski gledaoci, suočeni sa televizijskom produkcijom, koja odražava proizvodnju društvenih odnosa poopštene partikularnosti liberalno-demokratskog društva.

Literatura

Bart, Roland, *Književnost, mitologija, semiologija*, Nolit, Beograd, 1979

Bodrijar, Žan, *Simulakrumi i simulacija*, IP Prosveta, Svetovi, Ruma-Novog Sada, 1991.

Čomski, Noam, „Demokratija i mediji“, u N. Čomski, *Nužne iluzije*, Svetovi, Novi Sad, 2000.

Delez, Žil, Gatari, Feliks, *Anti-Edip*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci, 1980.

Đurđević, Vladimir, „Mogućnost autonomije u savremenom svetu, u *Hereticus*, Vol. XV, 2017, No. 3-4.

Habermas, Jürgen, *Prilog rekonstrukciji istorijskog materijalizma*, „Veselin Masleša“, Sarajevo, 1985.

Hajek, Fridrih Fon, *Poredak slobode*, Global book, Beograd, 2007.

Huntington, Samuel P, *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century* Norman: University of Oklahoma Press, 1991.

Јовичић, Миодраг, *Уставни и политички системи*, Службени гласник, Београд, 2006.

Кант, Имануел, *Метафизика морала*, Издавачка књижевна Зорана Стојановића, Сремски Карловци/Нови Сад, 1993, стр 32

Kant, Immanuel, «Odgovor na pitanje: šta je prosvetćenost», *Um i sloboda*, Velika edicija "Ideja", Beograd, 1974.

Lorber, Judith (ed), *Gender Inequality: Feminist Theories and Politics*, Oxford University Press, New York, 2012.

Markuze, Herber, „Reresivna tolerancija“, u *O toleranciji*, priredio Igor Primorac, „Filip Višnjić“, Beograd, 1989.

Токвил Алексис де, *О демократији у Америци*, Издавачка књижевна Зорана Стојановића, Сремски Карловци-Нови Сад, 2002.

Vilenica, Ana, "Postajanje majkom: Od neoliberalnog režima materinstva ka radikalnoj političkoj subjektivizaciji", u *Postajanje majkom u vreme neoliberalnog kapitalizma* (Ana Vilenica, ur), Beograd, 2013.

Zrurovac, Mirko, *Udeologija novih medija*, u *Politika i tehnika*, priredio Srđan Nikolić, Beograd, Udruženje studenata filozofije Jugoslavije, 2000.

Žaket, Dejl, *Novinarska etika*, Službeni glasnik, Beograd, 2007.

“‘Queer online’: queer zajednica na internetu i aktivizam u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini”, u *Na marginama: manjine i mediji u jugoistočnoj Evropi*, Mediacentar, Sarajevo, 2000.

SVETSKI DAN ROMA NA MARGINAMA SRPSKE ŠTAMPE

INTERNATIONAL ROMANI DAY IN THE MARGINS OF SERBIAN PRESS

dr TATJANA VULIĆ, vanredni profesor
Filozofski fakultet Univerzitet u Nišu

Apstrakt: Na četvrtom Svetskom romskom kongresu Međunarodne romske unije (IRU) 1990. godine u Seroku u Poljskoj, 8. april je ustanovljen kao Dan proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima sa kojima se ovaj narod suočava. Od tada se u Srbiji kao i u najvećem broju zemalja obeležava Dan Roma. Na osnovu popisa iz 2011. godine utvrđeno je da na teritoriji Srbije živi oko 150 hiljada pripadnika romske zajednice, što je više od dva odsto od ukupnog broja stanovništva. Sliku o Romima u medijalizovanom svetu ne možemo razumeti kao neposrednu već kao medijski posredovanu. Za potrebe rada autorka će istražiti medijsku reprezentaciju Svetskog dana Roma u dnevnoj štampi: Politika, Danas, Večarnje novosti, Blic i Kurir 7, 8. i 9. aprila 2017. i 2018. godine. Istraživački cilj je da se utvrdi da li su teme o romskoj kulturi i problemima sa kojima se Romi suočavaju marginalizovane.

Ključne reči: Svetski dan Roma, manjine, štampa, marginalizacija

Abstract: April 8th was officially declared the International Romani Day in 1990 in Serock, Poland, the site of the fourth World Romani Congress of the International Romani Union (IRU), and it is seen as a day to celebrate Romani culture and raise awareness of the issues facing Romani people. From that year onwards, the Romani Day has been celebrated in Serbia as well as in most other countries. Based on the 2011 census, around 150,000 Romani people live in Serbia, which is more than two percent of the total population. The way Romani people are seen in a society ruled by media cannot be observed as unaffected, but rather very much mediated by media. For the purposes of

this paper, the author will review and investigate how the International Romani Day was represented in the following daily press: Politika, Danas, Vecernje Novosti, Blic and Kurir on 7th, 8th, and 9th April 2017 and 2018. The goal of the research is to check whether the Romani culture topics and the issues facing Romani people are actually marginalized.

Key words: *International Romani Day, Ethnic Groups, Daily Press, Marginalization*

1. Uvod

Savremeno doba čini se s pravom možemo označiti kao vreme kulture informacija ili kulture masovnih medija. Dajući poseban pečat mediji neretko jesu uzročnici brojnih promena na ličnom, porodičnom kao i na društvenom planu. Naime, samo mediji dosežu mogućnost da se obrate velikom broju građana i utiču na javno mnjenje. Informišući javnost, oni oblikuju javno mnjenje i utiču na ponašanje ljudi. Stereotipi, predrasude, pogrešni stavovi o pripadnicima drugih naroda jednim delom su uzrokovani i radom samih medija kao što na isti način profesionalnim izveštavanjem mogu biti i korigovani ti isti obrasci. Mediji imaju izuzetnu društvenu funkciju i to pre svega u društvima koja se nalaze u tranziciji. Zato i igraju ključnu ulogu u stvaranju i razvoju demokratske kulture u zemljama. Sama društvena odgovornost medija predstavlja pre svega obavezu da se uvećaju pozitivni i u isto vreme smanje negativni efekti na društvo u celini. Društveno odgovoran jeste u najširem smislu shvatanja, razmatranje uticaja koji ima neko delovanje na okolinu, odnosno društvo u celosti. Kada pristupimo analizi medijskog rukopisa jednog društva možemo razumeti njegov svakodnevni obrazac ili vladajuću predstavu života u toj sredini. I dok se sa jedne strane mediji ne mogu razumevati direktno odgovornim za stavove, akcije ili na primer ponašanje pojedinca sa druge strane su neizostavno moćni u oblikovanju i definisanju javnog diskursa, uključujući održavanje i prenošenje i mogućih negativnih i stereotipnih slika. Ukoliko posmatramo iz ugla da je glavni medijski posao prezentovanje stvarnosti, odnosno proces kojim se oblikuju i razmenjuju određena značenja unutar jedne kulture čini se da slobodno možemo da konstatujemo da predstave života u društvu velikim delom zavise od medijske prezentacije. Kao najvažniji faktor međuetničkog dijaloga medije možemo tumačiti u isto vreme i kao posrednika i kao kreatora slike koju nikako ne možemo razumeti kao neposrednu

već kao medijski posredovanu. Gordana Vilović (2014) uočava ulogu masovnih medija za ostvarivanje prava nacionalnih manjina kao veliku i značajnu. Ova autorka nije jedina koja na ovakav način označava značaj medija ne samo za vidljivost već i realan značaj u ostvarivanju prava nacionalnih manjina u današnjem vremenu. „Većina istraživanja u regionu bivše Jugoslavije (ali i šire) bila je fokusirana na percepciju manjinskih zajednica u mainstream medijima. Takvi su slučajevi analiza koje su sprovedli Media plan institut (2007, 2008, 2009, 2011,2012) i Mediacentar iz Sarajeva (2010), Novosadska novinarska škola (2006-2013), Međunarodni centar za obrazovanje novinara iz Opatije (2006), Mirovni institut iz Ljubljane (2009), odnosno Makednoski institut za medije.“ (Udovičić i drugi, 2013:8) Frančesko Kapotorti (Francesco Capotorti), definisao je manjine kao grupe koje su broјčano inferiorne u odnosu na većinsku populaciju neke države, nemaju dominantnu poziciju međutim, imaju etničke, religijske i jezičke specifičnosti na osnovu kojih se razlikuju od drugih (Kapotorti, 1991). Priznavanje, poštovanja i očuvanje manjina predstavlja važan faktor stabilnosti i u isto vreme sigurnosti u svim državama na svetu. Naime kako Beatham (Beatham David, 1999) ukazuje preduslov za demokratiju i razvoj društva u celini jeste upravo poštovanje ljudskih prava i sloboda.

U pregledu međunarodnih dokumenata i standarda zaštite prava manjina, a u kontekstu univerzalnih ljudskih prava podsetićemo na Univerzalnu deklaraciju o ljudskim pravima (1948), Konvenciju o temeljnim ljudskim pravima i slobodama (1950), Deklaraciju o pravima pripadnika nacionalnih ili etničkih, verskih i jezičkih manjina (1992) kao i Okvirnu konvenciju za zaštitu nacionalnih manjina Veća Evrope (1995). Evropska unija je definisala kao integracijski uslov principe ostvarenja jedinstva u različitosti, pored ostalog i u oblasti ljudskih i to pre svega manjinskih prava. Ovde moramo da ukažemo na to da pravno normirana prava jesu izuzetno važna, ali da samo značenje imaju tek sa potpunim i suštinskim ostvarenjem u samoj praksi. Ulogu u ostvarenju prava manjina imaju pored ostalog i mediji. Nacionalne manjine imaju pravo na informisanost, da se obrazuju i zabavljaju na svom jeziku kao i na zvaničnom jeziku države sa sadržajima koji govore o njima.

Kako je tema našeg rada izveštavanje srpske dnevne štampe o obeležavanju 8. aprila, Svetskog dana Roma koji su manjina u Srbiji, ukazaćemo na kratak istorijat i poreklo Roma sa posebnim osvrtom na Srbiju, kao i na neka relevantna istraživanja u vezi romske manjine i njihove reprezentacije u medijima.

Savremeni istoričari procenjuju da su Romi počeli naseljavanje Balkana još u XI i XII veku, međutim njihova veća kretanju počinju sa najezdom Turaka na balkansko poluostrvo, dok im je prava postojbina prednja Indija (Vukanović, 1983). Rajko Đurić (2010) ističe da su Romi u Indiji živeli do kraja XII veka kao i da su pripadali indijskoj duhovnosti i kulturi, o čemu svedoče kako nova istorijska istraživanja tako i sama indijska književnost. Bašić (2005) ukazuje da su istraživači tek u drugoj polovini XIX veka utvrdili migracione tokove Roma ka Evropi i to zahvaljujući sociolingvističkim istraživanjima kojima prethode u isto vreme i nezavisna zapažanja Jakoba Ridigera, nemačkog filozofa i Stefana Valija, mađarskog sveštenika koji ukazuju da postoje sličnosti u govoru studenata iz Indije i Roma koji su živeli u Nemačkoj, odnosno Mađarskoj. Etnolozi, lingvisti i istoričari slažu se u nalazima o indijskom poreklu Roma (Đurić, 1987; Todorović, 2011). Đurić (2012:19) proučavajući problem romskog identiteta, uočavaju da se oni od strane drugih naroda veoma često percipiraju u krajnosti. Prema jednoj, Romi su narod bez sopstvene istorije, na osnovu kojih su proizašla gledišta o Romima kao „bićima niže rase“, dok se prema drugoj „njihov život i delanje obavijaju velom mistike“. Ime Roma zabeleženo je 1100.godine i to kao „Atsincana“ na osnovu grčke reči „Athig-ganien“ koja znači „ne dirati“ koja je transformisana kasnije u „Atsinganein“ i na kraju pretvorena definitivno u „Ciganin“. Ovom imenu brzo se izgubio trag i zamenio ga naziv „Egipćanin“ kao ime koje je vezano za Rome koji su u Evropu došli iz Egipta. U Velikoj Britaniji su dobili ime „Gipsi“, u Francuskoj „Gitan“, a u Španiji se nazivaju „Gitanos“. U celom svetu danas se upotrebljava naziv Rom, isto ime kojim su pripadnici ovog naroda sebe nazivali još u srednjem veku u vizantijskim zemljama dok je njihov jezik na osnovu tog imena nazivan „Romani“. Lingvističko tumačenje ovog pojma pretpostavlja da je ovaj naziv nastao od reči Roaman (Shib) što se izjednačava sa terminom „ciganski jezik“, a termin Rom ima značenje čovek, odnosno ljudi koji govore ciganski, romski.

Osobeni elementi romske kulture su jezik, muzika, religija i mitovi. Romski jezik je jedina „knjiga“ koju su Romi poneli iz Indije kada su se pokrenuli na velike migracije. Romski jezik i njegovi dijalekti srodni su jeziku plemena Dardi i Kafistranu i jeziku plemena Hindukušu u Indiji. U osnovi ovaj jezik jeste varijanta Pali jezika koji predstavlja razvijeniju formu Sanskrita. Kada se radi o muzici uočeno je da je ona kod Roma deo tradicije, kao i da se veština sviranja instrumenata prenosi sa generaciju na generaciju i da im je ova veština postala jedna od najvažnijih prepoznatljivih znakova samog rom-

skog etnikona. Pre dolaska u Evropu, Romi su iz postojbine krenuli kao pagani i u nauci se često ističe da nemaju „sopstvenu veru“ kojom bi se razlikovali od drugih naroda. Romi se brzo prilagođavaju religiji naroda one zemlje u kojoj žive tako da Rom ne zna odanost religiji. Međutim, razlozi nisu u odricanju od pripadajuće vere već su razlozi u materijalnom stanju koje im ne omogućava striktno izvršenje određenih verskih normi i ritualnih obreda. Svoju glavnu veru, koja predstavlja svojevrsnu mešavinu na bazi paganstva Islama i Hrišćanstva, održavaju dodajući na nju izvesne verske norme drugih konfesija. Sve te elemente Romi čvrsto čuvaju i neguju u svojoj veri. Moramo da napomenemo i da vidno mesto kod Roma zauzimaju magija, rituali, bajanje, vračanje, gatanje, verovanje u snove, kao i verovanje u nadprirodna bića. Poznati su u narodnoj medicini i to kao vidari, hirurzi, vrači i žreci, ali i veterinari ili đambasi. Romsku narodnu usmenu književnost čine: pripovetke, bajke, legende, priče i basne, pesme, zagonetke, poslovice, tužbalice, ora i igre.

Ukupan broj Roma u svetu, na osnovu procena kreće se od osam do 14 miliona, dok je u bivšoj Jugoslaviji živelo negde između 500 i 800 hiljada Roma. Problem oko tačnih podataka jeste u asimilaciji, mimikriji, mešovitim brakovima. Na osnovu popisa iz 2011. godine utvrđeno je da na teritoriji Srbije živi oko 150 hiljada pripadnika romske zajednice, što je više od dva odsto od ukupnog broja stanovništva. Romi su inače druga po broju etnička zajednica u Srbiji¹ na osnovu ovog popisa, ali demografi smatraju da ovaj podatak treba uzeti sa rezervom s obzirom na to da je kod Roma uočena izrazita etnička mimikrija prilikom popisa. Naime, pripadnici ovog naroda prilikom izjašnjavanja popisivačima se ne retko izjašnjavaju na primer kao Srbi ili Rumuni tako da nezvanična saznanja na terenu su da samo na području južne i istočne Srbije živi preko sto hiljada Roma. Društveni položaj ovog naroda već decenijama obeležavaju isti problemi u svim evropskim zemljama „ rezidencijalna (prostorna) segregacija (život u geto naseljima, mahalama); masovna nezaposlenost ili obavljanje najmanje plaćenih, cenjenih i stigmatizirajućih poslova (čistači ulica, radnici na grobljima i u mrtvačnicama, pomoćni radnici u fabrikama); blokiranost mogućnosti školovanja (visok procenat nepismenih i onih sa nesvršenom osnovnom školom i zanemarljiv procenat pojedinaca sa višom ili visokom školom); nizak nivo zdravstvene i socijalne zaštite; odsustvo političke

¹ Prema popisu iz 2011. godine Srbi čine 83,32 odsto stanovništva, Mađari su drugi 3,53 odsto dok su Romi treći sa 2,05 odsto od ukupnog broja stanovništva. <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2014/pdf/G20144012.pdf>, pristupljeno 17.04.2018. godine

participacije i međunarodnog organizovanja kao resursa mobilizacije za očuvanje etničkog i kulturnog identiteta.“(Todorović, 2011:1139)

Demokratski i liberalni stavovi doprinose nestajanju stereotipa i uvreženih stavova i mišljenja o narodima i etničkim grupama, a u medijima kroz veći broj afirmativnih tekstova o nacionalnim manjinama među kojima su i Romi. Istraživanja pokazuju da u današnjem medijskom diskursu srpskih medija daleko ređe se sreću stereotipni tekstovi kao na primer „romska deca su bosonoga i musava i uvek traže novac“, žive „na gomilama đubreta“, „džeparoši“, dok su prisutnije teme stanovanja Roma, zdravlje, siromaštvo i diskriminacija kao i etnička netrpeljivost². Ukazaćemo na publikaciju iz 2014.godine „Prilozi strategiji unapređenja Roma“³ u izdanju Srpske akademije nauka i umetnosti i Zaštitnika građana republike Srbije, grupe autora (Varadi i drugi). U publikaciji se ukazuje da Romi u Srbiji žive u lošim uslovima, da najčešće ne završe ni osnovnu školu tako da nisu konkurentni prilikom zapošljavanja, da im je životni standard ispod nacionalnog minimuma, a životni vek daleko kraći od prosečnog. Uočeno je i da često žive ispod granice siromaštva i najčešće u nehygieničkim naseljima. Publikacija se bavi i pravima Roma kao i afirmativnim merama radi poboljšanja njihovog položaja, preprekama sa kojima se suočavaju i načinima za njihovo prevazilaženje i postizanje jednakosti u odnosu na većinsko stanovništvo. Sa aspekta izloženosti diskriminaciji, istraživanje javnog mnjenja o položaju Roma Poverenika za zaštitu ravnopravnosti iz 2012.godine, Romi se prepoznaju kao najugroženija grupa. Naime, 38 odsto ispitanika navelo je Rome kao najviše diskriminisane grupu. Međutim, to je za sedam odnosno 12 odsto manje nego u istraživanjima u 2010. i 2009.godine.

Ustavom i zakonima priznata jednakost građana ne znači uvek da će ih i ravnopravno ostvarivati u praksi. Za ostvarivanje su potrebne afirmativne mere koje će stvoriti pravičnije uslove u kojima pripadnicima manjinskih grupa među kojima su i Romi garantuju određene olakšice prilikom ostvarivanja prava značajnih za otklanjanje dugotrajnih nepovoljnih životnih uslova i dis-

² http://www.publicpolicy.rs/Romkinje%20i%20Romi%20u%20medijima#_ftn24,
http://www.ravnopravnost.gov.rs/jdownloads/files/prelom_izvestaja_jacanje_roma.pdf,
http://www.ravnopravnost.gov.rs/jdownloads/files/izvestaj_diskriminacija_cesid_undp_poverenik_2013_v_21_02_2014_final_sajt.pdf,
http://www.cesid.org/images/1364569004_Medijska%20analiza.pdf, pristupila 14.4.2018.

³ Vidi: [http://www.ombudsman.rs/attachments/3409_SANU_zbornik_Prilozi%20strategiji%20unapredjenja%20polozaja%20Roma%20\(2\).pdf](http://www.ombudsman.rs/attachments/3409_SANU_zbornik_Prilozi%20strategiji%20unapredjenja%20polozaja%20Roma%20(2).pdf), pristupila 17.4.2018. godine

kriminacije. Mediji tu imaju izuzetno značajnu ulogu. A da li su proteklih decenija to i činili? U nalazima istraživanja iz perioda od 2001. do 2007.godine Nataše Simeunović iz 2009. godine naglašava se: „ U tabloidnim predstavama Romi ugrožavaju socijalno-ekonomski poredak. Njihovo medijsko prezentiranje je skrajnuto, tj. oni imaju vrlo malo učešća u formiranju agende za javnu debatu. A medijski dnevni red oslikava društveni dnevni red. Glavne medijske tehnike proizvodnje dominantnih negativnih predstava o Romima su generalizacija, etiketiranje, korišćenje prošlosti u pokušaju da se sugeriše trajna karakteristika i poništavanje pozitivnog, romantičarskog mita.“ (Simeunović, 2009: 91) U okviru projekta „Kako do drugačije slike o Romima u medijima“, analizu medijskih objava od 2003. do 2012. godine uradio je Medijski arhiv Ebart i obuhvaćeno je 30 000 tekstova. U ovom izveštaju se konstatuje da se broj tekstova o romskoj populaciji povećava od 2008. godine dok se od 2010.godine uočava bolji kvalitet izveštavanja.⁴ Nalazi Ebart potvrđuju uočen trend da se od 2010.godine popravio opšti ton izveštavanja medija o Romima i Romkinjama i značajno se povećao broj tekstova o njihovim problemima. To se potvrđuje i u Izveštaju „Jednake šanse za bolje mogućnosti – jačanje Roma i Romkinja u borbi protiv diskriminacije“ od 3.marta 2014. godine⁵

2. Istraživanje

Za potrebe rada opredelili smo se da istražimo medijsku reprezentaciju Svetskog dana Roma u dnevnoj štampi. Na četvrtom Svetskom romskom kongresu Međunarodne romske unije (IRU) 1990.godine u Seroku u Poljskoj, 8. april je ustanovljen kao Dan proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima sa kojima se ovaj narod suočava. Od tada se u Srbiji kao i u najvećem broju zemalja obeležava Dan Roma. Korpus novina na kojima smo obavili istraživanje jesu dnevne novine: Politika, Danas, Večernje novosti, Blic i Kurir. Ukupno 25 primeraka novina. S obzirom na to da je 8. april ustanovljen kao Svetski dan Roma, analizirali smo navedenu štampu u dva perioda 7, 8. i 9. aprila 2017. i 2018. godine. Opredelili smo se da istraživanje obavimo primenjujući kvantitativno-kvalitativnu analizu sadržaja kao i komparativnu metodu. Jedinica analize je svaki pojedinačni tekst objavljen u novinama, a varijab-

⁴ Vidi: http://www.cesid.org/images/1364569004_Medijska%20analiza.pdf, pristupila 17.4.2018. godine

⁵ Vidi: http://www.ravnopravnost.gov.rs/jdownloads/files/prelom_izvestaja_jacanje_roma.pdf, pristupila 17.4.2018.godine

le koje smo pratili i bile osnova za analizu: teme, žanrovi (vest, izveštaj, članak, odnosno duži tekst sa elementima analitike i istraživačkog novinarstva, reportaža, intervju, komentar, ostalo), povod objave (aktuelni događaj, pseudo događaj, medijska inicijativa, nešto drugo), izvori (broj izvora- jedan, dva, tri i više izvora), vrednosni sadržaj objave (pozitivan, negativan i neutralan) i veličina teksta (manje od osmine – 1/16, osmina strane – 1/8, četvrtina strane – 1/4, polovina strane – 1/2, cela strana, više od jedne strane). Istraživački cilj je da se utvrdi da li su teme o romskoj kulturi i problemima sa kojima se Romi suočavaju marginalizovane u periodu kada se obeležava Svetski dan Roma, kao i da dominiraju u temama pseudodogađaji.

3. Rezultati sa diskusijom

Istraživanje smo sprovedeli na dnevnoj štampi različitog sadržaja (ozbiljna, polutablodina i tabloidna) i koja je najčitanija i najuticajnije među čitalačkom publikom u Srbiji: Politika, Danas, Večernje novosti, Blic i Kurir. Osim 8.aprila Dana Roma, u istraživanju smo sagledali i 7. i 9.april 2017.godine, odnosno dan pre i dan posle kako bi imali precizniji uvid u izveštavanje štampe o obeležavanju Dana Roma.

Štampa	7. april 2017.	8. april 2017.	9. april 2017.
Politika	1	2	/
Danas	/	1	/
Večernje novosti	/	/	/
Blic	2	/	/
Kurir	/	/	1
Ukupno	3	3	1

Tabela 1. Prisustvo tema o Romima i obeležavanju Dana proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima Roma u srpskoj dnevnoj štampi u periodu 7. – 9. april 2017. godine

U periodu od 7. do 9.aprila 2017.godine u pet dnevnih novina izašlo je ukupno sedam (7) tekstova. Za temu su imali obeležavanje Dana Roma, obrazovanje i zapošljavanje. Od toga tri (3) vesti, dva (2) izveštaja, jedan (1) članak, odnosno duži tekst sa elementima analitike i istraživačkog novinarstva, jedna (1) reportaža. Za povod objave šest (6) su imali pseudo događaj dok je jedan (1) bio medijska inicijativa. Preovladavaju tekstovi sa jednim izvorom i svi imaju neutralan stav objave. Veličina tekstova je: tri (3) manje od osmine, pola strane dva (2) i dva (2) četvrtina strane. Ukupan broj strana ovih novina u tri dana je

504, a broj strana na kojima su objavljeni napisi o Romima i obeležavanju Dana Roma jeste jedna i po (1,5).

Štampa	7- 8.april 2018.	9. april 2018.
Politika	1	/
Danas	2	/
Večrnje novosti	/	1
Blic	/	/
Kurir	/	/
Ukupno	3	1

Tabela 2. Prisustvo tema o Romima i obeležavanju Dana proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima Roma u srpskoj dnevnoj štampi u periodu 7. – 9. april 2018. godine

U periodu od 7. do 9.aprila 2018. godine Politika, Danas, Večernje novosti, Blic i Kurir izašle su u dvobroju 7. i 8. aprila i 9.aprila 2018.godine, tako da je analizirano ukupno 10 primeraka. Prilikom kvantitativno – kvalitativne analize ovih novina utvrdili smo da je objavljeno ukupno četiri (4) teksta. Za temu su imali obeležavanje Dana Roma sa akcentom na probleme obrazovanja i zapošljavanje. Od toga dve (2) vesti i dva (2) izveštaja. Povod objave su pseudodogađaji. Preovladavaju tekstovi sa jednim izvorom i svi imaju neutralan stav objave. Veličina tekstova je: dva (2) osmina i dva (2) četvrtina strane. Ukupan broj strana ovih novina u posmatranom periodu je 336, a broj strana na kojima su objavljeni napisi, na osnovu određenih kategorija za varijablu veličina teksta, o Romima i obeležavanju Dana proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima Roma jeste tek pola strane.

Štampa	7. – 9. april 2017. godine	7. – 9. april 2018. godine
Politika	3	1
Danas	1	2
Večernje novosti	/	1
Blic	2	/
Kurir	1	/
Ukupno	7	4

Tabela 3. Komparativni prikaz objavljenih tekstova 7. 8. i 9.april 2017. godine i 7-8. april i 9. april 2018.godine.

U tabeli 3. Komparativni prikaz objavljenih tekstova 7.,8. i 9.april 2017. godine i 7.-8.april i 9.april 2018.godine, prikazan je ukupan broj novinskih tekstova koji za temu imaju Rome kao manjinsku zajednicu u Srbiji i obeležavanje Dana proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima Roma, 8. april u srpskoj dnevnoj štampi. Jasno se vidi da je u 2017. godini objavljeno sedam (7), a u 2018. godini četiri (4). Pažnju obeležavanju Dana proslave romske kulture posvetila je pre svega takozvana ozbiljna štampa (Politika, Danas, Večernje novosti), dok polutabloidna i tabloidna (Blic i Kurir) u ovoj godini nisu objavili ni jednu vest.

<i>Korpus analizirane štampe u periodu</i>	<i>Ukupan broj strana u pet dnevnih novina</i>	<i>Kvantitativna zastupljenost tekstova o Romima na osnovu varijable veličina teksta</i>	<i>Procenat</i>
7. – 9. april 2017.	504	1,5	0,30
7. – 9. april 2018.	336	0,5	0,15

Tabela 4. Kvantitativna zastupljenost tema o Danu Roma na osnovu varijable veličina teksta

Kao istraživački cilj u radu postavili smo da utvrdimo teme o romskoj kulturi i problemima sa kojima se Romi suočavaju marginalizovane u periodu kada se obeležava Svetski dan Roma. U tabeli 4. u kojoj smo prikazali kvantitativnu zastupljenost tema o Danu Roma na osnovu varijable veličina teksta, jasno se uočava da su ove teme u posmatranom periodu 2017. godine bile zastupljene sa 0,30 odsto, a u istom periodu 2018. godine tek sa 0,15 odsto. Smatramo da je ovo nalaz koji jasno ukazuje da su ove teme marginalizovane tako da je naša pretpostavka dokazana.

Takođe je dokazana i polazna pretpostavka, zadata u okviru drugog istraživačkog cilja da u okviru ovih tema dominiraju pseudodogađaji. Naime, od ukupno 11 tekstova u oba posmatrana perioda (2017. i 2018. godine) samo jedan (1) objavljen tekst jeste medijska inicijativa dok su ostali deset (10) pseudodogađaji.

4. Zaključak

Na osnovu našeg istraživanja možemo da donesemo nedvosmisleni zaključak da su teme o položaju, kulturi i problemima Roma, čak i kada se obeležava u celom svetu Dan proslave romske kulture i podizanja svesti o problemima Roma marginalizovane, bez preovlađujuće medijske inicijative već su zasnovane na pseudodogađajima. Samo izveštavanje se zasniva prevashodno na faktografskim žanrovima (vest i izveštaj), dominantan je neutralan stav, a relevantnost izvora se svodi po pravilu na jedan (1) personalizovan izvor. Na osnovu svega navedenog možemo da zaključimo da grupe sa margina, naše istraživanje se bavilo Romima, marginalizovane su u srpskoj dnevnoj štampi.

U Ustavu Srbija je definisana kao država srpskog naroda i svih građana koji u njoj žive, a prava nacionalnih manjina su garantovana sa sedam članova Ustava, Zakonom o nacionalnim savetima i Zakonom o zaštiti prava i sloboda manjina. U Srbiji živi 26 nacionalnih manjina koje imaju svoje nacionalne savete iz kojih crpe sva svoja prava. Poslednjih godina svedoci smo i brojnih afirmativnih mera koje se sprovode radi poboljšanja položaja svih nacionalnih manjina, među kojima su i Romi kao drugi po veličini u odnosu na ukupan broj stanovnika.

Zadatak medija je da u javnosti jačaju senzibilitet prema položaju i problemima Roma i drugih nacionalnih manjina i to ne samo u „svečarskim prilikama“ kada se obeležava na primer Dan Roma, već svakodnevno i na taj način doprinesu kreiranju efikasne politike koja će poboljšati njihov položaj, ali pre svega približiti većinskom stanovništvu probleme sa kojima se svakog dana suočavaju. To je čini se i put da sa margina štampe i društva problemi ove zajednice dođu u žižu javnosti i problemi od akademskih rasprava postanu aktivno rešavani u društvenoj i životnoj praksi.

Literatura

Bašić, G. (2005), O poreklu i identitetu Roma u Srbiji, str. 15-30, u *Umetnost preživljavanja – gde i kako žive Romi u Srbiji*, Institut za filozofiju i društvenu istoriju, Beograd.

Beetham, D. (1999), *„Democracy and Human Rights“*, Cambridge: Polity Press.

Capotorti, F. (1991), *„Study on the Rights of Persons belonging to Ethnic, Religious and Linguistic Minorities“*, New York: UN.

Simeunović, N. (2009) , Tretman Roma u štampanim medijima u Srbiji, str. 71-92, U časopisu CM broj 10 godina IV, Beograd.

Đurić, R. (2010), Istorija romske književnosti, Književna opština Vršac, Vršac.

Todorović, D. (2011), „Romi na Balkanu i u Srbiji“, časopis Teme , Niš.

Udovičić, R. i drugi (2013), „Informisanje na jezicima manjina na zapadnom Balkanu: Sloboda, pristup, marginalizacija“, Media plan institut, Sarajevo.

Varadi, T. i drugi (2014), „Prilozi strategiji unapređenja Roma“, Srpska akademija nauke i umetnosti i Zaštitnik građana republike Srbije, Beograd.

Vilović, G. (2014), „Mediji u promoviranju prava nacionalnih manjina – Potencijali i ograničenja novih medija i komunikacijskih mreža“ u Priručniku za jačanje kapaciteta institucija nacionalnih manjina za javno djelovanje „Prezentiranje i posredovanje manjinskih interesa u javnosti“, Arak, Omiš, Split.

Vukanović, T. (1983), Romi (Cigani) u Jugoslaviji, Nova Jugoslavija, Vranje.

Internet izvori

<http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/G2014/pdf/G20144012.pdf>

http://www.publicpolicy.rs/Romkinje%20i%20Romi%20u%20medijima#_ftn24

http://www.ravnopravnost.gov.rs/jdownloads/files/prelom_izvestaja_jacanje_roma.pdf.

http://www.ravnopravnost.gov.rs/jdownloads/files/izvestaj_diskriminacija_cesid_undp_poverenik_2013_v__21_02_2014_final_sajt.pdf.

http://www.cesid.org/images/1364569004_Medijska%20analiza.pdf.

[http://www.ombudsman.rs/attachments/3409_SANU_zbornik_Prilozi%20strategiji%20unapredjenja%20polozaja%20Roma%20\(2\).pdf](http://www.ombudsman.rs/attachments/3409_SANU_zbornik_Prilozi%20strategiji%20unapredjenja%20polozaja%20Roma%20(2).pdf)

<http://www.fpn.bg.ac.rs/arhiva/sites/default/files/wp-content/uploads/CM10.pdf>

http://www.cesid.org/images/1364569004_Medijska%20analiza.pdf.

http://www.ravnopravnost.gov.rs/jdownloads/files/prelom_izvestaja_jacanje_roma.pdf.

Politika, 7. – 9. april 2017. i 2018. godine

Danas, 7. – 9. april 2017. i 2018. godine

Večernje novosti, 7. – 9. april 2017. i 2018. godine

Blic, 7. – 9. april 2017. i 2018. godine

Kurir, 7. – 9. april 2017. i 2018. godine

MANJINE I MANJINSKE GRUPE NA JAVNOM SERVISU

MINORITIES AND MINORITY GROUPS ON THE PUBLIC SERVICE

dr ANA ĐURKOVIĆ,
Beograd

Apstrakt: *U savremenom dobu, polovinu stanovništva razvijenih zemalja čine stariji ljudi, kao i poslednjih godina još jednu značajna grupa – osobe sa određenim invaliditetom, na primer, osobe sa oštećenjem vida. Raspon tih problema koje imaju slabovidni je veoma veliki a tu su i problematični za stariju populaciju kao što je katarakta i sl. Ipak osobe sa takvim problemima redovno prate televiziju. Televizijski emiteri, zapravo javni servisi imaju obavezu i odgovornost da o njima vode računa, da im olakšaju praćenje programa (i drugih servisa), naravno ne na štetu kvaliteta doživljaja onih gledalaca koji takve probleme nemaju.*

Sve nam to ukazuje da je pri projektovanju interaktivnih sistema neophodno voditi računa o pristupačnosti tih servisa svima. U tome bi se trebalo držati maksime koja kaže da je ono što je dizajnirano za osobe sa invaliditetom istovremeno dobro i za ostale stanovnike.

Pored specijalizovanih programa koje smo pomenuli, javni servisi, takođe, imaju specifičnu obavezu da programe emituju na jezicima manjina, da se bave medijskom pismenošću, obrazovanjem i informisanjem svih manjinskih grupa jednog društva., kao i da svojim delovanjem predupređuju i osuđuju svaki vid diskriminacije i pežorativnog govora.

“Kritička multikulturalistička perspektiva shvata kombinaciju klase, rase, etničke pripadnosti, roda, seksualnog opredeljenja, kao i drugih determinanti identiteta kao važne elemente kulture, koje treba pažljivo ispitati i analizirati da bismo mogli da otkrijemo seksizam, rasizam,

klasizam, homofobiju i druge tendencije koje promovišu dominaciju i ugnjetavanje.”¹

Ključne reči: *manjine, Manjinske grupe, regulacija, etika, preporučeni termini, javni diskurs, diskriminacija.*

Abstract: *Older people are making half of the population of so called developed countries, in the modern age, as in recent years, another important group is taking place - people with a disability, for example, people with visual impairment. The range of these disadvantaged problems is very high, and there are also problems typical for older populations such as cataracts etc. However, people with such problems regularly watch television. Television broadcasters, but in fact public services, have a big responsibility to keep them accountable, to facilitate the monitoring of programs (and other services), of course, without disturbing those viewers who do not have such problems.*

All this indicates that when designing interactive systems, it is necessary to take into account the accessibility of these services to everyone. That should keep the maxim that says that what is designed for people with disabilities is good for the rest of the population at the same time.

In addition to the specialized programs that we have mentioned, public services also have a specific obligation to broadcast programs in minority languages, to deal with media literacy, education and information of all minority groups of a society, as well as to pre-judge and condemn any form of discrimination and pejorative speech.

“A critical multicultural perspective sees a combination of class, race, ethnicity, gender, sexual orientation, and other determinants of identity as important elements of culture, which must be carefully examined and analyzed so that we can discover sexism, racism, classism, homophobia and other tendencies. They promote domination and oppression.”

Key words: *Minorities, Minority Groups, Regulation, Ethics, Recommended Terms, Public Discourse, Discrimination*

¹ Daglas Kelner, *Medijska kultura, Studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*, Beograd, Clio, 2004, str. 160

1. Uvod: Zakonski okviri i preporuke

Kao što prof. Dubravku Valić Nedeljković navodi u svom izveštaju (Značaj medijskog integriteta/izveštaj monitoring/Mediaobservatory), kao polazno stanovište, može se uzeti da onaj ko kontroliše javni diskurs (medije) taj poseduje moć u društvu.²

Sloboda izražavanja, pravo da se traga za informacijama i da se one prenose - čine osnov modernih demokratskih društava. Kao što je navedeno u Deklaraciji o javnim servisima Saveta ministara, upravo mediji su najvažnije oruđe u sferi javnog izražavanja, koje ljudima treba da omoguće ostvarivanje tog prava.

Doduše, tranzicija iz državnih emitera u javne servise nije još uvek kompletirana ni u mnogim zemljama članicama Saveta Evrope.

U preporuci Komiteta ministara se kaže: "Ono što odgovornost javnih servisa dovodi u fokus je to što imaju jedinstveno i privilegovano mesto u javnim raspravama i demokratskim procesima. Njihova samostalnost je precizno određena radi glavne uloge koju imaju i očekivanja same javnosti da podstiču i promovišu pluralizam različitosti u svim javnim debatama. Zato je neophodno osigurati taj javni interes bez uplitanja politike i ekonomije."³

Sledeći preporuke *White Paper* oko interkulturalnog dijaloga usvojenog od strane Komiteta ministara Saveta Evrope u maju 2008 i prethodnih kampanja Saveta Evrope kao što su *All different, all equal*, i *Speak out against discrimination* (www.coe.int/antidiscrimination) napravljena je kampanja koja se obraćala se medijima i medijskim profesionalcima u preko 47 zemalja.

U izveštaju *Različitosti i mediji (Media and Diversity, The next steps to promote minority access to the Media)* objašnjavaju se ciljevi: "Kampanja je htela da ohrabri medije i zaposlene u medijima da se što bolje upoznaju sa interkulturalnim dijalogom i da se bore protiv svakog oblika diskriminacije. Kampanja je imala tri glavna cilja: da kroz dugotrajna partnerstva sa Evropskim trening školama pripremi i podučni novinare i zaposlene u medijima kako na što profesionalniji način da tretiraju interkulturalne i diskriminacione teme, te da doprinese otvorenoj razmeni različitosti u Evropskim društvima dajući snažnu podršku ljudima iz manjinskih grupa da se uključe u medijske profesije i

² <http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2015/10/JAVNI-SERVISI-NISU-URLU%C5%BDBI-GRA%C4%90ANA.pdf>, posećeno 12.04.2018

³ https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-cm-rec-2012-1-of-the-co, oseceno 10.04.2018

medijske produkcije i da informiše publiku o interkulturalnim temama kao i o anti-diskriminacionim politikama koje su praktikovane na nivou zemalja članica, posebno one preporučene od Saveta Evrope.”⁴

Evropska konvencija o ljudskim pravima (ECHR) je definisala svoj stav u Članu 14. *Zabrana diskriminacije* koji glasi: “Uživanje prava i sloboda predviđenih u ovoj Konvenciji obezbeđuje se bez diskriminacije po bilo kom osnovu, kao što su pol, rasa, boja kože, jezik, veroispovest, političko ili drugo mišljenje, nacionalno ili socijalno poreklo, povezanost sa nekom socijalnom manjinom, imovina, rođenje ili drugi status.” (Evropski sud za ljudska prava -European Court of Human Rights, Council of Europe, F-87075 Strasbourg cedex, www.echr.coe.int).

Savet Evrope je zvanično prepoznao 1997. godine da: “mediji mogu napraviti pozitivan doprinos u borbi protiv netolerancije, pogotovo tamo gde mogu da podstiču kulturu razumevanja između različitih etničkih, kulturnih i religijskih društvenih grupa”. Ukazujući na važnost slobode izražavanja Komitet ministara Saveta Evrope tražio je od medijskih profesionalaca da se osvrnu na “problem intolerancije u rastućem multikulturalnom i multietničkom sastavu članstva i na merama koje mogu da preduzmu u promociji razumevanja i tolerancije”.⁵

Republika Srbija je *Zakonom o javnim medijskim servisima*⁶, u poglavlju *Delatnost javnog medijskog servisa*, uredila je Članom 3. osnovnu delatnost javnog medijskog servisa:

“Osnovna delatnost javnog medijskog servisa u funkciji ostvarivanja javnog interesa definisanog ovim zakonom, a podrazumeva proizvodnju, kupovinu, obradu i objavljivanje radio, televizijskih i multimedijalnih sadržaja, naročito informativnih, obrazovnih, kulturno-umetničkih, dečjih, zabavnih, sportskih, verskih i drugih koji su od javnog interesa za građane, a koji za cilj imaju ostvarivanje ljudskih prava i sloboda, razmenu ideja i mišljenja, negovanje vrednosti demokratskog duštva, unapređivanje političke, polne, međunarodne i verske tolerancije i razumevanja, kao i očuvanje nacionalnog identiteta srpskog naroda i nacionalnih manjina, kao i pružanje audio i audio-

⁴ https://www.coe.int/t/dg4/anti-discrimination/campaign/ressources/Training_toolbox/Media_iversity_next_steps_en.pdf

⁵ Recommendation No (97) 21 of the Committee of Ministers on the Media and the Formation of Culture of Tolerance, Strasbourg, Council of Europe, October 1997

⁶ Sl. Glasnik RS, br.83/2014, 103/2015 i 108/2016

vizuelnih medijskih usluga i objavljivanje elektronskih izdanja kao usluga od javnog interesa.” a poglavljem *Javni interes koji ostvaruje javni medijski servis* kroz Član 7. pitanje javnog interesa pod tačkom 5:

- zadovoljavanje potreba u informisanju svih delova društva bez diskriminacije, vodeći računa naročito u društveno osetljivim grupama kao što su deca, omladina i stari, manjinske grupe, osobe sa invaliditetom, socijalno i zdravstveno ugroženi i dr.

U istom poglavlju Član 8. objašnjava dužnosti: U ostvarivanju javnog interesa iz člana 7. ovog zakona javni medijski servis dužan je da:

- uvažava jezičke i govorne standarde, kako većinskog stanovništva tako, u odgovarajućoj srazmeri, i nacionalnih manjina na području na kome se program emituje kao i jezičke i govorne standarde gluvih i nagluvih osoba;

Kako piše prof. Marković: “Zato je uloga Javnog servisa Srbije postala dodatno važna. Na njemu su, po prvi put, sistematski promovisane paraolimpijske igre, preneti katolička misa u Nišu povodom godišnjice Milanskog edikta, intervjuisane transrodne osobe.”⁷

2. Regulacija i etika – štampa i emiteri

U Velikoj Britaniji Press Complaint Commission (PCC) koja postupi po žalbama ima Kodeks u kom u svom 12. Članu o diskriminaciji zahteva:

1. Štampa je, u vezi pisanja o pojedincima, u obavezi da izbegava bilo kakve prejudicirane i uvredljive aluzije kao i komentarisane nečije rase, boje, religije, pola, seksualne orijentacije ili bilo kakve fizičke ili mentalne bolesti ili invaliditetom.

2. Aluzije na nečiju rasu, boju, religiju, seksualnu orijentaciju, fizičkoj ili mentalnoj onesposobljenost ili smetnjama u razvoju treba da budu izbegnute ako nisu u direktnoj vezi sa centralnom temom priče o kojoj se izveštava.

Kao dodatak, Velika Britanija ima zakone koji se odnose na podsticanje mržnje koji se tiču medija i očigledno se bave pitanjem manjinskih grupa.⁸

Irska je jedna od zemalja koje se bave ne samo individualnim pravima već i pravima grupa. U svom Principu 8. pod naslovom “Podsticanje na mrž-

⁷Slobodan G. Marković, *Nekonsolidovana demokratija, sloboda medija u Srbiji*, str.58

⁸ <http://www.homeoffice.gov.uk/crime-victims/reducing-crime/hate-crime>; posećeno 11.04.2018

nju", citirano u izveštaju AIPCE – a, irski zakon navodi da novine i časopisi ne objavljuju materijale koji bi mogli da izazovu teški prekršaj podsticanja na mržnju na temu rase, vere, nacionalnosti, pola, seksualne orijentacije, materijalnog statusa, invaliditeta, bolesti ili godina.

Imajući u vidu sopstvenu tužnu istoriju etničkih konflikata, Bosna i Hercegovina je direktnija od drugih zemalja, pa u Članu 3. pod nazivom *Huškanje* etički Kodeks glasi: "Novinari će u svakom trenutku biti svijesni opasosti koja se javlja kada mediji govorom mržnje podstiču diskriminaciju i netoleranciju. Imajući u vidu takvu opasnost, novinari će dati sve od sebe kako ne bi huškali i/ili podsticali mržnju i /ili nejednakost na osnovu etičke pripadnosti, nacionalnosti, rase, religije, pola, seksualne orijentacije, fizičke onesposobljenosti ili mentalnog stanja."⁹

Kodeks novinara Srbije u odeljku IV *Odgovornost novinara* u Članu 6. kaže: "Novinar je dužan da poštuje i štiti prava i dostojanstvo dece, žrtava zločina, osoba sa hendikepom i drugih ugroženih grupa."¹⁰

Ali najveći broj regulatora kaže da nema nikakve obaveze da se direktno bori protiv diskriminacije. Zaštita i promocija manjina se tek u pojedinim zemljama reguliše na način kao što je to učinjeno u BiH. Bosanski regulator podseća EPRA na njenu odgovornost da: "... se Kodeks o radiodifuziji donosi kako bi se uskladio sa pravom na slobodu izražavanja kako je to predviđeno Evropskom konvencijom o ljudskim pravima, osnovnim slobodama i drugim instrumentima ugrađenim u Ustav Bosne i Hercegovine, uz poštovanje opšteprihvaćenih standarda pristojnosti, nediskriminacije, pravičnosti, tačnosti, zaštitu maloletnika i zaštitu privatnosti u svim vrstama programa.

Pored toga tu je i Član 4. Kodeksa: "Diskriminacija, koji se tiče govora mržnje, sa uslovom da radijske i televizijske stanice ne emituju sadržaje koji podstiču diskriminaciju i/ili nasilje zasnovano na etničkoj pripadnosti, pola i seksualne orijentacije".

U Velikoj Britaniji programski Kodeks je prilično skroman u poređenju sa prethodnim. Kod primenjivanja opšteprihvaćenih standarda, emiteri moraju osigurati da materijal koji može izazvati prekršaj bude opravdan kontekstom. Takav materijal može uključivati, ali nije obavezno, uvredljiv jezik, nasi-

⁹ Vijeće za štampu u Bosni i Hercegovini, Kodeks za štampu i online medije BiH http://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=9&lang=bs; posećeno 12.04.2018

¹⁰ http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinara_Srbije.pdf; posećeno 10.04.2014

lje, seks, seksualno nasilje, ponižavanje, stradanje, kršanje ljudskog dostojanstva, diskriminatorno postupanje ili jezik (npr. zbog starosti, invaliditeta, pola, rase, veroispovesti, verovanja i seksualne orijentacije)...

Tokom istraživanja¹¹, regulatorna tela su takođe postavljala pitanje poverenja u borbi protiv diskriminacije i/ ili promocije različitosti u pogledu zapošljavanja i/ ili pristupa profesijama u medijskoj industriji. Ogromna većina dala je negativan odgovor na ovo pitanje. Jedini regulator, koji izgleda da ima tu moć, je Kancelarija za komunikacije (Ofcom) u Velikoj Britaniji, koja ima dužnost prema Zakonu o komunikaciji iz 2003. godine za promovisanje jednakih mogućnosti u zapošljavanju u radiodifuziji. Odeljak 337 obavezuje Ofcom da u uslove za dozvole za radio stanice televizije (koji zahtevaju od emitera) uključida naprave aranžmane za promovisanje jednakih mogućnosti u zapošljavanju na osnovu pola, rase i invaliditeta. Od 1. aprila 2009. godine, Ofcom je inkorporirao Regulator za obuku i veštine emitovanja (BTSR) koji sada ima koregulativnu odgovornost za aranžmane za jednake mogućnosti. BTSR pruža smernice emiterima o dobrim praksama i prikuplja informacije o aranžmanima jednakih mogućnosti emitera putem godišnjeg procesa izveštavanja, a zatim objavljuje ove informacije u zbirnom izveštaju. Ovo je zasada ograničeno na promociju jednakih mogućnosti na radnom mestu. Šema je opisana na www.btsr.org.uk.

Prema IFJ-u, neophodno je pronaći nove načine uvođenja i ugradnje prvih principa novinarstva u kulturu savremenih medija. Jednostavno rečeno, kako ih IFJ pominje u svom izveštaju, ovi principi su:

1. "Trout Telling" - zavisnost od činjenične tačnosti, provere i provere...
2. Nezavisnost i pravičnost - priče koje su potpune, bez potiskivanja značajnih činjenica; nastojanja da izbegne pristrasnost; bez pežorativnih naziva...
3. Humannost i solidarnost – princip da se ne sme nanositi namerna šteta drugome, pokušavajući da se ta šteta minimizuje; pisanje otvorenog uma i promišljeno; uz dužno poštovanje prava javnosti i moralnog kvaliteta novinarstva samog po sebi.

Izveštaj i iskustvo Udruženja evropskih novinara (AEJ) takođe podvlači potrebu za same medijske organizacije i njihovi zaposleni novinari i prezen-

¹¹ https://www.coe.int/t/dg4/anti-discriminationcampaign/ressources/Training_toolbox/Media_Diversity_next_steps_en.pdf

teri, razvijaju interne kulture i prakse koje neguju aktivno opiranje diskriminaciji, u svakom pogledu.¹²

Posle Međunarodnog simpozijuma o novinarstvu i informisanosti koji je održan u oktobru 2009. godine u Palais de l'Europe (Strazbur), jasno je da postoji velika razlika i raznolikost u pristupu širom Evrope i u medijima zemalja članica .

Neke od njih su vrlo jasno postavljene u "Toolkit"¹³ Evropske radiodifuzne zajednice (EBU). Pa su i komercijalni mediji spremni da razmotre zalaganje za raznolikosti (etničke i socijalne). Svi se slažu i oko potrebe za daljnjem najbolje prakse kroz:

- postavljanje standarda i žalbenih mehanizama;
- obuku novinara i urednika;
- osiguranje lidera i mentora i
- uspostavljanje redovne razmene dostignutog.

BBC, na primer,(www.bbc.co.uk) ima *Diversity Centre* koji osigurava da BBC bude zakonski usklađen sa najnovijim zakonodavstvom protiv diskriminacije, a uspostavljanjem jasnih ciljeva i u pogledu zapošljavanja takvih kategorija BBC zaista prednjači na polju javnih servisa, pogotovo komercijalnih emitera.¹⁴

3. Jezik i pismo na javnim servisima RTS I RTV

Upotreba jezika i pisma na javnim servisima je regulisana *Zakonom o javnim medijskim servisima* čiji Član 9. glasi: "Javni medijski servis dužan je da u programima koristi srpski jezik, ćirilčno pismo i znakovni jezik kao oblik komunikacije gluvi i nagluvi osoba. Upotreba srpskog jezika nije obavezna u programu namenjenom pripadnicima nacionalnih manjina, ali se ovi programi mogu titlovati na srpski jezik."¹⁵

Nizak iznos naknade koja se preko EPS sistema naplaćuje od građana, pretpostavlja dalju zavisnost javnih medijskih servisa od budžetskih sredstava. Mali broj kanala dodeljenih javnim medijskim servisima, onemogućio im je

¹² https://www.coe.int/t/dg4/anti-discriminationcampaign/ressources/Training_toolbox/Media_Diversity_next_steps_en.pdf

¹³ http://fra.europa.eu/fraWebsite/press/materials_trainings/diversity: posećeno 14.04.2018

¹⁴ https://www.coe.int/t/dg4/anti-discrimination-campaign/ressources/Training_toolbox/Media_Diversity_next_steps_en.pdf

¹⁵ Sl. Glasnik RS", br.83/2014, 103/2015 i 108/2016

razvijanje regionalnih programa. Obe navedene nepovoljne okolnosti, doprinose činjenici da se teško može očekivati unapređenje obrazovnog, naučnog i drugih programa, uključujući i programe namenjene manjinama.

“Vlasti u Srbiji sufinansiraju medije čiji su osnivači saveti nacionalnih manjina ili raspoređuju sredstva medijskim sadržajima manjina na konkursima koji se raspisuju na državnom, pokrajinskom ili lokalnom nivou. Međutim, dok se politika podrške informisanju nacionalnih manjina u AP Vojvodini razvijala, pa su, pored starih manjinskih zajednica (mađarska, slovačka, rumunska, rusinska), u režim sufinansiranja medijskih kuća kojima su osnivači saveti nacionalnih manjina uvrštene i nove manjine (hrvatska, ukrajinska, bunjevačka, makedonska) u ostatku Srbije su donošene odluke koje su dovele do gašenja postojećih manjinskih medija ili medijskih sadržaja bugarske nacionalne manjine, a pritom su propala i nastojanja da se etabliraju medijske kuće na romskom, bosanskom i albanskom jeziku. U AP Vojvodini je evidentan problem nepostojanja ideja kako proizvode manjinskih medijskih kuća, izdavača novina, učiniti dostupnim većem broju korisnika u skladu sa tehničkim mogućnostima koje pruža digitalizacija zemaljskog signala ili korišćenje interneta.”¹⁶

Drugi program televizije Pokrajinskog medijskog javnog servisa svakodnevno (radnim danima) emituje informativne emisije, što uključuje centralnu informativnu emisiju u formi dnevnika na mađarskom, slovačkom, rumunskom, rusinskom i hrvatskom jeziku, dok se emisije na drugim jezicima emituju najčešće jednom sedmično, i to: *Ukrajinska panorama*, *Spektar* na bunjevačkom jeziku, *Makedonsko sonce* i *Luča* na crnogorskom jeziku. Pored toga, na jezicima većih ili tradicionalnih manjina emituju se i nedeljne informativne emisije, uglavnom pod nazivom *Dobro veče, Vojvodino*. Stare manjine, naročito mađarska nacionalna manjina imaju emisije o društvenoj problematici, poljoprivredi, sportu itd. Sličnu programsku šemu, ali razuđeniju, zahvaljujući postojanju više termina imaju i programi na Radio Novom Sadu.¹⁷

Republički medijski javni servis RTS, za sada ima emisiju *Građanin*. Emisije su kolažnog tipa i snimane su širom Srbije, svugde gde žive pripadnici manjina. U realizaciji učestvuju ekipe Informativnog programa i dopisništava Radio-televizije Srbije.

16 *Informisanje na jeziku nacionalnih manjina, Predlozi za nove politike – deceniju posle*, Centar za razvoj civilnog društva Zrenjanin 2017. str. 57

17 <http://cdcs.org.rs/wp-content/uploads/2017/06/Informisanje-na-jezicima-manjina.pdf>

Emisije ovog serijala su na srpskom jeziku i na jezicima manjina uz odgovarajući prevod, a emituju se utorkom od 14.00 na Prvom programu RTS-a, a reprize subotom od 16.30 na Drugom programu RTS-a. Urednik je Gordana Jakovljević.¹⁸

Radio Beograd 1 gde se emituje *Romano Them* emisija svakodnevno donosi najvažnije vesti iz zemlje i sveta na romskom i srpskom jeziku. Bavi se temama iz života Roma, prikazujući napore i mere koje se preduzimaju za emancipaciju i integraciju ove, najveće evropske manjinske zajednice. Prenosi aktuelnosti vezane za Rome i na specifičan način senzibilise javnost za probleme ove populacije. Termini subotom i nedeljom rezervisani su za prezentovanje viševjekovne romske kulture, tradicije i istorije. Slušaoci subotom mogu da čuju zanimljive feljtone o istoriji Roma kao što je "Šest vekova Roma u Beogradu", "Put Roma iz Indije do Evrope" ili odlomke o Romima u svetskoj književnosti kao i predstavljanje poznatih ličnosti koje imaju romsko poreklo, kao što su Čarli Čaplin, Jul Briner, Elvis Prisli, Ava Garner, Bronislava Vajs - Papuša, Đango Rajnhart i drugi...¹⁹ Naravno, svaka od emisija protkana je autentičnom romskom muzikom, kako sa ovih prostora, tako i iz čitavog sveta. Članovi redakcije su urednik: Branko Đurić i novinari: Gordana Nešović, Zorica Kubiček i Una Beriša.

"Važno je napomenuti i da je drugi Javni servis, odnosno RTV, imao veoma uravnotežen pristup političkim događajima do smene rukovodstva, da je obavljao misiju kritike društva i da su njegovi programi na manjinskim jezicima dobili posebne pohvale evropskih kolega."²⁰

Javni servisi ispunjavaju i zakonsku obavezu da proizvode i emituju programe namenjene i prilagođene osobama sa invaliditetom. U okviru tog programa emitovani su informativni, dečji, naučno-obrazovni, filmski program. O osobama sa invaliditetom najčešće se govori u specijalizovanim emisijama i tematskim priložima, a neretko i u okviru humanitarnih akcija i apela za pomoć.

Emisija o osobama sa invaliditetom *Mesto za nas* počela je sa emitovanjem krajem aprila 2011 petnaestodnevno na drugom programu RTS-a i prevedena je na srpski znakovni jezik. Urednici ovog programa su Milan Dobričić i Iva Omrčen, a novinari Hana Loos i Svetlana Labus, kao i brojna ekipa iz

¹⁸ <http://www.rts.rs/page/tv/sr/series/20/rts-1/636/gradjanin.html>

¹⁹ <http://www.rts.rs/page/radio/sr/series/23/radio-beograd-1/3558/romano-them.html>

²⁰ Marković, G. Slobodan, *Nekonsolidovana demokratija, sloboda medija u Srbiji*, str. 59

dopisništava RTS. Do sada je emitovano 167.epizoda. Emisija se bavi životom i problemima osoba sa invaliditetom. Dokumentarni sadržaji, intervjui i lične priče koji se emituju u emisiji, podstiču su da se sa zdravstvenim poteškoćama može živeti i postizati dobar rezultat, ali su i opomena društvu da o osobama s invaliditetom još ne brinemo dovoljno. Takođe, emisija se od samog početka trudila da izbegne stereotipe u izveštavanju o osobama sa invaliditetom, kao i da koristi pravilnu terminologiju u emisiji.

Ivanka Jovanović, Glavna i odgovorna urednica lista "Vesnik MD" piše onekim preporukama u vezi sa izveštavanjem o osobama sa invaliditetom kojih se pridržavaju autori spomenute emisije:

Primeri loše upotrebe jezika:

I "Medicinski govor"

- Invalid – Reč invalid potiče od latinske reči invalidus, što znači nejak, nemoćan, slaba, nevaljac. Primenjena u kontekstu invaliditeta ima negativne konotacije (...).
- Bolesnik, pacijent, slučaj – u svakodnevnom životu referisanje na osobe sa invaliditetom kao na bolesnike karakteriše celu gupu ljudi samo po tome što imaju određeni zdravstveni problem.

II "Dijagnostički govor"

- Paraplegičari, cerebralci... - identifikuje ljude samo po njihovim dijagnozama.
- Osobe sa posebnim potrebama - (...) iz ovoga proizilazi da osobe sa invaliditetom imaju neke specifične potrebe.

Adekvatni izrazi su bilo koji izrazi koji kombinuju ličnost i invalidnost, kao na primer:

- osoba sa invaliditetom / hendikepom;
- osoba sa distrofijom – a ne distrofičar/ka;
- osoba/lice sa kvadrilegijom;
- korisnik/ca invalidskih kolica;
- slepa/gluva osoba, po potrebi može i oštećenog vida/ sluha;
- osoba sa smetnjama u razvoju – a ne ometena u razvoju.

Drugim rečima, invalidnost se shvata kao društveni, a ne kao lični problem, budući da društvo ne pruža osobama sa invaliditetom, kao ni ostalim marginalizovanim grupama, podjednake šanse za normalan život bez

prepreka, već stvara zavisnost, predrasude, neznanje, nedostatak objektivnih uslova, izolovane porodice, siromaštvo, oduzima kontrolu nad ličnim životom, ne pruža adekvatne servise, dovodi do prezaštićenosti ili do potpune izolovanosti pojedinca sa određenim tipom invalidnosti.

Opšte preporuke:

- Nikada ne koristite stereotipe o osobama sa invaliditetom (...);
- Ne opisujte ljude sa invaliditetom kao super-ljude, heroje...(iako ima invaliditet, uspeo je/la je...).
- Ne pravite senzaciju od invaliditeta (...);
- Izbegavajte patetiku, suze, tužnu muziku...;
- Prvo istaknite da se radi o ljudima;
- Naglasite njihove mogućnosti;
- Pokažite ljude sa invaliditetom kao aktivne učesnike u društvu;
- Koristite tzv. Politički korektne termine;
- Izbegavajte podelu na "oni" i "mi";
- Izbegavajte nepotrebnu dodatnu stigmatizaciju (zamagljiivanje lica ukoliko postoji dozvola roditelja...);
- Ne radi se o humanosti, već o osnovnim ljudskim pravima!

Od 17. aprila 2016. godine, na Drugom programu Javnog servisa, počelo je emitovanje emisija sa prevodom na srpski znakovni jezik. Svake druge nedelje u 11 časova emituje se jedna polučasovna emisija iz redakcije Aktuelno-dokumentarnog programa, kao i emisija iz ukupne programske ponude Javnog servisa, prilagođene gluvim i nagluvim osobama koje koriste znakovni jezik. Popularne emisije kao što su Kvadratura kruga, Trag, Sasvim prirodno, Život i standardi, Veliki rat, iza kulisa, Profesionalci i druge, poznate su a pre ovog poduhvata bile su nepristupačne gluvoj populaciji. Ovo je bio još jedan korak na putu da Javni servis u što većoj meri prilagodi svoj program svakom gledaocu. Takođe, od 20. juna prošle godine sadržaj svakog izdanja "Dnevnika 2" dostupan je gluvim i nagluvim gledaocima (putem titla, u okviru teleteksta RTS-a), a već trinaest godina na Prvom programu RTS-a u 16 časova se emituju vesti na znakovnom jeziku, a u vanrednim situacijama i sve vesti i specijalizovane emisije. Najnovije domaće igrane serije RTS-apristupačne su gluvim i nagluvim osobama jer je Javni medijski servis gledaocima omogućio da, u okviru teleteksta RTS-a, aktiviraju funkciju "titl" (ukucavanjem broja 888). Redakcija školskog programa RTS-a godinama realizuje programe za gluve i nagluve osobe. Emisije *Malo mi malo vi* i *Znakopis. Malo mi, malo vi* je serija u

kojoj se susreću sličnosti i razlike u odrastanju naše dece sa posebnostima u razvoju, odrastanju i životu... Razmatra se tradicija i savremeni pristupi u obrazovanju prelamaju u životu dece i njihovih porodica, koji je najsigurniji put ka kvalitetnijem životu svih učenika sa invaliditetom i šta je to što mi kao društvo možemo da unapredimo? Kroz ove emisije vodićete nas malo vi, a vodićemo vas i malo mi. Posetićemo vas. Ohrabrićemo vas. Radovaćemo se vašim uspesima. Urednik: Kosovka Ivković Bobić²¹

RTS je realizovao i prvu domaću titlovanu igranu TV seriju "Mansarda".

RTS2 je jedini prikazivao sadržaje prilagođene slepim i slabovidim osobama: emitovan je filmski program koji je slepim i slabovidim osobama prilagođen putem audio deskripcije.

Emitovana je i dokumentarna emisija *Oni pomeraju granice* o našim sugrađanima sa Daunovim sindromom, prikazan je dokumentarac *Dan po dan* o retkim bolestima, a u produkciji RTS-a snimljene su i specijalne emisije *Deca leptiri*, o deci sa retkom bolešću – buloznom epidermolizom.

U junu 2017. godine, na Nacionalni dan donora, emitovana je dokumentarna emisiju *Najvažniji poziv u životu*. RTS je krajem 2016. godine emitovao i film *Posmatrači*, posvećen trgovini ljudima.

“Zakonom o javnim medijskim servisima propisana je obaveza RTS- a da obezbedi najmanje 10% godišnjeg programskog vremena ili najmanje 10% programskog budžeta za sadržaje proizvedene od strane nezavisnih produkcija. Kao primer, navodimo deo teksta javnog konkursa za izbor nezavisnih produkcija od 14.11. 2013. godine, u kome je eksplicitno navedeno da se produkcija odnosi na “radio i televizijske emisije informativnog, školskog, kulturnog, umetničkog, obrazovnog, verskog, dečjeg, zabavnog i sportskog, a zatim sadržaja posvećenog nacionalnim manjinama, etničkim grupama, kao i drugih sadržaja kojima se obezbeđuju prava i interesovanje građana”.²²

Jedna od emisija nezavisne produkcije, koja tretira probleme osoba sa invaliditetom je emisija *Nas je 10%* koja se emituje svake druge subote u 11h.

“ Kritička društvena teorija i studije kulture koje napadaju tlečiteljske odnose i bore se za društvenu ravnopravnost nužno su multikulturalističke i

²¹ <http://www.rts.rs/page/rts/sr/rtspredstavljaja/story/2641/skolski-program/2596409/malo-vi-malo-mi.html>

²² RTS: Tajni dosije javnog servisa/ urednik Milan Aksentijević, Prokuplje; Toplički centar za demokratiju i ljudska prava, Beograd, 2017, str. 44.

uvažavaju razlike, društvenu raznovrsnost i različitost. Ovde koristim termin "multikulturalistički" kao opšti koncept svih onih različitih intervencija u studijama kulture koje insistiraju na važnosti ispitivanja predstavljanja klase, roda, pola, etničke pripadnosti, potčinjenosti, kao i drugih fenomena koji su u prethodnim pristupima kulturi često bili pogrešno tumačeni ili ignorisani. Kritički multikulturalistički pristup, u mom konceptu, uključuje analizu dominacije i ugnjetavanja, načina delovanja stereotipa, otpora obeleženih i potlačenih grupa prema dominantnim predstavama, kao i borbe ovih grupa da sebe predstave u boljem svetlu, da se suprotstave dominantnim i iskrivljenim gledištima i stvore pozitivniju sliku o sebi. "Multikulturalistički" ovde, dakle, predstavlja opšti pojam za sve pokušaje odupiranja stereotipima, iskrivljenim predstavama i žigosanju, kojima je sklona dominantna kultura."²³

4. Zaključak

Očigledna je potreba društva za kritičkim stanovištem i artikulisanjem koncepta roda, klase, rase, etničke pripadnosti, seksualnosti ili pripadništva drugim alternativnim manjinskim grupama, kojim bi se objasnilo na koji način predstave ovih fenomena doprinose stvaranju novih identiteta u savremenim društvima. A pozitivne efekte društvene raznovrsnosti prvo su prepoznali mediji, krenuvši u susret ciljnoj grupi, a ostavljajući za sobom publiku u vidu potrošačke mase.

Literatura

Informisanje na jeziku nacionalnih manjina (2017), *Predlozi za nove politike – deceniju posle*, Centar za razvoj civilnog društva, Zrenjanin

Kelner, D. (2004), *Medijska kultura, Studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*, Beograd, Clio.

Marković, G. S. (2017), *Nekonsolidovana demokratija, sloboda medija u Srbiji*, RTS: Tajni dosije javnog servisa/ urednik Milan Aksentijević, Prokuplje; Toplički centar za demokratiju i ljudska prava, Beograd

Recommendation No (97) 21 of the Committee of Ministers on the Media and the Formation of Culture of Tolerance, Strasbourg, Council of Europe, October 1997.

²³ Daglas Kelner, *Medijska kultura, Studije kulture, identitet i politika između modernizma i postmodernizma*, Beograd, Clio, 2004, str. 161

Službeni Glasnik RS, br.83/2014, 103/2015 i 108/2016.

Todorović, A. L. (2014), *Interaktivna televizija*, Beograd, Clio.

Web izvori

<http://www.novinarska-skola.org.rs/sr/wp-content/uploads/2015/10/JAVNI-SERVISI-NISU-U-SLU%C5%BDBI-GRA%C4%90ANA.pdf>,

https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-cm-rec-2012-1-of-the-co

https://www.coe.int/t/dg4/antidiscriminationcampaign/ressources/Training_toolbox/Media_Diversity_next_steps_en.pdf

<http://www.homeoffice.gov.uk/crime-victims/reducing-crime/hate-crime>.

http://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=9&lang=bs.

http://www.savetzastampu.rs/doc/Kodeks_novinara_Srbije.pdf

https://www.coe.int/t/dg4/antidiscriminationcampaign/ressources/Training_toolbox/Media_Diversity_next_steps_en.pdf

http://fra.europa.eu/fraWebsite/press/materials_trainings/diversity:
posećeno 14.04.2018

<http://cdcs.org.rs/wp-content/uploads/2017/06/Informisanje-na-jezicima-manjina.pdf>

<http://www.rts.rs/page/tv/sr/series/20/rts-1/636/gradjanin.html>

UDK:316.774:323.1(=1:497.16)

MEDIJI I CRNOGORSKA NACIONALNA MANJINA U SRBIJI

MEDIA AND MONTENEGRIN NATIONAL MINORITY IN SERBIA

dr VOJISLAV TODOROVIĆ,
OŠ "Dušan Dugalić", Beograd

dr SLOBODAN VULETIĆ,
OŠ „Kosta Trifković“, Novi Sad

ĐORĐE ŽIVANOVIĆ,
OŠ "Dušan Dugalić", Beograd

Apstrakt: Razvoj i unapređenje kulture manjinskih naroda u evropskim državama u postmodernom vremenu zasigurno zavisi i od digitalizacije medija i načina prezentacije jezika, istorije i običaja nacionalnih manjina. Medijski diskurs jednog društva uključuje i manjinske zajednice, koje predstavljaju na neki način izražavanje kulturne samosvesti. Očuvanje identiteta nacionalnih manjina u Srbiji u direktnoj je vezi sa kulturnom politikom, slobodom medija i ekonomskim razvoikom. Određenje predmeta ovog rada je prikaz na koji se način crnogorska nacionalna manjina prikazuje i promoviše u medijima u Republici Srbiji. U centralnom delu rada kritički se osvrćemo na nacionalni savet crnogorske nacionalne manjine u Srbiji koji svoju prezentaciju vrši putem interneta, kao i drugih relevantnih medija koji promovišu crnogorsku nacionalnu manjinu. Takođe se u radu dotičemo teme kulturne raznolikosti i načina na koji se može izvoršiti unapređenje kulturnog života crnogorske nacionalne manjine na teritoriji Srbije (posebno u AP Vojvodini).

Ključne reči: Mediji, kultura, crnogorska nacionalna manjina

Abstract: The development and improvement of the culture of minority nations in European countries in post-modern times certainly depends on the digitalisation of the media and the way in which lan-

guages, history and customs of national minorities are presented. Media discourses of a society as well as minority communities in correlation represent a way of expressing cultural self-awareness. Preserving the identity of national minorities in Serbia is directly related to cultural policy, media freedom and economic development. The definition of the subject of this paper is an overview of how the Montenegrin national minority is shown and promoted in the media in the Republic of Serbia. In the central part of the paper, we critically look at the national council of the Montenegrin national minority in Serbia, who makes his presentation on the Internet, as well as other relevant media promoting the Montenegrin national minority. Also, we focus on the topic of cultural diversity and the way in which cultural life can be improved Montenegrin national minority in the territory of Serbia (especially in AP Vojvodina).

Key words: *Media, Culture, Montenegrin National Minority*

1. Uvod: Medijska i kulturna politika Republike Srbije i nacionalne manjine

Kada govorimo o modelu kulturne politike Republike Srbije u poslednjih 20 godina, moramo uzeti u obzir ideološki okvir koji prelazak iz neomarksističkog oblika ideologije početkom novog milenijuma, dovodi do tranzicione neoliberalne forme društvenog poretka, koji ima svoje posledice na *društvo/društva i kulturu/kulture*.

Etnički sukobi na Balkanskom poluostrvu koji su se dešavali 90-tih godina prošlog veka usloveli su da se kulturna politika Srbije sistematski urušava i da se vrši njena fragmentacija¹. Urušavanje i fragmentacija se mogu ogledati na polju na kom se kulturna politika Srbije promoviše i sprovodi u 2017. i tekućoj 2018. godini. Sve je manje finansijskih ulaganja u kulturu a kulturne potrebe stanovništva (većinskog i manjinskog) postoje bez obzira na ulaganja. Po popisu iz 2011. godine, na sajtu Vlade Republike Srbije stoji da:

¹ Bogoljub Šijaković u svom delu „*Kritika balkanističkog diskursa: prilog fenomenologiji*“ drugosti“ *Balkana*, iznosi svoju tezu da etnički sukobi na našim prostorima ostavljaju dubok trag na kulturni život naroda bivše Jugoslavije i samim tim usporavaju razvoj kulturne politike, stvarajući stereotip o Balkanu kao problematičnoj sredini na kojoj se ne usvajaju kulturne vrednosti drugih naroda.

Srba ima 5.988.150, Crnogoraca 38.527, Albanaca 5.809, Bošnjaka 145.278, Bugara 18.543, Bunjevaca 16.706, Vlaha 35.330, Goranaca 7.767, Jugoslovena 23.303, Mađara 253.899, Makedonaca 22.755, Muslimana 22.301, Nemaca 4.064, Roma 147.604, Rumuna 29.332, Rusa 3.247, Rusina 14.246, Slovaka 52.750, Slovenaca 4.033, Ukrajinaca 4.903, Hrvata 57.900, i ostalih 17.558.² Takođe se na sajtu navodi da u Srbiji postoji 21 etnička zajednica, čija brojnost prelazi dve hiljade pripadnika. Potreba svih nacionalnih manjina je da svoje kulturološke potrebe izražavaju putem medija. Mediji imaju potencijal da plasiraju kulturu drugih, prema univerzalnom etičkom modelu modernog sveta.

Kada govorimo o etičkom odnosu medija prema nacionalnim manjinama³ kojih u Republici Srbiji ima kao 21 registrovana etnička zajednica, mediji nacionalnih manjina imaju sledeće aspekte:

- simbolički aspekt manjinskih medija, koji može da deluje kao izraz određenog *identiteta*;
- pored toga što su mediji sredstvo izražavanja određenog identiteta, oni su i sredstvo širenja *običaja, tradicije, kulture i istorije* nacionalnih zajednica;
- konačno, manjinski mediji mogu biti uslov za *puno i efikasno učešće pripadnika nacionalnih zajednica u svim sferama javnog života*, kako na lokalnom tako i nanacionalnom nivou.⁴

Opstanak identiteta nacionalnih manjina u sadašnjim društvenim okolnostima zavisi i od *političkih okolnosti*, iz kojih proizilazi kulturna politika, zatim od *nivoa slobode medija, ekonomskih faktora i integracije* ka evropskim društvima. Aleksandar V. Černov (2007) u svom delu *Traganje za kulturnim identitetom-faktor medija*, upravo poistovećuje način na koji se stvarnost u socijalnim okolnostima treba sprovesti sa medija, posmatrajući kulturnu politiku kao temelj povezivanja raličitih kulturnih formi. Černov navodi da mediji ne održavaju realnost, već je prezentuju i predstavljaju, a glavni cilj medijskog obrazovanja je “denaturalizacija” medija, kao i da je medijsko obrazovanje uvek istraživački proces⁵. Širenje kulture nacionalnih manjina najviše će zavisiti od

² Izvor: <http://www.srbija.gov.rs/pages/article.php?id=41>, datum posete 21.02.2018.

³ Isto.

⁴ Ombudsman, (2010). Manjinski Mediji u Vojvodini, *Pokrajinski ombudsman Oblast zaštite prava nacionalnih manjina* str.2.

⁵ Černov, A. V., & Milošević, Z. (2007). *Traganje za kulturnim identitetom-faktor medija*. Promej, str. 48

očuvanja kulturne raznolikosti, gde vodeću ulogu igra ekonomija kulturne politike. Kulturna raznolikost jedino može opstati kulturnim povezivanjem. U svom delu *Ekonomika kulturne politike* Dejvid Trozbi (David Throsby, 2012)) navodi da nijedna vrsta ne postoji izolovano, kao ni njihove kulture. Ako su vrste izolovane jedna od druge, prestanu da se razvijaju i umiru, a isto se događa i sa kulturama⁶. Proširenje kulture jednog naroda zavisi u današnjem vremenu i od digitalizacije samih medija, njihove dostupnostii u manjim mestima koja nisu na ekonomskom razvojnom nivou kao veći gradovi.

Razvojem novih medija, prvenstveno interneta, šire se kultura, običaji kao i poznavanje istorije jedne nacije, u ovom slučaju *crnogorske nacionalne manjine u Srbiji*. Takođe, putem novih medija vrši se očuvanje nacionalnog identiteta, promocijom kvalitetnog sadržaja vezanog za običaje, kulturu i istoriju jednog naroda. Možemo postaviti sledeće pitanje: koliko ekonomska moć jednog društva utiče na kvalitet i održanje kulture nacionalnih manjina u odnosu na medije? Takođe, pitamo se kakva je uloga kulturne politike Srbije prema ovom pitanju?

Možemo konstatovati da utiče, kao i da je kulturna politika države u uskoj vezi sa ekonomskim razvojem. U pokušaju da odgovorimo na ova pitanja razmotrićemo sledeće ekonomske uticaje na razvoj medija nacionalnih manjina u to na: *lokalnom, regionalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou*⁷

Na lokalnom nivou, pomoć i finansiranje medija koje poromovišu kulturu nacionalnih manjina mogu vršiti *mala preduzeća* iz tih sredina, razne vrste organizacija. Takođe lokalne samouprave mogu putem turizma i turistističkih atrakcija u vidu istorijskih lokaliteta privući određenu finansijsku dobit za razvoj lokalnih medija i promociju kulture.

Na regionalnom nivou može se vršiti *razmena kulturnog sadržaja* između samih nacionalnih manjina putem medija (naročito u AP Vojvodini). U pogledu na nacionalni nivo, strategija poboljšanja funkcionisanja medija nacionalnih manjina išla bi u pravcu što bolje saradnje sa Ministarstvom kulture Republike Srbije, i učestvovanjem u projektima Vlade Republike Srbije za polji položaj nacionalnih manjina.

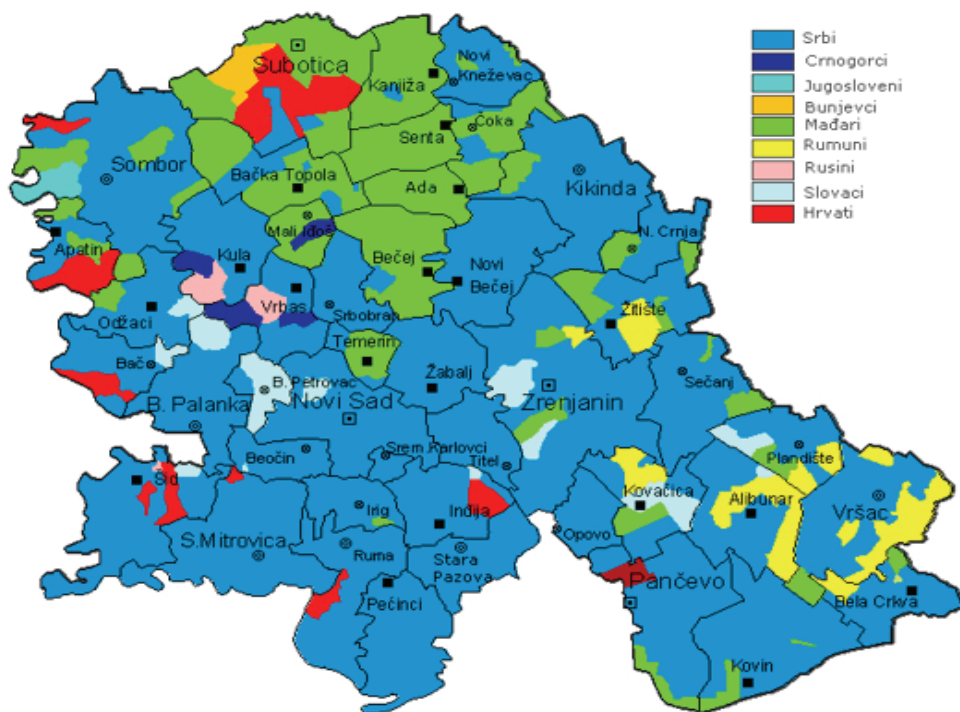
Međunarodni nivo bi podrazumevao da se Ministarstvo spoljnih poslova Crne Gore više interesuje za potreba crnogorske nacionalne manjine u Srbiji i njihovim potrebama za što bolju promociju kulturnih vrednosti.

⁶ Trozbi, D. (2012): *Ekonomika kulturne politike*. Beograd: Clio, str.165.

⁷ Isto. str. 149.

2. Kultura crnogorske nacionalne manjine u medijima

Crnogorska nacionalna manjina u je najbrojnija na severu Republike Srbije, odnosno u Vojvodini. U tom delu zemlje održava se bogat kulturni život. Tokom 2017. godine KUD "Njegoš" sa Cetinja je povodom 110 godina osnivanja posetio mesta u Vojvodini. „Crnogorci su pokazali da nijesu samo veliki ratnici i vojskovođe već i vrhunski umjetnici. Na pet koncerata prisustvovalo je blizu 2.000 gledalaca, a to je pokazatelj da je kultura najplodonosniji način za okupljanje Crnogoraca u Srbiji“, istakao je predsednik Nacionalnog savjeta crnogorske nacionalne manjine u Srbiji, Miodrag Becić⁸.



Slika 1. Lokacije crnogorske nacionalne manjine u AP Vojvodini

Osim toga, internet je od velike važnosti za prezentaciju kulture nacionalnih manjina. Osnovni set ljudskih prava koji se odnosi na internet uključuje privatnost, slobodu izražavanja, pravo na dobijanje informacija, različita prava koja štite kulturnu, jezičku i manjinsku raznolikost i pravo na obrazovanje.⁹

⁸ Izvor: <https://www.mne.rs/info/389-gostovanje-kud-njegosa-sa-cetinja> datum posete 13.4.2018.

⁹ Kurbalija, J. (2011): Uvod u upravljanje internetom. *Beograd: Albatros Plus*, str.133.

U medijima u Srbiji koji prezentuju crnogorsku nacionalnu manjinu možemo izdvojiti sajt *Nacionalnog savjeta crnogorske nacionalne manjine*¹⁰, koji je upisan u registar nacionalnih savetana osnovu rešenja Ministarstva za ljudska i manjinska prava. Sajt je dobro dizajniran, bogato osmišljen.



Slika 2. Sajt Nacionalnog savjeta crnogorske nacionalne manjine

Profil sajta sadrži organizacionu strukturu saveta, gde se navode imena predsednika, podpredsednika, članova izvršnog odbora, članova nacionalnog saveta, kao i članova odbora za kulturu, obrazovanje, informisanje, službenu upotrebu pisma i jezika. U okviru profila se takođe nalaze i praznici Nacionalnog saveta crnogorske nacionalne manjine u Republici Srbiji. Izdvaja se 26.oktobar, kao dan kada je osnovan Nacionalni savjet crnogorske nacionalne manjine, zatim 21. maj Dan nezavisnosti Crne Gore, kao i 13. jul Dan državnosti Crne Gore¹¹.

¹⁰ Konstitutivna sjednica Nacionalnog savjeta crnogorske nacionalne manjine održana je 18.11.2014. god. u Beogradu.Rešenjem Ministarstva za ljudska i manjinska prava Republike Srbije broj: 90-00-00127/2014-15 od 22.12.2014. godine Nacionalni savjet crnogorske nacionalne manjine je upisan u registar nacionalnih saveta.

¹¹ Dan nezavisnosti se slavi u čast 21. maja 2006. godine kada su građani Crne Gore na istorijskom referendumu obnovili svoju državnu nezavisnost. Dan državnosti se slavi u čast 13. jula 1878. godine kada su velike sile na Berlinskom kongresu priznale državu Crnu Goru i na 13. jul 1941. godine kada je u Crnoj Gori počeo opštenarodni ustanak protiv fašističkog terora.Kao dan osnivanja Nacionalnog savjeta se praznuje 26. oktobar kada je 2014. godine u Beogradu, u Skupštini Republike Srbije, na elektorskoj skupštini izabrano dvadeset i tri člana Nacionalnog savjeta crnogorske nacionalne manjine. Izvor: <https://www.mne.rs/profil/praznici-nscnm>, datum posete 01.04.2018.

Zatim se u dokumentima sajta nalazi *Statut nacionalnog savjeta crnogorske nacionalne manjine*, kao i *Rešenje o upisu u registar nacionalnih savjeta*. Na sajtu se nalazi odeljak veza za kontakt osoba iz nacionalnog saveta kao i adresa na kojoj se nalazi. Najbogatiji deo sajta je svakako info deo, gde se nalaze novosti i saopštenja vezana za nacionalni savet, uglavnom su vesti vezane za sednice nacionalnog saveta, kao i saopštenja vezane za kulturna dešavanja crnogorske nacionalne manjine.

Ono što je možda i najveća vrednost sajta je odeljak sa video zapisima gde se nalaze uglavnom sve epizode emisije *Luča*, Televizijska emisija posvećena crnogorskoj nacionalnoj zajednici i emituje se na drugom programu RTV od 26. oktobra 2015. U velikom broju emisijama prikazani brojni kulturni događaji koje je organizovao Nacionalni Savjet. U emisiji se obrađuju profile najpoznatijih crnogorskih umetnika, projekata koji su vezani za crnogorsku nacionalnu manjinu. Takođe na sajtu se u okviru info dela nalaze i radio emisije vezane za crnogorsku nacionalnu zajednicu u Srbiji. Radio emisija nosi naziv *Crnogorska nedelja*, a Prvom programu Radio Novog Sada - RTV od 3. maja 2016. utorkom u 22.30 h.

Takođe sajt nudi veliki broj linkova koji su vezani za ministarstva vlade Republike Srbije i Republike Crne Gore. Ono što možemo zapaziti u okviru sajta je da ne postoji podaci o istoriji crnogorskog naroda u Srbiji, načinu na koji se baštinila njegova kultura kao i vrlo malo podataka vezano za obrazovni sistem crnogorske nacionalne manjine. Možemo konstatovati da bi geografski opis regija u Srbiji u kojoj žive Crnogorci trebalo da bude detaljniji jer ne postoje mape Republike Srbije i mape AP Vojvodine kao i lokacije gde se nalazi crnogorska nacionalna manjina. U pravcu razvoja crnogorske kulture u Srbiji veliku ulogu igra i otvaranje Crnogorske biblioteke i čitaonice u Lovćenju. Vršeći kvalitativnu analizu dnevne štampe u Srbiji pronalazimo par interesantnih naslova o odnosu države Crne Gore prema crnogorskoj nacionalnoj manjini u Srbiji.

Tako dnevni list *Politika* u naslovu od 04.02.2017. godine pod naslovom *Crnogorski premijer posetio Lovćenac i Novi Sad*, daje primer međunarodne saradnje dve države u cilju boljeg položaja crnogorske nacionalne manjine u Srbiji.

Da dve države imaju dobru strategiju na međunarodnom nivou prikazuje i televizija N1 u prilogu pod naslovom *Premijer Crne Gore zadovoljan pravima crnogoraca u Srbiji* gde premijer Crne Gore Duško Marović izjavio sledeće: "Raduje me činjenica da se na svim nivoima vlasti posvećeno radi na održava-

nju postojećih prava, ali i na daljem unapređivanju položaja crnogorske nacionalne manjine”¹².

Smatramo da bi ovakve poruke trebalo da se češće upućuju imajući u vidu zajedničku prošlost i institucionalnost koju su gradili do prestanka funkcionisanja Zajednice Srbije i Crne Gore (SCG) koja je trajala od 4. februara 2003. do 21. maja 2006. kada je Crna Gora na referendumu izglasala nezavisnost. Iako je tada došlo do političkog razlaza, istorijske i kulturne veze Srbije i Crne Gore ne mogu se svesti na odnos većina-manjina jer kada se bolje sagleda nisu tako jednostavne.

Brojni umetnici, naučnici i stvaraoci kao što su Borislav Pečić, Janko Vukotić, Borka Pavićević, Petar Lubarda, Ljubomir Tadić, Mihajlo Lalić, Milovan Đilas, Marina Abramović i mnogi drugi, ostavili su dubok kulturni trag koji istorija prepoznaje kao snažan crnogorski autorski pečat o kojem bi i mediji mogli više govoriti jačajući kulturne veze naroda.

3. Značaj medijsko-kulturološke raznolikosti crnogorske i drugih nacionalnih manjina u Srbiji

Ovaj značaj se ogleda kroz teoriju masovnih informacija i ukazuje na koji način bi trebalo plasirati poruke sa medija koje pripadaju nacionalnim manjinama. Naime, trebalo bi poštovati opšti okvir, da se plasiranjem poruka ostvari komunikacija sa što više društvenih grupa. U tom smislu, prvenstveno bi za kulturu crnogorske nacionalne manjine bilo dobro da se putem medija umrežava sa ostalim lokalnim zajednicama koje promovišu svoje nasleđe putem masovnih medija. “Cilj je naime da se intervencijama komunikatora interpretativno zahvati i širi kontekst događaja kako bi se razotkrila mnogodimenzionalnost zbivanja, i tako na temelju faktičkog, činjeničnog jezgra, izvela i njegova interpretativno-vrednosna nadogradnja”.¹³

Diskurs medija odrediće i način interpretacija poruka. Uzimamo na primer primaoca tih poruka, koji potpuno drugačije tumači poruke nego onaj ko ih plasira. Dobru obradu tumačenja informativnog događaja daje Toma Đorđević u knjizi *Teorija informacija*. Prema njegovoj teoriji o interpretativnoj

¹²<http://rs.n1info.com/a225918/Vesti/Vesti/Premijer-Crne-Gore-zadovoljan-pravima-Crnogoraca-u-Srbiji.html>, datum posete 09.04.2018.

¹³Đorđević, T. (1979): *Teorija informacija: Teorija masovnih komunikacija*. Partizanska knjiga, OOUR Izdavačko-publicistička delatnost Beograd, str.25.

dimenziji u strukturi plasiranje poruka sa medija koji bi prezentovali crnogorsku nacionalnu manjinu u Srbiji moralo bi biti sistematsko i usmereno.

Zbog zasićenosti masmedijskog prostora, te poruke u svom jezgru moraju da sadrže činjenično stanje bez upliva u druge društvene okolnosti (zaustavljanje sadržaja koji utiču na smanjenja kulturnih vrednosti). Uzimamo prvenstveno činjenicu o načinu na koji se plasira komercijalni i zabavni sadržaj u medijima. Treba se osvrnuti na društvene događaje koji svakodnevno dotiču običnog recipijenta, a to su socijalno, ekonomska i politička pitanja. Svako ko prati društvene događaje putem medija biće zasut porukama iz ovih oblasti, tako da i to utiče na tumačenje poruka koje dolaze od lokalnih zajednica koje se trude da obezbede tumačenje njihovih poruka u medijima.

Kulturološki posmatrano, nisu svi upoznati sa kulturom crnogorske nacionalne manjine kao i drugih manjina u Srbiji. Poruka zato treba da zaobiđe apstraktnost određenih tema kao i da psihološki bude prilagodiva svim onima koji sa njom stupaju u kontakt. Svi ovi faktori objedinjeni mogu dovesti da mediji nacionalnih manjina budu što popularniji, da njih prihvataju različite društvene grupe.

4. Zaključak

Možemo kao dobar primer zajedničke saradnje dve države navesti *Konkurs za sufinansiranje naučne i tehnološke saradnje između dve države*, koje su raspisali Ministarstvo nauke Crne Gore i Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Srbije ujedinjujući snage na polju jačanja kreativnih dometa pojedinaca i grupa.

U ovom pravcu treba da ide i strategija za kulturnu saradnju dve države u cilju pronalaženja modela za što bolju razmenu informacija putem medija o potrebama različitih kulturoloških grupa.

Dobar primer u kulturnoj saradnji dve zemlje predstavlja i sastanak na nivou Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije¹⁴ i Ministarstva kulture Crne Gore iz marta 2018. godine gde je razmatrano potpisivanje memorandum o međusobnoj kulturnoj saradnji u period od narednih 10 godina. Saradnja bi se ogledala u sektoru zaštite lokaliteta kulturnog nasleđa, unapređena saradnja između Centra za konzervaciju i arheologiju Crne Gore i Republičkog zavoda za zaštitu spomenika kulture i to kroz razmenu, odnosno

¹⁴ Izvor: <http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/vukosavljevic-i-bogdanovic-dobri-odnos-srbije-i-crne-gore>, datum posete 12.04.2018

digitalizaciju projektne dokumentacije za kulturna dobra koja se nalaze u Zavodu.¹⁵

Takođe se kroz projekat *Kreativna Evropa (Media)* ostvaruju i određeni ciljevi na polju saradnje, a deo ovog projekta čini i Srbija. Jedan od ciljeva Media potprograma je:

- Jačanje evropskog audiovizuelnog i multimedijalnog sektora naglašavajući evropski identitet, nasleđe i kulturnu raznolikost;
- Veća prisutnost evropskih audiovizuelnih dela na međunarodnom tržištu;
- Jačanje i podsticanje inovativnosti i konkurentnosti evropskog audiovizuelnog sektora.¹⁶

Upravo su reči kulturna raznolikost u komunikološkom naučnom okviru one koje kriju potrebu da se što više radi na promociji i razvoju crnogorske nacionalne manjine u Srbiji, gde se zauzvrat razvija i samosvest građana Srbije o značaju multikulturalnosti u medijima. Smatramo da bi crnogorska nacionalna manjina trebalo da ima znatno više prostora u medijima kao što je televizija i radio, nego što to ima danas, jer su Crnogorci u Srbiji vredan i odgovoran narod koji, posebno u Vojvodini ima dosta mešovitih brakova sa pripadnicima mađarske nacionalne manjine. Zato bi trebalo da se diskurs medijsko-kulturološkoj raznolikosti u Srbiji i Vojvodini sagleda i iz ugla međudnosa drugih nacionalnih manjina što će biti predmet naših budućih istraživanja.

Literatura

Černov, A. V., Milošević, Z. (2007). Traganje za kulturnim identitetom-faktor medija. Novi Sad: Prometej

Kurbalija, J. (2011). Uvod u upravljanje internetom. *Beograd: Albatros Plus.*

Ombudsman: (2010). Manjinski Mediji u Vojvodini.

Пралица, Д. (2015). Језик мржње у саопштењима политичких партија у Србији. *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду, 40(2), 81-94.*

Stojkovic, B. (2008). Evropski kulturni identitet. *Belgrade: Sluzbeni glasnik.*

¹⁵ Isto.

¹⁶ Izvor: <http://media.kreativnaevropa.rs/>, datum posete, 12.04.2018.

- Đorđević, T. (1979). *Teorija informacija: Teorija masovnih komunikacija*. Partizanska knjiga, OOUR Izdavačko-publicistička delatnost Beograd.
- Trozbi, D. (2012). *Ekonomika kulturne politike*. Beograd: Clio.
- Šijaković, B: (2009). *Kritika balkanističkog diskursa: prilog fenomenologiji" drugosti" Balkana*. Službeni glasnik.

Web izvori

- <https://www.mne.rs/>
- <https://www.portalnovosti.com/medijski-monokulturalizam>
- <http://www.uns.org.rs/desk/media-news/55180/skup-mediji-na-jezicima-manjina-u-velikim-problemima.html>
- <https://www.portalnovosti.com/medijski-monokulturalizam>
- <http://www.politika.rs/scc/clanak/373593/Crnogorski-premijer-posetio-Lovcenac-i-Novu-Sad>
- <http://rs.n1info.com/a225918/Vesti/Vesti/Premijer-Crne-Gore-zadovoljan-pravima-Crnogoraca-u-Srbiji.html>
- <https://www.blic.rs/vesti/drustvo/jos-jedna-opstina-u-srbiji-bi-mogla-da-ima-crnogorski-jezik-u-sluzbenoj-upotrebi/qk0w771>
- <http://www.srbija.gov.rs/pages/article.php?id=41>
- <http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/vukosavljevic-i-bogdanovic:-dobri-odnos-srbije-i-crne-gore>
- <http://www.kreativnaevropa.rs/>
- <http://media.kreativnaevropa.rs/>

UDK:316.774:323.1(497.6)

**(MULTI)KULTURALIZAM I SEGREGATIVNO IZVJEŠTAVANJE
BOSANSKOHERCEGOVAČKIH MEDIJA**

**(MULTI)CULTURALISM AND SEGREGATIONAL REPORTING IN THE
MEDIA IN BOSNIA AND HERZEGOVINA**

MA SANJIN HANDŽAR, viši asistent
Fakultet humanističkih nauka, Univerzitet Džemal Bijedić u Mostaru

MA AMNA MEHMEDOVIĆ, viša asistentica
Fakultet humanističkih nauka, Univerzitet Džemal Bijedić u Mostaru

dr SEMINA AJVAZ, docent
Fakultet humanističkih nauka, Univerzitet Džemal Bijedić u Mostaru

***Apstrakt:** Masovni mediji učestvuju, bilo kao inicijatori, bilo kao katalizatori u različitim organizovanim društvenim akcijama. Mediji čuvaju i nameću društvene i moralne norme, razvijaju pluralizam i demokratske vrijednosti. Međutim, ovakav koncept medija nije aplikativan na masovne medije u Bosni i Hercegovini budući da je Ustavom BiH nadležnost iz domena medija i informisanja pripala entitetima što je za posljedicu imalo nemogućnost uspostavljanja jedinstvenog zakona o medijima, kao i osnivanje jedne državne radiotelevizije. Iz ovog proizilazi da je segregacija bosanskohercegovačkog medijskog prostora izvršena već u samom konceptu najvišeg državnog pravnog akta. Ustavom BiH izvršena je i diskriminacija nacionalnih manjina, jer se u njegovoj preambuli navodi da Bošnjaci, Hrvati i Srbi, kao konstitutivni narodi (u zajednici s ostalima), i građani Bosne i Hercegovine utvrđuju Ustav Bosne i Hercegovine. Nejasno je ko su pripadnici „ostalih“, koji žive u sjeni tri konstitutivna naroda.*

Medijska praksa se zaista podudara sa teorijom najvišeg pravnog akta, pa tako na državnom radio-televizijskom servisu ne postoji specijalizirana emisija koja izričito pokriva teme o manjinama, nego se isključivo

vo zastupaju interesi tri konstitutivna naroda. U skladu sa zakonskim obavezama, Konvencijom o ljudskim pravima, Konvencijom o pravima djeteta, Kodeksom za novinare ali i sopstoenim etičkim normama, mediji su obavezni izvoještavati i promovisatiprava manjina. Međutim, televizijske stanice koje se nalaze u registru Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) ne nude emisije koje promovišu dimenziju istinske multikulturalnosti Bosne i Hercegovine i razvoja duh demokratije kroz promociju prava manjina, odnosno prava takozvanih ostalih. (Ne)znatno optimističniju sliku o distribuciji medijskog sadržaja koji ekskluzivno promoviše multikulturalizam i prava manjina nude radio stanice i štampani mediji.

Ključne riječi: Multikulturalizam, mediji, segregacija, manjine, diskriminacija

Abstract: Mass media are partaking in various organized social actions, whether as initiators or catalysts. The media are preserving and imposing social and moral norms, developing pluralism and democratic values. However, such concept of the media does not apply to mass media in Bosnia and Herzegovina given that, according to the BiH Constitution, all jurisdiction related to media and informedness governed at the entity level, the consequence of which is inability to establish the unique law on the media, as well as establishing a single national radio and television. Therefore, it seems likely that the segregation of the media realm in Bosnia and Herzegovina has been enacted at the very concept of the most supreme state act. The BiH Constitution also discriminates against ethnic minorities, given that its preamble states that the Bosniacs, Croats and Serbs, as constituent peoples (in union with others), and citizens of Bosnia and Herzegovina determine the Constitution of Bosnia and Herzegovina. It is left unclear as to who are the members of the "others", that live in the shadow of three constituent peoples.

The media practice truly correlates with the theory of the highest legal act, hence the national radio-television broadcasting service does not feature a specialized show that specifically covers minority related subjects; to the contrary, only the interests of the three constituent peoples are covered. In accordance with their legal obligations, the Convention on Human Rights, Convention of Children's Rights, Journa-

listic etiquette but also their own ethical standards, the media are obliged to report and promote the rights of minorities. However, television stations that are registered with the Regulatory Agency for Communications (RAK) do not feature shows that promote true dimension of multiculturalism of Bosnia and Herzegovina and develop the spirit of democracy through promoting minorities' rights, i.e. rights of the "others". Somewhat more optimistic is portrayal of media content featuring multiculturalism and minorities' rights on radio and in print media.

Key words: *Multiculturalism, Media, Segregation, Minorities, Discrimination*

1. Uvod

Po svojoj strukturi, segmentima koji ih obilježavaju i njihovim učincima, medije definišemo kao sredstava informisanja, ali i kao kreatore društvene scene. U tom kontestu možemo kazati da oni direktno ili indirektno utječu na kreiranje stavova i mišljenja širokih masa, bez obzira da li javnost izvještavaju o političkoj sceni, ekonomskoj situaciji, kulturnim događaja i sl. Osim što ih definišemo kao kreatore javnih mišljenja i sredstava informisanja, mediji u svojoj definiciji sadrže edukativnu i konotoaciju društvene odgovornosti. Kao takvi imaju obavezu da plasiraju sadržaje koji se odnose na različite etničke i nacionalne skupine određene društvene zajednice, i to bez predrasuda i segregacija. Mediji su platforma putem koje bi se javnost trebala educirati, informisati i zabavljati, ali i upoznavati sa stilom života manjina, njihovim problemima i običajima. To je jedini način da se široka javnost upozna sa kultura ma određenih grupa s kojima se ne susreće svakodnevno.

U kontekstu izvještavanja o manjinama, iako su u teoriji propisane regulative izvještavanja o istima, kada je riječ o bosanskohercegovačkim medijima praksa pokazuje da su rijetki oni koji se pridržavaju propisanih zakona. Mnogi pokazatelji upućuju na činjenicu da manjine nisu dovoljno zastupljene u medijima. Vrlo je mali broj medija koji svojim djelovanjem nisu napravili „granicu“ između većine i manjine, gdje manjine prezentiraju diskriminirano i stereotipno. Osim što rijetko izvještavaju, mediji ne pridaju važnost otkrivanju uzroka diskriminacije i smanjivanju segregacije pri izvještavanju o manjinama. Shodno tome, važno je naglasiti da se novinarstvo kao profesija treba zasnivati na moralnim i etičkim načelima, jer je to jedini način za ostvarivanje profesio-

nalizma i zadovoljavanja informativnih potreba svake individue jednog društva. Međutim, u bosanskohercegovačkim medijima, a možemo reći i šire izvještavanje o manjinama najčešće nosi negativnu konotaciju. Ovakvi stavovi ogledaju se u senzacionalističkom načinu izvještavanja i pokušaju privlačenja pažnje javnosti kako bi se ostvarili uspješniji rezultati čitanosti ili gledanosti. Takav stil izvještavanja utječe na stvaranje predrasuda i stereotipa o manjinama.

2. Manjine na marginama

Za pojam manjina ne postoji univerzalna i međunarodno prihvaćena definicija. Mnogi autori predlagali su različita objašnjenja kojima bi definisale nacionalne manjine, ali nijedna nije općeprihvaćena. „Parlamentarna skupština Vijeća Europe ponudila je u svojoj Preporuci 1201 (1993.) neformalnu definiciju nacionalne manjine radi primjene Europske konvencije o ljudskim pravima. Prema članku 1. izraz ‘nacionalna manjina’ odnosi se na grupu osoba u državi koje:

- a) prebivaju na teritoriju te države i njezini su državljani;
- b) održavaju dugotrajne, čvrste i postojeane veze s tom državom;
- c) pokazuju distinktivna etnička, kulturna, vjerska ili jezična obilježja;
- d) dovoljno su reprezentativne, mada su malobrojnije od ostatka stanovništva države ili njezine regije;
- e) motivirane su brigom da zajedno sačuvaju ono što konstituira njihov zajednički identitet, uključujući njihovu kulturu, tradiciju, vjeru i jezik“ (Mesić, 2013:112).

Hrvatska enciklopedija nacionalne manjine definiše se kao „skupinu stanovnika jedne države koja se po svojoj etničkoj pripadnosti razlikuje od većine stanovništva te države“¹, dok je Asbjorn Eide predložio jednostavnu opisnu definiciju nacionalne manjine kao “grupe osoba u nekoj suverenoj državi koja predstavlja manje od polovice njezina stanovništva, čiji članovi imaju zajednička etnička, vjerska ili jezična obilježja koja ih razlikuju od ostatka stanovništva” (Mesić, 2013:112).

Kada je riječ o manjinama u Bosni i Hercegovini registrovano ih je 17, i to: „Albanci, Crnogorci, Česi, Italijani, Jevreji, Mađari, Makedonci, Nijemci, Poljaci, Romi, Rumuni, Rusi, Rusini, Slovaci, Slovenci, Turci i Ukrajinci. Ubjeđljivo najbrojnija nacionalna manjima su Romi, ali se procjene o njihovom bro-

¹<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18519>, (datum pristupa: 20.4.2018., 17:45)

ju kreću od devet hiljada, koliko ih je bilo po popisu iz 1991, do 80.000 koliko tvrdi Romski informativni centar iz Sarajeva.”² U prethodno navedenim definicijama manjine se opisuju kao grupa stanovnika/osoba na određenom prostoru koje se na neki način razlikuju od ostalih članova tog društva. Možemo kazati da kada je riječ o medijskom izvještavanju manjinama treba pružiti pravo na informiranost. Nažalost, u bosanskohercegovačkom medijima zastupljeno je vrlo malo sadržaja posvećenih manjinama. U većini plasiranih sadržaja, manjine su prikazane sa predrasudama ili kao negativna pojava u društvu. Cottle ističe da su „manjine nedovoljno zastupljene, prikazane su stereotipno i dominantno kroz izvještavanje o društvenim problemima, dok se u medijima ne tematizira širi društveni kontekst i uzroci nejednakosti i diskriminacije“ (Cottle, 2000:2–8).

Govoreći o pravima manjina u kontekstu medijskog izvještavanja, zakon u Bosni i Hercegovini nalaže da u Javnim servisima, državnom i dva entitetska, kao i kantonalnim i općinskim medijima, trebaju biti zastupljeni jezici manjina, i to onih koji ostvaruju najveću procentualnu zastupljenost. Također, zakoni podrazumijevaju plasiranje emisija o manjinama, i to jednom sedmično. Npr. Član 26. Federalne televizije Bosne i Hercegovine podrazumijeva da će „Program javnih RTV servisa uvažavati nacionalne, regionalne, tradicijske, vjerske, kulturne, jezičke i druge karakteristike konstitutivnih naroda i svih građana Bosne i Hercegovine. Program javnih RTV servisa također će afirmirati kulturne i druge potrebe nacionalnih manjina u Bosni i Hercegovini.“³ Nažalost, bez obzira na propisane zakonske regulative, praksa pokazuje sasvim drugo: ne emitiraju se sadržaji na jezicima manjina, rijetke su emisije posvećene istima. Također, ono što je karakteristično za bosanskohercegovačke medije, u prvom redu web portale, jeste činjenica da se manjine vrlo često pominju u negativnom kontekstu. Bez obzira o kojim manjina je riječ, nacionalnim, spolnim ili pak nekom drugim, s aspekta medijskog izvještavanja možemo kazati da one predstavljaju osjetljive i marginalizirane grupe. Iako bi društvu trebale biti predstavljene bez stereotipai diskriminacije, kao ravnopravni članovi zajednice, mediji manjine najčešće prezentiraju kao opasnost za cjelokupno društvo, ističući njihove „negativnosti“. Mnogi autori rje-

²<http://manjine.ba/wp-content/uploads/2013/02/nacionalni-izvjestaj-BiH9.pdf>, (datum pristupa: 21.4.2018, 11:31)

³http://www.rtvfbih.ba/loc/template.wbsp?wbf_id=25§ion=info,(datum pristupa: 21.4.2018,, 15:46)

šenje vide u potenciranju novinarske edukacije, kao i moralnih i etičkih načela. Kanižaj smatra da su „trajna rješenja edukacija novinara, političara i javnosti koji bi uz pomoć institucija civilnog društva kroz određeno razdoblje naučili poštovati pravo na različitost, a javnosti treba omogućiti informiranje iz više medija jer je dokazano kako se na taj način smanjuje stupanj isključivosti i percepcija manjina kao prijatna bilo kojem društvu. (2003:42-43). Shodno navedenom proizilazi zaključak da rješenje za ostvarivanje prava manjina predstavlja probuđivanje svijesti cjelokupne javnosti, a u prvom redu medijskih djelatnika, s akcentom na moralna i etička načela, te zakonom propisane regulative.

3. Uloga medija u promociji multikulturalizma

Za pojam multikulturalizam, jednako kao i za manjine ne postoji opće-prihvaćena definicija. Multikulturalizam implicira na mnogo različitih uvjetno rečeno kultura, koje se u ovom kontekstu odnose na nacionalne, etičke, spolne, religijske i sl. Shodno tome možemo kazati da pojam multikulturalizam nastoji uspostaviti ravnotežu između različitih kultura u okviru jedne zajednice ili društva. Mesić navodi da „u analizi liberalnog multikulturalizma Willa Kymlicke autor traži odgovor na pitanje može li liberalizam prihvatiti kulturne razlike. Prema autorovu mišljenju Kymlicka je usredotočen na dvije vrste multikulturalizma:

1. one koje nastaju iz nacionalnih i
2. one koje nastaju iz etničkih različitosti, što je temelj liberalnog pristupa manjinskim pravima, odnosno, štoutvrđuje poziciju liberalnog multikulturalizma“.⁴

S obzirom da se pojam multikulturalizam po svojoj svrsishodnosti usko veže i za manjine, oni kao i svaka druga pojava u društvu zahtjevaju medijsku promociju. Mediji kao kreatori društvene scene imaju obavezu da široku javnost edukuju o prihvatanju kulturnih razlika i vrijednosti manjina. „Mediji postaju jedan od ključnih mehanizama i prostora legitimizacije podređenog, marginaliziranog položaja manjinskih grupa, budući da potvrđuju, produciraju i distribuiraju specifična vjerovanja, ideologije i reprezentacije kojima se definiraju odnosi između većinskih i manjinskih grupa“ (Jusić i Hadžić, 2010:13). Kao diseminatori informacija i edukatori širokih masa mediji

⁴file:///C:/Users/Sasa/Downloads/di87_88_15rp.pdf (datum pristupa: 22.04.2018., 18:08)

predstavljaju najvažnije društvene platforme za promoviranje važnosti i pozitivnih karakteristika multikulturalizma. U tom kontekstu njihova moć je nezmjenjiva. Međutim, postavlja se pitanje koliko mediji i u savremnom dobu ispunjavaju zakonom propisane obaveze. „Mediji tako najčešće stavljaju nacionalne manjine u negativan kontekst i u crnu kroniku te senzacionalističkim naslovima nastojali privući što više čitatelja. (Kanižaj, Šalaj, 2004: 35, 36). Mnoge analize i teorijski sadržaji upućuju na činjenicu da mediji često ne služe u svrhu promocije multikulturalizma, a samim tim i promocije manjine, nego su na neki način s njima u suprotnosti. Van Dijk ističe da se „odnos između medija i različitih manjinskih i marginaliziranih grupa često odlikuje tenzijama, neznanjem, konfliktom i izolacijom.

U odnosu između manjinskih društvenih grupa i medija odslikavaju se i prelamaju promjenjive pozicije stvarne i simboličke moći unutar društva. Taj dinamični odnos usko je povezan i sa stalnim i sve bržim promjenama u načinima komunikacije unutar složenih, pluralnih društava u kojima se stari i novi identiteti prepliću, sukobljavaju, razgrađuju i nanovo konstruiraju. U tom kontekstu, moć samih medija je prije svega 'diskurzivna' i 'simbolička', a proizlazi iz činjenice da je medijski diskurs glavni izvor znanja, stavova i ideologija (Van Dijk, 2000:36). Iako imaju značajnu ulogu u promociji multikulturalizma i manjina, nažalost, u bosanskohercegovačkom društvu i medijima, pojmovi multikulturalizam i manjine često imaju i negativnu konotaciju, gdje je osim multikulturalizma izrežen pojam multietičnost. Florian Bieber ističe da „za razliku od multikulturalizma gdje je fokus na kulturalnim pravima i različitim oblicima autonomije za manjinske grupe, za BiH je mnogo prihvatljiviji model multi-etničkog društva, ili kako to neki definišu – etnopolitike“.⁵ Navedeno implicira činjenicu da u društvima poput bosanskohercegovačkog, dijametralne grupe nose političku konotaciju i podložne su zaloupotrebama i politikanstvima. Slično navodi i Malović, da „mediji kao svojevrsni indikatori osjetljivosti na manjine i manjinske probleme pokazuju koliko je zapravo većina tolerantna i u kojoj mjeri prihvaća manjine. No, možda je paradoksalno za očekivati da će mediji kao uglavnom pripadnici većinske skupine biti skloni progovarati o manjinama i njihovim problemima te ih na neki način promovirati u pozitivnom svjetlu te poticati na toleranciju prema njima. Većina, dakle mediji, proizvodi medijske sadržaje namijenjene većini. Upravo

⁵http://www.academia.edu/1333105/_Drugi_i_druga%C4%8Diji_u_bosanskohercegova%C4%8Dkom_medijskom_ogledalu (datum pristupa: 22.04.2018., 19:13)

zbog takva stava medija, izvještavanje o manjinama još uvijek je jedna od bolnih točaka masovnih medija čak i u demokratski razvijenim zemljama“ (Malović, 2003:11).

U promociji multikulturalizma putem medijskih platformi, bez obzira na propisane zakone i regulative, podizanje svijesti, etičkih i moralnih vrijednosti u svijesti novinara i društva u cjelini nameće se kao jedino konstruktivno rješenje. „U suvremenim demokratskim društvima u kojima se stavlja naglasak na zaštitu ljudskih prava postoje brojni zakoni i kodeksi koji zabranjuju svaki oblik diskriminacije kao dodatni jamac za zaštitu prava manjinskih skupina. Uz zakone i kodekse, novinari se pri izvještavanju o manjinama moraju oslanjati na moral i vlastite etičke postupke jer se etika kao takva ne može odvojiti od profesionalnog i kvalitetnog novinarstva, a čovjek, kojemu je novinarska profesija usmjerena, treba biti najviše dobro“ (Poler, 1998:29-30).

Osim što nastoji uravnotežiti različite kulture unutar jedne zajednice, multikulturalizam podrazumijeva temelj za izgradnju društva zajednice i društva s visokim stepenom pluralizma. Prema tome zadatak medija i medijskih djelatnika je podržavanje prava na informisanje, koncepta slobode i jednakosti.

4. Segregacija bosanskohercegovačkog medijskog prostora

Već je u najvišem pravnom aktu države u Ustavu BiH izvršena diskriminacija nacionalnih manjina, jer se u njegovoj preambuli navodi da Bošnjaci, Hrvati i Srbi, kao konstitutivni narodi (u zajednici s ostalima), i građani Bosne i Hercegovine utvrđuju Ustav Bosne i Hercegovine. Osim što iz ovog akta proizilazi diskriminacija i nejednakost građana Bosne i Hercegovine, nejasno je definisan i termin „ostali“, s obzirom na to da nije koncizno navedeno da li su građani koji pripadaju skupini „ostalih“ samovoljno tako izjasnili ili zato što su pripadnici neke od manjina i ne žele biti poistovječeni s jednim od tri konstitutivna naroda (Živanović, 2009:31–35; Bogdanović 2008). Ustavom BiH nadležnost iz domena medij i informisanja pripala je entitetima što je za posljedicu imao nemogućnost uspostavljanja jedinstvenog zakona o medijima, kao i osnivanje jedne državne radiotelevizije. Iz ovog proizilazi da je segregacija bosanskohercegovačkog medijskog prostora izvršena već u samom konceptu najvišeg državnog pravnog akta. Prava manjina nisu zastupljena ni u Zakonu o javnom radio-televizijskom servisu BiH, koji je usvojen 2005. godine, a gdje su u članu 8, paragraf 2, navodi kako će „programi biti prilagođeni

potrebama konstitutivnih naroda i građana BiH, uređivani i emitovani ravnopravno na tri jezika u službenoj upotrebi u Bosni i Hercegovini i dva pisma.⁶

Iako u Bosni i Hercegovini postoji 17 službeno navedenih nacionalnih manjina, niti jednoj od njih u medijskom prostoru nije posvećena znatna pažnja u kontekstu promocije kulture, jezika i ostalih obilježja koji čine identitet određenog naroda. Nažalost, i kada je riječ o promociji i izvještavanju o strukturalnim karakteristikama nacionalnih identiteta tri konstitutivna naroda, medijska realnost nije značajno bolja jer se serioznije izvještavanje vrši prema principu svako za svoga. Političke nacionalističke retorike nametnule su se i u sferu medijskog djelokruga, te se i onako šturi nametnuti pluralizam Sporazumom iz Dejtona nije uspio razviti pod okriljem etnopolitičkih utjecaja. Gorak ukus minulih ratnih dešavanja još uvijek se osjeća u svakom društvenom aspektu, a medijska segregacija ne pridonosi izgradnji suživota i prosperiteta svih građana Bosne i Hercegovine, iako kao takozvana četvrta poluga vlasti i sedma sila imaju moć da regenerišu jaz i podijeljenu društvenu zajednicu učine monolitnom.

5. Medijska slika u Bosni i Hercegovini – multikulturalizam vs monokulturalizam

Medijska praksa se zaista podudara sa teorijom najvišeg pravnog akta, pa tako na državnom radio-televizijskom servisu ne postoji specijalizirana emisija koja izričito pokriva teme o manjinama, nego se isključivo zastupaju interesi tri konstitutivna naroda. U skladu sa zakonskim obavezama, Konvencijom o ljudskim pravima, Konvencijom o pravima djeteta, Kodeksom za novinare ali i sopstvenim etičkim normama, mediji su obavezni izvještavati i promovisati prava manjina. Međutim, televizijske stanice koje se nalaze u registru Regulatorne agencije za komunikacije (RAK) ne nude emisije koje promovišu dimenziju istinske multikulturalnosti Bosne i Hercegovine i razvija duh demokratije kroz promociju prava manjina, odnosno prava takozvanih ostalih.

Radio stanice nude optimističniju sliku kada je riječ o medijskom sadržaju koji pokriva oblast manjinskih narod Bosne i Hercegovine, pa tako Udovičić navodno da javni TV servis za Republiku Srpsku – TV RS, od februara 2004. godine proizvodi emisiju Bona Homo. Bona Homo je suštinski kolažna emisija sa reportažnim zapisima i snimljenim studijskim razgovorima. Za raz-

⁶ Zakon o javnom radio-televizijskom servisu Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH, 37/03.

liku od TV RS, na Televiziji Federacije BiH ne postoji program za nacionalne manjine. Javni radio servis BiH, BH radio, ima emisiju posvećenu nacionalnim manjinama Patria Mea. Radio Republike Srpske ima razvijenije manjinske programe koji su subliminirani u sedmičnoj emisiji «Korijeni». Radio Federacije BiH nema specijalističkih program za nacionalne manjine, ali kako ističu njene urednice informativnih o otvorenih programa, veoma su otvoreni kako za inicijative nacionalnih manjina, tako i za saradnju na različitim projektima koji promovisu ovu problematiku. Inače na ovom radio servisu postoji emisija «Sveznadar o ljudskim pravima», koja povremeno tretira problematiku nacionalnih manjina i njihovih medijskih prava. Kada su u pitanju privatni mediji, najviše iskustva ima Radio Uno iz Banja Luke koji sedmično proizvodi petnaest minuta programa na jednom od sljedećih jezika: slovenskom, slovačkom, makedonskom, češkom, njemačkom, ukrajinskom i romskom. Značajna iskustva ima i Radio Kontakt, takođe iz Banja Luke, koji je koncipiran kao radio lokalne zajednice. Na ovom radiju je dvije godine uzastopno emitirana jedna dnevna emisije tipa vijesti na slovenskom jeziku. Drugi program koji je realizovan se zvao Polča drom, ili pravi put. To je polusatna sedmična emisija koja je producirana u Budimpešti i Beogradu, a koja je kroz romski jezik i specifični romsku muziku obrađenu u etno i world music maniru bila prihvaćena od muzičkih kritičara, ali je imala malo odjeka kod Roma. (Udovičić, 2008:23-24).

U Bosni i Hercegovini neznatan je i broj specijaliziranih časopisa koji se bave promocijom manjina. Kao mediji koji obrađuju isključivo tematiku manjina izdvajaju se samo dva časopisa i to „Jevrejski glas“⁷, bilten Jevrejske zajednice u Bosni i Hercegovini, i „Crno-bijeli svijet“⁸, koji izdaje Romski informativni centar iz Sarajeva. Bilten „Jevrejski glas“ još uvijek je aktivan i posljednji broj je objavljen u decembru 2017. godine, dok je posljednje izdanje „Crno-bijelog svijeta“ izašlo 2008. godine.

Iz navedenog evidentno je da u proteklih deset godina nije napravljen pomak u pogledu promovisanja multikulturalnosti i manjina, naprotiv bosanskohercegovački medijski prostor je znatno manje posvećen plasiranju sadržaja koji bi utjecao na razvoj pluralističkog i demokratskog društva. Nedostatak prisustva manjina u medijskom prostoru i njihovo ignorisanje od strane medija dovodi nas do zaključka da su mediji u Bosni i Hercegovini produžena ruka

⁷ http://www.benevolencija.eu.org/component/option,com_docman/task,cat_view/gid,27/Itemid,41/ (datum pristupa: 23.04.2018., 18:31)

⁸ http://kalisara-ric.ba/?page_id=74 (datum pristupa: 23.04.2018., 19:22)

samo tri većinska naroda, a „ostali“ su ostali na marginama, daleko od medijske pažnje i interesovanja. Mediji u Bosni i Hercegovini moraju preći sa sporadičnih i/ili stereotipnih izvještavanja i vijesti o manjinama na seriozni i profesionalni pristup grupama društva koje ne pripadaju većini. Međutim, sva krivica nije na medijima, dio i to znatno veći snose nosioci vlasti koji medije drže u svojim etnopolitičkim rukama i koje koriste kao sredstvo manipulacije nad svim građanima Bosne i Hercegovine, pa čak i „ostalnih“.

6. Zaključak

Bit multikulturalnosti se gubi ako nema djelovanja i aspiracija za njenim razvojem. Problem se ne svodi samo na nepostojanje adekvatnih zakonskih okvira, nego i na letargičnost i indifirentnost medijskih kuća, urednika i novinara prema promociji multikulturalnosti Bosne i Hercegovine i zalaganja za podjednak medijski tretman svih njenih građana. Segregativnim izvještavanjem i promovišući isključivo interese konstitutivnih naroda vrši se destrukcija identiteta Bosne i Hercegovine, jer je upravo multikulturalnost njegova ključna odrednica. Ako su mediji ogledalo društva onda možemo kazati da bosanskohercegovačko društvo karakterišu izostanaka međusobne tolerancije i spremnosti za afirmaciju interkulturalnog dijaloga. Evidentno je da je Bosna i Hercegovina u kontekstu medijskog djelovanja daleko od idealnog stanja i da rijetki mediji podržavaju koncept različitosti i trude se raditi na njenoj promociji. Međutim, znatno je više onih medija kojirazličitosti ne vrednuje i nisu usmjerni na multikulturalnost, nego isključivo na etnopolitike.

Literatura

- Bogdanović, S. (2008), *Perspektive ravnopravnosti 'ostalih'*, Puls demokracije
- Cottle, S. (2000), *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham, Philadelphia: Open University Press
- Hadžić, E., Jusić, T. (2013), *Na marginama: Manjine i mediji u Jugoistočnoj Evropi*, Sarajevo: Media centar
- Malović, S. (2003), *Izvjestavanje o različitostima: edukacija u prvom planu*, Međunarodne studije
- Mesić, M. (2013), *Pojam nacionalnih manjina i njihovo političko predstavljanje: slučaj Hrvatske*, Politička misao
- Kanižaj, I., Šalaj, B. (2004), *Medijska slika manjina*, Split

Kanižaj, I. (2003), *Izvoštavanje o nacionalnim manjinama u hrvatskim dnevnim novinama*. Međunarodne studije

Poler, M. (1998), *Što je novinarska etika?*, Medijska istraživanja

Udovičić, Z. (2008), *Ideal nije manjinski geto*, Media plan institut: Sarajevo

Živanović, M. (ur.) (2009), *Ljudska prava u BiH 2008*, Sarajevo: Centar za ljudska prava Univerziteta u Sarajevu

Zakon o javnom radio-televizijskom servisu Bosne i Hercegovine, Službeni glasnik BiH, 37/03.

Internet izvori

http://www.academia.edu/1333105/_Drugi_i_druga%C4%8Diji_u_bosanskohercegova%C4%8Dkom_medijskom_ogledalu

http://www.benevolencija.eu.org/component/option,com_docman/task,cats_view/gid,27/Itemid,41/

<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=18519>

http://kalisara-ric.ba/?page_id=74

<http://manjine.ba/wp-content/uploads/2013/02/nacionalni-izvjestaj-BiH9.pdf>

http://www.rtvfbih.ba/loc/template.wbsp?wbf_id=25§ion=info

UDK:316.774(=214.58)(497.16)

RETORIČKO I AFEKTIVNO U TV SPOTU O INKLUZIJU ROMA

**THE RHETORIC AND AFFECTIVE IN THE TV VIDEO ON
ROMA INCLUSION**

dr DOBRIVOJE STANOJEVIĆ, redovni profesor
FPN, Univerzitet u Beogradu

dr MIRKO JAKOVLJEVIĆ
DOO Lider mont media

Apstrakt: *Inkluzija Roma i Egipćana u crnogorskom društvu jedan je od procesa koji, neophodno, mora da prati uspešno priključivanje Crne Gore Evropskoj uniji. Naime, inkluzija i neophodnost izveštavanja o problemima sa kojima se svakodnevno suočavaju pripadnici romske populacije kao i o aktivnostima koje za njihovo rešavanje preduzimaju nadležne institucije, Vlada, resorna ministarstva, ali i organizovane nevladine organizacije, udruženja građana pa i pojedinci, ne dovodi se u pitanje. Istraživanja su pokazala da se toj problematici prilazi sa dužnom pažnjom. Snimljeno je i emitovano i više TV spotova i radio džinglova. U radu ćemo analizovati tekst TV-spotu povodom procesa Inkluzije Roma i Egipćana u crnogorsko društvo, 2017-2020. pod naslovom „Najbolnija tetovaža“ i ukazati na moguće retoričke učinke.*

Ključne reči: *Crna Gora, inkluzija, Romi, Egipćani. TV spot, diskurs*

Abstract: *The inclusion of Roma and Egyptians in Montenegrin society is one of the processes that must follow the successful accession of Montenegro to the European Union. The inclusion and the necessity of reporting on the problems of members of the Roma population on daily basis, as well as the activities undertaken by the competent institutions, the Government, ministries, as well as organized non-governmental organizations, citizens' associations and individuals,*

are not called into question. Research has shown that this issue is being treated with serious care. There were also several TV spots and radio jingles. In this paper, we will give an analysis of the texts placed on the TV video about Inclusion of Roma and Egyptians in the Montenegrin society, 2017–2020. titled "The Best Tattoo".

Key words: *Montenegro, Inclusion, Roma, Egyptians, TV video, Discourse*

1. Uvod

U Crnoj Gori ne postoji arhivska građa o tačnom dolasku Roma. Neka istraživanja, pak, pokazuju da je ta populacija na tim prostorima već pet vekova. Danas ih, procenjuje se, živi oko 20 hiljada među kojima je oko 5000 Roma izbeglih sa Kosova. U Srbiji se prema nezvaničnim podacima Ministarstva za ljudska i manjinska prava smatra da živi između 400 i 500 hiljada Roma, što znači da Romi predstavljaju najbrojniju nacionalnu manjinu u Srbiji, ili oko 6% ukupne populacije. (A.K, i autori, 2012: 85). I Crna Gora, kao zemlja u procesu priključivanja Evropskoj uniji, uključena je u Dekadu Roma. U grupi sa Bugarskom, Mađarskom, Makedonijom, Rumunijom, Slovačkom, Srbijom, Hrvatskom i Češkom u kojima u lošim ekonomskim i socijalnim uslovima žive Romi, Dekadom se realizuje podrška relevantnih međunarodnih organizacija koje daju materijalnu i stručnu podršku za projekte regionalne saradnje, kao i za implementaciju nacionalnih planova akcije. Principi zabrane diskriminacije i jednakosti pred zakonom su osnovni preduslovi za uživanje svih ljudskih i manjinskih prava, ali nisu dovoljni za obezbeđenje faktičke jednakopravnosti manjine sa većinom, posebno za zaštitu posebnog manjinskog identiteta. Zbog toga i međunarodnopravni standardi i nacionalno zakonodavstvo predviđaju institut priznavanja dodatnog seta prava pripadnicima manjina, koji se naziva *afirmaciona akcija-preferencijalni tretman-pozitivna diskriminacija*. Ovaj koncept, kao međunarodno-pravni standard, posebno u okvirima Saveta Evrope, se odnosi na nacionalne, etničke, rasne, verske, jezičke, kulturne manjine. Svodi se na priznavanje izvesnih prava u većem obimu od prava koja se priznaju većinskom stanovništvu na osnovu opštih pravila međunarodnog prava o zaštiti ljudskih prava. (Strategija za poboljšanje položaja Roma i Egipćana, 2012: 7).

Među prioriternim oblastima, pored obrazovanja, zapošljavanja, zdravlja i stanovanja, svakako je i oblast medija i informisanja javnosti. Međutim, ne ulazeći ovom prilikom u analizu izveštavanja, obratićemo pažnju na ono što čini sadržaje koji prate aktivnosti u Dekadi Roma, a predstavljaju se na elektronskim medijima. Posebno ćemo analizirati retorički sloj TV spota koji je urađen za potrebe predstavljanja procesa Inkluzije Roma i Egipćana u Crnoj Gori i obaveštavanja javnosti i romske populacije.

2. Tautološke zamke

Ranija izučavanja među kojima je i istraživanje rađeno od juna do decembra 2013, a njima kojim je obuhvaćen serijal priloga objavljen na jednoj televiziji sa nacionalnom pokrivenošću u Crnoj Gori potvrdilo je da mediji dužnu pažnju posvećuju problemu socijalne inkluzije Roma. To se upravo odnosi na elektronske i štampane medije sa nacionalnom pokrivenošću. Lokalni mediji, pre svih štampani, periodično izveštavaju o toj problematici. Uticaj medija u crnogorskom društvu, kada je u pitanju socijalna inkluzija Roma, po podacima pomenutog istraživanja,¹ mišljenju građana-ispitanika, znatan je. U crnogorskom društvu se smatra da mediji *utiču*, *veoma utiču* i *utiču u najvišem procentu* sa 60,66 % na Vladu, nadležna ministarstva, agencije i druge državne organe, kako bi romskoj populaciji omogućili bolje uslove. Svako, treba pomenuti i neophodnost uticaja savremene političke prakse kada je u pitanju ova problematika. Naime, svakodnevno emitovanje brojnih izjava političara u sredstvima masovnih komunikacija treba da budu predmet posebne pažnje i predstavljaju idealan poligon za stalna istraživanja ove teme. Ipak, mnoštvo neodređenih poruka kojima se proizvode posebni efekti kod recipijenata, naglašenom retoričkom agresivnošću i ponavljanjem samo pojačavaju, do tautologije, podrazumevani smisao. Takvo iskustvo komunikacione prakse ponekad dovodi na ivično, pa čak i središnje polje manipulativnog frazerstva. To se pokazuje kao idealan povod za neprestano isticanje istog odnosa problema i posledica, čime se smišljeno uobličava, pa i idealizuje, stvarnost i sugerše vlastito rešenje kao jedino moguće. Otuda je tautoložnost povremena opasnost srodnih tekstova.

¹ Medijski dijalozi, časopis za istraživanje, medija i društva, (2014), mart, broj 18, (141-164).

3. Sukob retoričkog i idejnog

Kada je reč o modelima tumačenja propagandnog diskursa, analiza svakog teksta nameće drugačiji, primereni individualni pristup. Sve, umnogome, zavisi od hipotetičkih značenja koje nudi tekst. Treba posebno podvući da isti tekst može da se analizira na više načina po različitim metodama. U svakom od pristupa nameće se moguća redukcioniistička nedelotvornost u zavisnosti od gledišta, zamišljenih, osmišljenih i ostvarenih funkcija značenja.

Scenario za TV spot: „Najbolnija tetovaža“

Nisam birala da budem Romkinja! (Tetovaža na devojčinom vratu; devojka veže kosu dok je sa drugaricama na fakultetu; osmehujući se razgovara; čuje se muzika).

Ja ću uvek biti lopov! (Tetovaža je dečaku na ruci – pesnici; dečak plaća koka- kolu na kasi).

Ja sam nepouzdana! (Tetovaža na ruci lekarke koja je zavrnila rukav dok pregleda dete iz većinske populacije).

OFF: *Hiljade Roma je još uvek obeleženo predrasudama i stereotipima i budu diskriminirani svaki dan. Najbolnija tetovaža je na svojoj koži, onu koju nosite Vi.* (Samo glas koji čita poruku, a u pozadini se prikazuju sva lica u spotu pojedinačno, kamera snima samo njihova lica u pokretu, pomalo nevesele mimike).

Zaustavimo diskriminaciju i predrasude prema Romima! (Čuje se glas, i vidi napisana poruka.)

(Autori: DOO Lider mont media, mr Sokolj Beganaj.)

Naslov spota „Najbolnija tetovaža“ dat je u dve reči u obliku imeničke sintagme. Predstavlja celinu koja je lingvistički zaokružena i pruža naglašenu informaciju, ali gledaoca ostavlja u nedoumici o čemu je, zaista, reč. Time je, po zamisli reditelja, pokušano da se superlativom skrene pažnja gledalaca i naslovom zainteresuje javnost. *Tetovaža* je dobro odabrana imenica kojom se metaforički upućuje na motiv unutrašnjeg žigosanja prepoznatljiv još od vremena satira Radoja Domanovića i, kasnije, pripovedanja Miodraga Bulatovića. U intermedijjski i intertekstualni krug nenametljivo se prizivaju motivi iz knjige *Garavi sokak* Miroslava Antića.

U tekstu se teži da smisao bude široko razumljiv. To je postignuto odabranim rečima: *tetovaža, Romkinja, lopov, teret, društvo, Rom, predstava, stereotip, dan, tetovaža, koža, diskriminacija, predrasude, Romima*. Objektivacija je na neophodno komunikativnom nivou.

U spikerskom tekstu upotrebljeno je četrnaest imenica od kojih je tri puta upotrebljena imenica Rom data u oblicima Romkinja, Roma, Romima.

Frekventnost imenice Romi daje punu informaciju o kome je reč. Oda-branim stilom, takođe, daje se poseban ton predočenim idejama. Međutim, preteranim naglašavanjem dolazi do stvaranja kontrarnih efekata. Recipijenti mogu da uoče i mnoge druge skupine koje su ugrožene, ali se ne pominju. Usiljeno, izdvojeno, pominjanje Roma može da ukazuje na svojevrsno favori-zovanje određenih zajednica na račun drugih. Na taj način slogan samootkriva svoj prigodni karakter i retorički se samoizoluje otkrivajući na intendirana propagandna svojstva. Na taj način se retoričko i idejno nalaze u blagom nede-lotvornom sukobu.

4. Leksika i semantika spota

U tekstu su korišćeni sledeći glagoli, njihovi enklitički i negativni obli-ci: *nisam, birala, budem, ću biti, sam, obeleženo, budu, je, nositi, zaustavimo*.

Upotrebljen je gramatički milje opštepозnatog jezika kojim se stvara privid upućenosti u tematiku, stručnosti i dobre namere. Recipijenti se vode kroz tri vremenske sheme (prošlost, budućnost i sadašnjost). Time se nagoveš-tava trajnost problema sa kojim se suočava i iskazuje uverenje o teškoj rešivos-ti bez velikog zauzimanja. Međutim, vidljiv je i shematski administrativni pri-stup i naglašena odbijajuća neposredna prigodna angažovanost koja nema kontinuitet i autentični spoj sa mogućnostima za pravo rešenje nagoveštenog problema.

Korišćeni pridevi su *najbolniji* i *nepouzdan*. U tekstu se upotrebom superlativa ističe želja autora iz samog naslova da se posebno ukaže na proces nastanka tetovaže. Tetovaža je često predmet proučavanja sociologa i drugih stručnjaka koji se bave problematikom ponašanja članova društvene zajednice. Superlativom se, međutim, zalazi u polje emfatičnosti i patetičnosti što ostav-lja utisak poluiskrenosti i napadnosti bez nijansiranja problema.

Sarkastično samooptuživanje o „nepouzdanosti“ (delotvornost imen-skog predikata (*sam nepouzdana*) uvodi recipijenta u područje neophodnog empatisanja sa mogućom žrtvom.

Učestalim zamenicama u tekstu (*ja, ja, ja, svojoj, onu, koju, vi*) ukazuje se na izvesnu emotivnu neposrednost, ali i distancu i napadni samosažaljeva-jući narcizam.

U tekstu TV spota upotrebljeni su veznici: *da, i, i, i*. Njima se gotovo nasilno prekida emotivnost i ukida nagovešteni poisindet kojim bi se mogla ustoličiti potpunija afektivna shema.

Korišćeni prilozi su: *uvek, još uvek*. Ponavljanjem priloga *uvek* dodatno se, nužno, patetizuje kontekst. Ali *uvek* jeste i prilog kojim se nagoveštava moguća „zmijska“ komunikacija onoga ko bi trebalo da spreči nasilnu komunikaciju. Malo šta se dešava baš *uvek*. Ima dobar broj primera kojima se poništava značenje ove reči karakteristične za komunikacijsku nedovoljnu odgovornost govornog subjekta.

5. Afektivna skala

Prva rečenica koju izgovara devojka glasi: *Nisam birala da budem Romkinja*. Autori scenarija ističu činjenicu da čovek rođenjem nema mogućnost izbora kada je u pitanju pol, nacija i sl. Želi se istaći da zato što je neko Romkinja ne treba da nosi teret predrasuda. Ta osoba ne bi trebalo da bude ugrožena po bilo kom osnovu ili da bude diskriminisana. Jasno je oblikovana ideja da smo svi ljudi! Da je čovek sam po sebi vrednost, a ne da mu položaj u društvu određuje saznanje koje je nacije ili vere. U vremenu u kome živimo, ova ideja ima posebnu važnost i nosi sasvim određenu civilizacijsku vrednost. Naime, ukazuje se da su Romkinje, koje žive u našem okruženju, najpre, po pretpostavci, ravnopravne članice društva. One su, jednostavno naše sestre, komšiniče, supruge, majke, deo našeg okruženja. Sa Romima treba da delimo radost življenja. Ova rečenica izrečena na srpskom, crnogorskom, hrvatskom, bosanskom je svima razumljiva. Međutim, smatra se da nije uvek baš tako. I taj intendirani, podrazumevani smisao nas goni da se angažujemo u skladu sa idejama prikrivenih slogana.

„Bogatstvo ljudskog života odvija se i pokazuje posredstvom ukupnih sadržaja koje ljudi stvaraju i na taj način izgrađuju svoju stvarnost. Različiti sadržaji kada se dodiruju omogućavaju ljudima veći izbor i slobodu. Prihvatiti razlike nije ništa drugo nego sadržajno proširivati, produbljivati i bogatiti. Kada upoznamo različite onda lakše sa njima vodimo razgovor, upoznavajući razliku mi stičemo razumevanje za to razlikovanje. (Čupić, Joković, 2015: 15)

U tekstu TV spota rečenice su izolovane. Svaka za sebe nosi vlastitu semantičku težinu. Povezanost tih rečenica postiže se, ipak, srodnom leksikom i nagoveštenim klimaksom koji efektno deluje upravo svojom nenametljivošću i skrivenom sugestivnošću. Semantička kohezija je ostvarena na manifestnom nivou i uz pomoć adekvatnog čitanja spikerskog offa.

Analizirani tekst čiji sastavni deo je i telop spota donosi i brojeve: hiljadu, 2017-2020. Brojevima se ukazuje na aktuelnost i tačnost. Hiljadu je broj koji uvek „odjekuje“ u glavama gledalaca. Takođe, brojevi 2017-2020. u tekstu

određuju vremenski okvir u kome se smešta radnja u ovom prilogu. Jer, „izbor vremena u diskursu uslovljen je i kulturnim navikama u nekom jeziku.“ (Savić, 1993: 139)

Analizirani televizijski spot je naslovljen kao „Najbolnija tetovaža“. *Naslov* je neuobičajen. Pogotovo jer je reč o TV spotu. U datoj sintagmi dominira superlativ, ali je i na fonostilskom nivou, upotrebom asonance i aliteracije, dostignuta neophodna sugestivnost. Zamišljenom zvučnom paronimskom varijacijom *bol-najbolnija*, skreće se posebno delotvorna pažnja gledalaca na afektivnu skalu naratora.

U poslednjoj rečenici je slogan: *Zaustavimo diskriminaciju i predrasude prema Romima*. Na taj način je ponovo naglašena tema TV spota, a udarnim imperativom označen je poziv na delotvornu i brzu akciju.

Glavni događaj je u naslovu upoređen sa najvećim (fizičkim i duševnim) bolom koji određenom subjektu izaziva istetovirano obeležje. Naime, ideja o tome da diskriminacija i predrasude prema Romima *moraju* da se zaustave, nameće zaključak da su se autori teksta, delom, namenski angažovali povodom sprovođenja Inkluzije Roma i Egipćana u crnogorsko društvo.

Pozadina događaja je da su Romi i Egipćani diskriminirani i da prema njima postoje predrasude, u analiziranom tekstu, je u, ponešto, prenaplašenom prvom planu. Nametnuta tema kao da sugerise zaključak koji ostaje bez neophodnih razvojnih faza.

Kada je reč o *istoriji događaja*, većini gledalaca je jasno da je Crna Gora usvojila niz mera o Inkluziji Roma u crnogorsko društvo i njihovom sprovođenju. Problem je, međutim, šta sa onima kojima to nije ni očevidno ni očekivano?

6. Zaključak

TV spot je emitovan u udarnom terminu (*prime time*) EPP — odnosno pre emitovanja emisije „Drugi televizijski dnevnik“ RTCG i na svim lokalnim televizijama. Time je spot stavljen u neophodni *kontekst* važnijih događaja. *Posledice* za medijsku javnost jesu potpunije informisanje o nameri i određenim aktivnostima relevantnih predstavnika državnih institucija. One će, pretpostavka je, biti realizovane kako bi se, najzad, zaustavile predrasude i diskriminacija prema Romima i Egipćanima. Na taj način je postignut osnovni efekat i napravljena slika o vidljivosti i važnosti problema. Ostvarenim retoričkim efektima znatno se uticalo na privlačenje opšte pažnje.

Emitovani TV spot svojom vizuelnom i retoričkom motivacijom uključuje mogućnost da se o njemu, posle prikazivanja, obezbedi i dodatna *verbalna reakcija*. To potvrđuju i kasniji odjeci sa terena.

Evaluacija — ocena priloga, na taj način zadovoljava osnovne kriterijume jer se rečju i slikom izdvaja i naglašava ideja da se zaustave predrasude i diskriminacija prema Romima i Egipćanima. Nagomilani retorički efekti, baz sumnje, utiču na privlačenje opšte pažnje.

Nakon emitovanog priloga *očekivanja* su da će nadležne institucije intenzivnije sprovesti potrebne mere u toj oblasti, a od građana — gledalaca da se, zahvaljujući i retoričko-vizuelnoj delotvornosti spotova, još aktivnije uključe u poboljšanje stanja odnosa prema nacionalnim manjinama.

Literatura

Kuzmanović, Jovanović, Ana, Andrijević, Maja, Filipović, Jelena, „Priručnik iz akademskog pisanja, (2012), Čigoja štampa, Beograd.

Medijski dijalozi, časopis za istraživanje, medija i društva, (2014), mart, Broj 18, ELIT, Podgorica.

Savić, Svenka, (1993) *Diskurs analiza*, Filozofski fakultet, Novi Sad.

Strategija za poboljšanje položaja Roma i Egipćana u Crnoj Gori 2012-2016, (2012), Vlada Crne Gore, Ministarstvo za ljudska i manjinska prava, Podgorica.

Zbornik radova, (2015), „Politički identitet Srbije u globalnom i regionalnom kontekstu“, Čupić, Čedomir, Milica Joković, *Političar i politički identitet*, Univerzitet u Beogradu - FPN, Beograd

UDK: 32:911.3:342.7

**GEOPOLITIKA I LJUDSKA PRAVA –
UPOTREBA I MEDIJSKA KONSTRUKCIJA**

**GEOPOLITICS AND HUMAN RIGHTS –
USE AND MEDIA CONSTRUCTION**

dr RADENKO ŠĆEKIĆ

Istorijski institut Univerziteta Crne Gore

***Apstrakt:** Geopolitička upotreba ljudskih i manjinskih prava, predstavlja raširenu pojavu proteklih nekoliko decenija. Medijska konstrukcija problema po pitanju ljudskih prava dostigla je svoj j vrhunac na primjerima Jugoslavije, Arapskih proleća, Kine itd. Politika dvostrukih standarda postaje obrazac u međunarodnim odnosima. Mediji, kao moćno sredstvo, sprovode željenu politiku u formi medijskih konstrukcija, spektakala, poluinformacija, isceniranih događaja. Pitanje ljudskih i manjinskih prava se pokreće i u cilju ostvarivanja željenih ekonomskih, političkih ili vojnih ciljeva.*

***Ključne riječi:** Geopolitika, ljudska i manjinska prava, medijska konstrukcija*

***Abstract:** Geopolitical usage of human and minority rights represents a widespread phenomenon over the past few decades. Media construction of the human rights problem reached its culmination on the examples of Yugoslavia, Arab spring, China and so on. The policy of double standards is becoming a pattern of international relations. The media, as a powerful tool, carry out the desired policy in the form of media constructions, spectacles, partial information, and staged events. The issue of human and minority rights is initiated in order to achieve the desired economic, political or military objectives.*

***Key words:** Geopolitics, Human and Minority Rights, Media Construction*

1. Uvod

Moderna geopolitika se zasniva na širokoj upotrebi medija u ostvarivanju političkih, ekonomskih, i kulturnih ciljeva. Bitka za ovladavanje globalnom ili regionalnom prostornom komponentom, dobija kvalitativno novo određenje, kroz pojavu „kulturnih ratova“ - čiji je cilj ovladavanje ljudskim dušama. Fundamentalna promjena slike svijeta dogodila se po završetku Hladnog rata, kada nastaje „geopolitika postmoderne“, sa samo jednom supersilom (SAD) i dominacijom zapadnih kulturnih i ideoloških vrijednosti. Prema ovoj interpretaciji, novi „degeografizovani svetski prostor“ postaje područje ekskluzivnog djelovanja preostale supersile koja uspostavlja „novi svjetski poredak“ u skladu sa svojim tumačenjem vrijednosnih kriterijuma poput: demokratije, ljudskih prava, prava nacionalnih manjina, izgradnje multikulturnog društva – ali bez obaveze poštovanja načela međunarodnog javnog prava zasnovanog na konceptu suverenih država. Takvom viđenju stvarnosti savršeno se prilagođavaju mediji. Uloga novinarske profesije mijenja se iz temelja. Umesto nekadašnje cenzure na sceni je „ideologizovano novinarstvo“ u okviru kojeg se od novinara očekuje, ne da prenosi činjenice, nego da činjenice prilagođava ideologizovanoj predstavi koju nameće „duh nove sekularne religije“. Dakle, novinar nije više prenosilac činjenica nego važan ideološki akter u kulturnom ratu širokog spektra. Poslednji događaji u svijetu, naročito poslije pobjede Trampa u SAD-u, ukazuju na ulogu medija kao „četvrte grane vlasti“, koja oslonjena na „duboku državu“ nastoji da delegitimiše instituciju američkog predsjednika. Po svemu sudeći ulazimo u eru „postpolitike“ u kojoj su svi ishodi mogući.¹

2. (Zlo)upotreba pitanja ljudskih prava i prava manjina

Živimo u vremenu ostvarenja ljudskih prava i sloboda, barem na deklarativnoj ravni. Ostvarujući svoje ekonomske i političke interese u procesu globalizacije, vodeće zemlje svijeta su često ostajale bez suštinskih argumenata. Tada se pristupilo korišćenju argumenta o ljudskim pravima, pravima manjina, ugroženih zajednica i sl. Budući da se ona određuju po zapadnim standardima, ostale države su daleko zaostajale za ovako postavljenim normama. Ako bi se to pitanje proglasilo najznačajnijim (što se najčešće i dešavalo) dobijala bi se strateška pregovaračka prednost po zapadne države. Logika

¹ Više u: Milorad Vukašinić, Geokultura i mediji, <https://www.kcns.org.rs/agora/geokultura-i-mediji/>

je bila surovo jednostavna: Što više neku državu kritikuju zbog manjka ljudskih sloboda i prava, ona će lakše otvoriti svoje tržište za firme iz zemalja koje joj prigovaraju iz „razloga univerzalne prirode“. Ovaj metod se posebno uporno primjenjivao prema NR Kini. Opšta deklaracija o ljudskim pravima i Konvencija o ukidanju svih oblika (rasne) diskriminacije garantuju prava na obrazovanje, medicinsku i socijalnu zaštitu i dostojan standard svakom građaninu. Iako je i sama ratifikovala ove međunarodne konvencije najvišeg značaja, SAD nije usvojila predlog da ekonomska i socijalna prava budu sastavni dio ljudskih prava. U liberalnom kapitalizmu, u slučajevima kriza i ekonomskih lomova, država uvijek štiti svijet kapitala, nauštrb običnih građana, poreških obveznika.²

Protesti i migranti se koriste kao političko oružje, ali se to isto događa i sa kulturom. SAD su se ranije usmjeravale na promovisanje vrijednosti takozvane „zapadne liberalne demokratije“, kako bi stvorile sukobe unutar neke kulture, gdje većina gaji tradicionalne vrijednosti - ova metoda je i dalje u širokoj upotrebi. Ali, imaju i jedan novi trend, a to je gajenje ekstremnog nacionalizma u određenim državama, i iskorišćavanje stvorenog anti-sistemskog osećaja među ljudima, nastalog nakon godina *status quo* situacije. A rušilačko pretvaranje kulture u oružje koristi se za zbacivanje legitimnih vlada.³ Kako se vode hibridni ratovi? Nevladine organizacije i obavještajne službe u pojedinim zemljama osnivaju politička i građanska društva i jačaju ih do te mjere, dok ne postanu dovoljno jaka da se suprotstave legalnoj vlasti. Oni koriste provokaciju za stvaranje "istinitih" razloga za formiranje antivladinih pokreta i u prvi plan stavljaju i otvoreno iniciraju, destabilizaciju sistema. Ukoliko obojena revolucija ili primjena "meke" moći ne donose željene rezultate, ovaj pokret se kroz seriju eskalacija, u etapama, na kraju pretvara u nekonvencionalni rat ili u "žestoki" sukob.⁴

U posthladnoratovskoj američkoj doktrini posebno je politika zaštite ljudskih prava postala moćno sredstvo uticaja na politiku određene zemlje. Već je 1990., američki predsjednik G. W. Bush retorikom *zaštite ljudskih prava, moralnosti, jedinstva, pravde i zakonitosti* - osigurao uspostavljanje široke vojne

² <https://rs.sputniknews.com/komentari/201804121115237676-ekonomija-liberalizam-prava/>

³ Andrej Koribko, Obojene revolucije I kultura, <https://www.geopolitica.ru/sr/article/obojene-revolucije-i-kultura-patriotizam-protiv-nacionalizma>

⁴ Andrej Koribko, Transformacija Hibridnog rata, <https://www.geopolitica.ru/sr/article/trans-formacija-hibridnog-rata>

koalicije tokom napada na Irak. Bil Clinton upravo na zaštiti ljudskih prava temelji praksu humanitarnih intervencija (Somalija, 1993. ; Haiti, 1994.; Bosna, 1995.; Jugoslavija, 1999.); nakon čega ljudska prava postaju neobično i obilato "upotrebljiva" u geopolitici 21. vijeka. Ugledni njemački sociolog Ulrich Beck, režim zaštite ljudskih prava smatra vrlo djelotvornom strategijom koja "revolucionira svjetski politički poredak" na način da meta-moć globalnog civilnog društva (NVO), kao novog subjekta međunarodnih odnosa, nametanjem pitanje zaštite ljudskih prava urušava autonomiju nacionalne države. Nacionalna ili socijalna prava gube prednost pred režimom zaštite ljudskih prava čime se otvara bezgranični prostor moći svjetske unutrašnje politike u kojem se zapadne, globalno uticajne države, ali i nevladine organizacije koje su pod zapadnom kontrolom - vrlo intenzivno miješaju u unutrašnju politiku drugih, na način da mogu mijenjati njihove strukture vlasti. Beck govori o "mješovitom obliku humanitarne nesebičnosti i imperijalne logike meke i tvrde moći, naročito iskazane u vojnim tzv. *humanitarnim intervencijama*, kako teme globalnog civilnog društva poput zaštite ljudskih prava, često bivaju instrumentalizovane od strane Sjedinjenih Država, Europske unije kao i drugih globalnih aktera".⁵ U tom kontekstu zaštita ljudskih prava postaje formalni temelj zapadnog intervencionizma, kojim se oblikuju političke prilike u zemljama evropske periferije (Ukrajina, Makedonija, Kosovo) ili se na prostoru Sjeverne Afrike i Bliskog istoka nasilno ruše nepodobni režimi, instaliraju novi, doktrinom "kontrolisanog haosa".

Demonstranti u Siriji tražili su kraj vladavine Baas partije, veća građanska i socijalna prava, kao i silazak Bašara al Asada sa vlasti. Arapska liga, SAD, Evropska unija i druge zemlje su optuživali sirijski režim zbog brutalnog obračuna sa demonstrantima. Hafez al-Asad se trudio da Sirija ne bude šerijatska država, te je zemlju reformisao koliko je god mogao. Žene su dobile ista prava kao i muškarci, što je rijetkost u islamskom svetu, a čak je donio zakon koji ne uslovljava da predsjednik zemlje mora da bude muslimanske vjeroispovesti.⁶ U svakoj informativnoj emisiji, gotovo bez izuzetka, terorističke organizacije koje se godinama trude da sruše legitiman režim Bašara El Asada

⁵ Jadranka Polović: Ljudska prava kao formalni temelj intervencionističkih politika <http://geopolitika.news/analize/dr-sc-jadranka-polovic-ljudska-prava-kao-formalni-temelj-intervencionistickih-politika-3-dio/>

⁶ <https://srpskainfo.com/sta-se-zapravo-dogodilo-u-siriji-koliko-ima-stanovnika-koje-vjere-se-sudaraju-i-ko-u-njoj-ratuje/>

u Siriji, nazivaju se “pobunjenicima” ili “opozicijom”. Zapadni i prozapadni bliskoistočni *mainstream* mediji u još većoj mjeri koriste ovakve eufemizme. Korisćenjem eufemističkih termina i minimiziranjem realnosti postiže se da gladaoci ublaže svoj stav prema islamistima koji sebe predstavljaju umjerenim borcima za slobodu protiv “tiranskog režima” Asada. Time se doprinosi legitimizaciji terorista, a istovremeno diskreditaciji legalnih i legitimnih institucija Sirije koje se protiv njih bore. Al Džazira je u velikim tektonskim promjenama koje su zahvatile čitav islamski svijet tokom političkih promena u tzv. “arapskom proleću” od samog početka zauzela otvoreno proislamistički stav, suprotstavljen umjerenijim sekularnim režimima koji su se prethodnih godina rušili kao kula od karata. Domino efekat je neizbežno zahvatio i Siriju, koja samim tim nije mogla biti zaobiđena niti pošteđena medijskog spina i manipulacije. U Sirijskom konfliktu je Al Džazira zauzela veoma jasan i nedvosmislen stav protiv Asada.⁷ Prema analizi UNHCR-a (UNHCR, 2013) sirijski sukob, zbog kojeg su milioni ljudi ostavljeni u siromaštvu, gladi, bolesti ili prisiljeni na raseljavanje, predstavlja najgoru humanitarnu krizu u posljednjih 20-tak godina. Jesu li SAD nizom vojnih intervencija, pokrenutih od 2001.g. s ciljem rata protiv terora i sprječavanja masovnog kršenja ljudskih prava, zapravo zloupotrijebile povjerenje međunarodne zajednice? Nesumnjivo supersila u zalasku, se ne susteže od osporavanja suvereniteta drugih država, nasilnog mijenjaja režima i prekrajanja granica, štoviše Sjedinjene Države jasno pokazuju da ne poštuju međunarodni poredak niti međunarodno pravo.

Naime, Sjedinjene Države i zapadni saveznici koristeći emocionalnu argumentaciju u međunarodnim odnosima, često utemeljenu na lažima i medijskim manipulacijama, sve češće odlučuju upotrijebiti silu s ciljem promjene režima i pokoravanja zemalja koje nisu dio savezničkog/podaničkog sistema SAD-a. Takva praksa, koja posljednjih decenija postaje pravilo, svoju legitimnost temelji na vrlo fluidnim kriterijima opravdanosti intervencija i prihvaćenom stavu o ispravnosti namjere vodećih globalnih aktera u oblikovanju novog svjetskog poretka. U kontekstu savremenih međunarodnih odnosa, posebno režim zaštite ljudskih prava se koristi kao vrijedan argument za vođenje tzv. pravednih ratova. Odgovornost za zaštitu (The Responsibility to Protect), kao set UN-ovih normi koji su prigrlile Sjedinjene Države i njeni evropski saveznici postupno se kreće prema otvorenom, brutalnom i nasilnom mijenjanju nepodobnih režima s jasnim ciljem ovladavanja energetske resur-

⁷ <http://ivanristicfpn.blogspot.com/2014/03/kako-mediji-kreiraju-nasu-realnost.html>

sima te putevima njihova protoka na području Evroazije i Sjevera Afrike. Posebno nakon 11. septembra 2001. imperativ zaštite ljudskih prava opravdava upotrebu sile i kršenje načela suverenosti država protiv tzv. nepodobnih, ili odmetničkih država, pojam koji su nakon 1990. uvele tzv. Prosvijetljene države (Chomsky, 2008:124) a s ciljem zaštite *civilnog stanovništva, spriječavanja genocida, etničkog čišćenja kao zločina protiv čovječnosti* I sličnih floskula koje se medijski promovisu. U američkoj posthladnoratovskoj strategiji ljudska prava sve više postaju politički instrument, vrlo korisno sredstvo utjecaja na unutarnju politiku određene zemlje te postupno normalin temelj američkog intervencionizma.⁸

Komesarka za ljudska prava pri Ujedinjenim narodima (UN) Navi Pillay, predstavljajući izvještaj UN-a o ljudskim pravima u Ukrajini, kazala je da su ljudska prava Tatara s Krima ozbiljno ugrožena. Savez Tatara i ukrajinske vlasti je od početka bio neka vrsta braka iz računa. Vlast je Tatara koristila kao oružje protiv ruskog uticaja na Krimu, a Tatari su morali da traže saveznika u Juščenku, koji se deklarativno protivi uticaju Rusije. Ipak, ni to nije mnogo promjenilo njihovu situaciju.⁹ Dirigovana promjena vlasti u Ukrajini je pokrenula događaje koji su se tamo desili. Viktorija Nuland, pomoćnica Američkog državnog sekretara Džona Kerija je izjavila da su SAD potrošile pet milijardi dolara da organizuje događaje u Ukrajini.¹⁰ Naravno, u politici se ništa ne dešava « slučajno » ni « spontano », a iako se dogodi – to je unaprijed već dogovoreno, poput “Arapskih proleća”. Sukob u Angoli koji je tinjao nekoliko decenija tokom druge polovine XX vijeka, predstavlja karakterističan primjer geopolitičke upotrebe jednog prostora, kroz formu borbe za slobodu i ostvarivanja željenih ljudskih prava.¹¹ Sličan geopolitički sukob regionalnih geopolitičkih igrača, void se danas u Jemenu (sukob Irana i Saudijske Arabije).¹² Dvije organizacije za ljudska prava, Amnesty International i Human Rights Watch traže da se Saudijska Arabija suspenduje iz Saveta za ljudska prava UN zbog sprovođenja vojne kampanje u Jemenu. U zajedničkom saopštenju za javnost, oni kažu da je Saudijska Arabija, za dvije i po godine od kada

⁸ Jadranka Polović, Etički aspekti Američkog intervencionizma, <http://geopolitika.news/analize/dr-sc-jadranka-polovic-eticki-aspekti-americkog-intervencionizma/>

⁹ <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=565810>

¹⁰ <http://www.novosti.rs/>

¹¹ Hironaka, Ann (2009). *Neverending Wars: The International Community, Weak States, and the Perpetuation of Civil War*. Harvard University Press.

¹² <https://www.foreignaffairs.com/articles/middle-east/2015-03-25/houthi-who>

je u Savetu UN za ljudska prava, počinila "brutalana i sistematska kršenja ljudskih prava". Saudijska Arabija je zloupotrijebila svoj položaj i zaustavila nezavisne istrage i kritike o tome kako je ta zemlja započela rat u Jemenu. U saopštenju se navode i slučajevi kršenja ljudskih prava i u sâmoj Saudijskoj Arabiji, uključujući zatvaranje disidenata i diskriminaciju radnika-imigranata, žena i šiitske manjine. Navodi se dalje da se talas pogubljenja u Saudijskoj Arabiji pojačao otkad je zemlja član Saveta za ljudska prava UN.¹³ Dešavanja u Srpskoj pokrajini Kosovo (Kosmet) tokom druge polovine 90-tih godina XX vijeka, predstavljaju primjer upotrebe rješavanja ljudskih prava, kao povoda za ostvarivanje željenih geopolitičkih ciljeva.¹⁴ Primjena propagandnog načela pojednostavljivanja slike svijeta ogledala se tokom perioda Hladnog rata, kroz figuru neprijatelja, u prvom redu Sovjetskog saveza, Kine, Kube, Vijetnama,¹⁵ da bi se kasnije usmjerilo u pravcu Iraka, SRJ, Sjeverne Koreje, Irana, terorističkih organizacija¹⁶. Po sistemu – sami kreiramo problem/neprijatelja, organizujemo ga – i onda ga rješavamo/borimo se protiv njega. Pri čemu su zaposleni vojno-industrijski kompleks i vodeći mediji.

3. Zaključna razmatranja

Ono što uopšteno karakteriše međuetničke i međuvjerske sukobe, kako Bliskog istoka tako i prostora Jugoistočne Evrope jeste problem "mržnje malih razlika". Jer, što je bliskost (jezička, genetska, etnička, kulturna) veća – to je animozitet i sukob među takvim zajednicama jači. Kao karakteristične primje-

¹³ Saudijska Arabija i Savjet za ljudska prava UN <https://www.geopolitica.ru/sr/article/oksimoron-un-saudijska-arabija-i-savet-za-ljudska-prava-un>

¹⁴ Nation, R. Craig (2003). *War in the Balkans, 1991-2002*. ISBN 978-1-58487-134-7. I Drezov, Kyril; Gokay, Bulent; Waller, Michael (2014). *Kosovo: the Politics of Delusion*. Routledge. crp. 176. ISBN 978-1-135-27846-5.

¹⁵ Mnogo godina nakon rata u Vijetnamu, negdje u periodu 1992. i 1993. došlo je do širenja dezinformacija da jedan KGB fajnl sadrži dokumenta koja dokazuju da su Vijetnamci zaista, namjerno zadržali američke ratne zarobljenike kao taoce poslije rata. Ovaj mit su godinama održavali američki političar, Ros Pero i još neki desničari, kao i oni koji su željeli da spriječe normalizaciju odnosa sa Vijetnamom u ime osvete za poraz SAD u tom regionu- D. Kelner, (2004), *Medijska kultura*, Clio, Beograd, str. 111.

¹⁶ U SAD je antiarapska propaganda postao veoma tražen komercijalni proizvod. Jedna tiražna majka prikazuje američkog marince koji je uperio pušku u Arapa oborenog na zemlju, sa natpisom – »Pošto ti je sad nafta.« Na jednoj majici je pisalo:»Dođi u vojsku, posjeti zanimljiva mjesta, upoznaj zanimljive ljude i ubij ih« - D. Kelner, (2004), *Medijska kultura*, Clio, Beograd, 2004, str. 364.

re možemo navesti prostor Palestine, Ukrajine, Balkana.. Mediji imaju ključnu ulogu u promovisanju ljudskih prava i izgradnji društva tolerancije i zato je potrebno unapređivati njihov rad. Razvojem javne sfere, medija i društva u celini, sazrijeva svijest da se cjelokupan korpus ljudskih prava mora posmatrati kroz prizmu djelovanja medija, jer je u savremenom svijetu teško ostvariti bilo koje pravo, ako o njemu nije moguća javna debata i ako primeri kršenja prava nisu medijski posredovani. U toj komunikološki shvaćenoj važnosti informacije da ona ima saznavnu, ali i akcionu ravan, nastaje imperativ uloge medija da ostvaruju obaveze koje iz savremenih demokratskih relacija proizilaze. Odgovorno novinarstvo, zasnovano na profesionalnim i etičkim principima, mora stalno da u fokusu svoje pažnje i svoje prakse ima ljudska.¹⁷ Ovo bi trebalo teoretski i etički da predstavlja postulat djelovanja novinara pri istraživanju kršenja i promovisanju ljudskih i manjinskih prava. Međutim, u praksi, novinari i mediji su samo puko sredstvo u ostvarivanju željenih geopolitičkih ciljeva.

Geopolitičke namjere se ostvaruju informisanjem i upravljanjem komunikacijama. Borba za životne prostore nikako nije apstraktna, već složena, kamuflirana i propagandno – retorički maskirana bitka političkih rivala koji neprekidno odmeravaju odnose snaga. Globalni uticaji ostvaruju se preko medija, a u javnom diskursu vladaju demagogija, propaganda i brutalnost. Distribucijom komunikacione moći ostvaruje se poželjno javno mnjenje. Globalna moć se ogleda u sposobnosti medija da dramatizuju planirane političke spektakle i tako stvaraju „svijest globalne zajednice“. Tehnika u „zavođenju masa“ je mnogo savršenija u doba globalizma, manipulativne tehnike i trikovi su sofisticiraniji u stvaranju privida. Institucionalna laž je dozvoljena samo velikim geopolitičkim igračima.¹⁸

Tako da bi se moglo dijagnostifikovati da je upravo sloboda medija, pravo na informisanost – jedno od najugroženijih ljudskih prava. A da je realna vlast - tajna vlast. Novac je samo u funkciji moći u čijoj osnovi leži ovaj ili onaj sistem ideja.

¹⁷ Veljanovski, R. Ljudska prava i odgovornost novinara, FPZG, Zagreb, 2017.

¹⁸ Despotović, Lj, Jevtović, Z. Geopolitika i mediji, Kultura polisa, Grafomarketing, Novi Sad, 2010.

Literatura

Noam Chomsky, 2008 <https://libcom.org/library/interview-noam-chomsky-radical-anthropology-2008>, pristupljeno 02.04.2018

“Ekonomija i ljudska prava”, <https://rs.sputniknews.com/komentari/201804121115237676-ekonomija-liberalizam-prava/> pristupljeno 06.04.2018.

“Geokultura i mediji” <https://www.kcns.org.rs/agora/geokultura-i-mediji/>, pristupljeno 03.04.2018.

“Kako mediji kreiraju našu realnost” <http://ivanristicfpn.blogspot.com/2014/03/kako-mediji-kreiraju-nasu-realnost.html>, pristupljeno 22.03.2018.

“Krimski Tataari”, <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=565810>, pristupljeno 19.03.2018.

“Obojene revolucije i kultura” <https://www.geopolitica.ru/sr/article/obojene-revolucije-i-kultura-patriotizam-protiv-nacionalizma>, pristupljeno 28.03.2018.

“Saudijska Arabija i Savjet za ljudska prava UN”, <https://www.geopolitica.ru/sr/article/oksimoron-un-saudijska-arabija-i-savet-za-ljudska-prava-un>, pristupljeno 14.03.2018.

“Transformacija hibridnog rata” <https://www.geopolitica.ru/sr/article/transformacija-hibridnog-rata>, pristupljeno 16.03.2018.

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

Drezov, Kyril; Gokay, Bulent; Waller, Michael (2014). *Kosovo: the Politics of Delusion*. Routledge. ISBN 978-1-135-27846-5.

Hironaka, Ann (2009). *Neverending Wars: The International Community, Weak States, and the Perpetuation of Civil War*. Harvard University Press.

Jadranka Polović, “Etički aspekti američkog intervencionalizma”, <http://geopolitika.news/analize/dr-sc-jadranka-polovic-eticki-aspekti-americkog-intervencionizma/>, pristupljeno 26.03.2018.

Jadranka Polović, *Ljudska prava kao formalin temelj intervencionističkih politika*, <http://geopolitika.news/analize/dr-sc-jadranka-polovic-ljudska-prava-kaoformalni-temelj-intervencionistickih-politika-3-dio/>, pristupljeno 14.03.2018.

Ljubiša Despotović, Zoran Jevtović, (2010), *Geopolitika i mediji, Kultura polisa*, Grafomarketing, Novi Sad.

Nation, R. Craig (2003). *War in the Balkans, 1991-2002*. ISBN 978-1-58487-134-7.

Rade Veljanovski, *Ljudska prava i odgovornost novinara*, FPZG, Zagreb 2017.

Sirija, <https://srpskainfo.com/sta-se-zapravo-dogodilo-u-siriji-koliko-ima-stanovnika-koje-vjere-se-sudaraju-i-ko-u-njoj-ratuje/>, pristupljeno 18.03.2018.

Srednji Istok <https://www.foreignaffairs.com/articles/middle-east/2015-03-25/houthi-who>, pristupljeno 29.03.2018.

"MI" I "ONI" U REPORTERSKO - PUTOPISNIM ZAPISIMA
GRIGORIJA BOŽOVIĆA

"WE" AND "THEY" IN JOURNALISTIC TRAVEL RECORDS OF
GRIGORIJE BOZOVIC

MA MAJA KOSTADINOVIĆ, doktorand
Filozofski fakultet, Univerzitet u Nišu

Apstrakt: *Medijsko izveštavanje iz multietničkih sredina oduvek je predstavljalo veliki izazov za sve, pa i za najbolje novinare. Viđenje "drugog" najčešće jeste posledica sažimanja predstava koje su o drugoj naciji, etničkoj, rasnoj ili verskoj grupi prisutne u javnosti, posebno kod grupe kojoj autor pripada. U takvim situacijama neophodno je ostati do kraja veran principima profesije, uprkos činjenici da ste suočeni sa brojnim drugim opterećenjima, među kojima su stereotipi i predrasude o ljudima, manjinskim grupama, pa i čitavim narodima više nego izraženi.*

U ovom radu autorica analizira reportersko-putopisne zapise Grigorija Božovića, jednog od najuspelijih novinara Politike svih vremena. U tekstovima koji su nastali i najčešće objavljeni na stranicama, najuglednijeg srpskog dnevnog lista između dva velika rata, Božović je uspevao da, uz sasvim jasno izražen nacionalni stav ostane do kraja objektivan u prikazivanju ljudi i krajeva iz kojih je izveštavao.

Ključne reči: *Putopisna reportaža, Srbi, Albanci, Crnogorci, Kosovo i Metohija.*

Abstract: *Media reporting from multiethnic environments has always been a major challenge for everyone, even for the best journalists. Perception of the "other" is most frequently a consequence of the compression of presentations about other nation, about an ethnic, racial or religious group present in the public, especially if the author belongs to that group. In such situations, it is necessary to remain*

faithful to the principles of the profession, despite the fact that you are confronted with numerous other burdens, among which stereotypes and prejudices about people, minority groups as well as whole nations, have been more than pronounced.

In this paper, the author analyzes journals of travel recorded by Grigorije Bozovic, one of the most successful journalists of the newspaper "Politika" of all times. Although with a very clear national standpoint, Bozovic managed to remain objective in presenting people and regions he wrote about in his texts which were originally and most often published on the pages of the Serbian most prestigious daily newspaper in the period between the two great wars.

Key words: *A Travel Reportage, the Serbs, the Albanians, the Montenegrins, Kosovo and Metohia*

1. Uvod

Za novinara reportera nema težeg zadatka od izveštavanja o životu na multietničkim prostorima. U takvim situacijama na proveri su njegova profesionalnost i etičnost. Kako videti "druge", one kojima sam ne pripadaš i pri tom zadržati visok stepen objektivnosti u prenošenju slika iz svakodnevnog života, koji je inače, opeterećen brojnim stereotipima i predrasudama, to je pitanje na koje samo najbolji među njima znaju odgovor. Grigorije Božović, između dva svetska rata, novinar – reporter najuglednijeg srpskog lista Politike jedan je od onih kojima je to uspelo. Iako je u svojim tekstovima iskazivao visok stepen sopstvene nacionalne pripadnosti, u opisima ljudi i krajeva koje je obilazio, a reč je o prostorima juga Srbije, Kosova i Metohije, Makedonije, Crne Gore, Bosne i Hrvatske, gde su, inače živeli Srbi, bilo kao većinski ili manjinski narod, nikada nije prekoračio granice profesionalnosti. Kroz njegove tekstove progovarali su snažni i izmučeni kosovski, kolašinski, metohijski, južno-srbijanski, makedonski ljudi i to u trenutku kad su ovi krajevi iz feudalnog ropstva prelazili u kapitalističko društvo. Božović se strasno zalagao za ideale slobode, pravde i jednakosti, za oslobođenje južnih krajeva od Turaka i Arbanasa, Poturica, Arnauta i Kačaka, odmetnika i harambaša, Bugara i Bugaraša, protuva i šićardžija, ali pri tom nije napisao ni jedno slovo kojim bi ponizio pripadnike naroda kome nije pripadao. Hvalio je i kudio podjednako i one kojima je i sam pripadao i one kojima nije, a koje je upoznavao na svojim putovanjima, odnosno radnim zadacima.

Uprkos takvim svojim stavovima posle drugog svetskog rata, debeli veo zaborava prekrio je njegovo novinarsko stvaralaštvo. Tome je, svakako, doprinela presuda Vojnog suda Komande grada Beograda od 29. decembra 1944.g., kojom je, zbog navodne saradnje sa okupatorima, ovaj vrsni novinar - reporter osuđen na smrt streljanjem. To je svakako i jedan od glavnih razloga što u istoriji srpske štampe, pisanoj posle Drugog svetskog rata, Božovića gotovo da uopšte nema. Srećom, rešenjem Okružnog suda u Beogradu od 4. aprila 2008. godine Božović je rehabilitovan i smatra se neosuđivanim, jer je presuda proglašena nevažećom.

Na njegovo ime i stvaralaštvo pažnju su skretali uglavnom oni koji su se bavili tumačenjem njegovog književnog dela, nazivajući ga često "kosovskim Andrićem". Međutim, ostaje činjenica da je najveći broj svojih briljantnih, možda i najlepših tekstova Grigorije Božović objavio na stranicama Politike, a oni su tada tretirani kao putopisne reportaže. Začuđuje, međutim podatak da su istraživači u dosadašnjim analizama prednost davali gotovo isključivo prvom delu odrednice novinarskog žanra – putopisu, dok su reportažu stavljali u drugi plan. Kao da su se plašili da će time umanjiti vrednost stvaralaštva Grigorija Božovića.

To je i motiv zbog koga opredeljujući se za temu iz naslova ovog rada ulazimo u prostor žurnalističkog stvaralaštva koje je u srpskom novinarstvu poslednjih decenija potisnuto u drugi plan (analitika i reportaža), jer je trka za profitom nametnula medijima bavljenje lakim, površnim, aferaškim temama, tipičnim za tabloidno novinarstvo. Naš cilj je da, upravo zbog toga, pre no što pređemo na analizu sadržaja reporterskih tekstova Grigorija Božovića kojom ćemo pokazati da kod ovog reportera nije bilo stereotipnog gledanja na pripadnike različitih nacija i manjina, da nije bilo podele na "mi" i "oni", učinimo i napor da teorijski definišemo razgraničenje između reportaže, putopisa i putopisne reportaže. U istraživanju koje obavljam o primenićemo moderan metodološki postupak koji podrazumeva prožimanje više metoda. Njihovo slivanje i smenjivanje, omogućiće nam da temu adekvatno ispitamo. Komparativnom analizom utvrdićemo odnos reportaže i putopisa, a strukturnom metodom analiziraćemo mozaik strukturu Božovićevih tekstova, posebno odnos prema pripadnicima različitih nacionalnih grupa.

Naše opredeljenje za čistu ili pretežno kvalitativnu analizu sadržaja, podrazumeva prosto pronalaženje i pridavanje kvalifikacija, već izdvojenom, razvrstanom i prebrojanom materijalu. Slikovito rečeno, čisto kvalitativna analiza sadržaja za koju se opredeljujemo je ona analiza koja na medijske sadržaje

primenjuje logiku i metodologiju posmatranja. To znači da ćemo se kretati po tekstualnom zapisu kao posmatrači kroz događaje, procese i pojave koje posmatramo: neopterećeni predrasudama, otvoreni za inpute, pažljivi i sistematični. Beležićemo svoja zapažanja i na kraju ih proučiti i izvesti zaključke o obrascima mišljenja, osećanjima i ponašanjima, koji se iz te analize budu prepoznali.

2. Grigorije Božović novinar-reporter

Beogradska Politika je u svojim redovima imala mnogo autora književnika koji su svojim tekstovima davali poseban pečat listu. Među najpoznatijima su pre svih Ivo Andrić i Miloš Crnjanski, tu su naravno i Jovan Dučić, Branislav Nušić, Stevan Sremac i mnogi drugi. Njima uz rame svakako je i Grigorije Božović autor brojnih putopisnih reportaža kojima je čitaocima približavan život srpskog juga.

Reč je o novinaru i književniku, društvenom i nacionalnom poslaniku u južnim krajevima Srbije. Grigorije Božović koji je rođen 1880. godine u Pridvorici, u Ibarskom Kolašinu, Bogoslovsko-učiteljsku školu završio je u Prizrenu, a Duhovnu akademiju u Moskvi. Bio je pomoćnik pesniku Milanu Rakiću, konzulu Kraljevine Srbije na okupiranom Kosovu i Metohiji uoči velikih događaja 1912., kao i njegov otac, prota Vukajle Božović. Za vreme Prvog svetskog rata austrougarski okupator ga je internirao u logor. Posle rata, bio je narodni poslanik i borac za pravdu svog zavičaja, i ne samo svog. Bio je reporter Politike za koju piše sve do 1941. godine. Saradnju sa Politikom započeo je 1910. godine objavljivanjem jedne pripovetke. Od tada, pa do 1928. godine bio je saradnik, a potom i stalni novinar tog uglednog lista. Streljan je, zbog navodne saradnje s okupatorom, u noći između 1. i 2. januara 1945. godine, negde u Beogradu. Nepoznato je gde mu je grob. Rehabilitovan je 2008. godine.

Božović je bio reporter i pesnik Stare Srbije, koji je opisao ono trajno ne samo kod svojih sunarodnika, nego i kod Arbanasa, čije je čojstvo i junaštvo umeo da poštuje kao i čojstvo i junaštvo Srba. "Mi smo", pisao je Božović, "s Arbanasima prvi susedi i dvadeset vekova zajedno – treba da se poznamo i da negujemo te odnose". Hvalio je arbanasko "gostoprinstvo i prema neprijatelju, kao i držanje bese" (Politika br. 5813, 2.jul 1924.). Istovremeno, oštro je kritikovao albanske upade na zemlju Vasojevića i Kuča. Živog i sočnog jezika, majstorske prozne kičice, ovaj autor je, sve do početka devedesetih godina prošlog veka, bio i prećutan i precrtan. Tek u to vreme zahvaljujući pre svega Novinsko izdavačkoj kući "Panorama" iz Prištine i njenom listu "Jedinstvo"

počinje podsećanje na njegovo delo, koje je, naravno, značajno poraslo posle 2008. godine i njegove rehabilitacije. Proučavanje Božovićevog dela, posebno putopisnih reportaža podstaknuto je saznanjima o tome da je najveći broj njih zapravo primer rodoljublja i čovečnosti, koje nema u sebi ničeg netrpeljivog i ograničenog. On je bio novinar i književnik, ali i zatočnik i zavetnik temeljnih vrednosti hrišćanske civilizacije, što mu obezbeđuje trajno mesto u našem novinarstvu i književnosti.

Tekstovi Grigorija Božovića objavljeni u listu *Politika* predstavljaju svedočanstvo o porobljenom jugu, kao i životu u krajevima koji su posle završetka Velikog rata pripojeni Kraljevini Jugoslaviji. On je slikar mukotrpnog ropskog života seljaka i planinaca i objektivan tumač njihovih misli, želja i snova. Njegovi tekstovi objavljeni u *Politici* u međuratnom dobu, deluju ljudski toplo i često do suza dirljivo. Kao što kaže prof. Marinko Božović u pogovoru knjige *Putopisi* koju je objavio Zavod za izdavanje udžbenika "slikajući bujnost i snagu ljudi sa juga, on je opisivao njihove čežnje i žeđ za pravim životom, otkrivao zdravlje i elementarnost njihovih strasti, a onda sav taj unutrašnji svet svojih junaka dovodio u skladan odnos sa događajima, mestima, gde je živeo, i zbivanjima u njima" (Božović, 2016:1536).

Božovićevo delo, posmatrano u celini, a posebno u tekstovima koje je objavio u *"Politici"* nosi pečat njegove nacionalne i socijalno ideološke usmenosti. I kao autor, i kao čovek Božović se zalagao za slobodu i nacionalno oslobođenje svog naroda. Zanimljivo je da su Božovićeve poruke i danas aktuelne, a u nekima od njih kao da je ocrtavao i današnju geopolitičku stvarnost u kojoj Srbija živi. Na jednu od njih podseća i profesor Dragiša Bojović u zborniku sa naučnog skupa koji je pod nazivom *Poetika Grigorija Božovića* održan juna 2015.g. u Kosovskoj Mitrovici i njegovom rodnom Ibarskom Kolašinu, a čiji su organizatori bila dva Filozofska fakulteta, iz Kosovske Mitrovice i Niša, kao i Kulturni centar "Stari Kolašina" iz Zubinog potoka. Evo šta je Grigorije poručivao svom narodu: "U naše dane počelo se sumnjati u sve-moćnu Evropu, u njenu kulturu i civilizaciju, iako su oni na tako dostignutoj visini. Već je pala reč o njenom sumraku. Što je još teže, počelo se sumnjati u njeno hrišćanstvo i pored toliko uređenih i moćnih crkava, i pored toliko svetlih uspona i zajednica i sjajnih duhova koji su to hrišćanstvo nosili. Nastala je kriza u verovanju da ono može konačno upitomiti čoveka i pružiti svetu savremeniju čovečnost. Nehrišćanske zemlje i narodi sa pojačanom nadom očekuju ne samo gašenje hrišćanstva i svega onoga što je ono nosilo, nego grč i pomračenje Evrope da joj se osvete za sva zla, stvarna i izmišljena, koja im je ona

nanela, stavši se na čelo svetskoga života. Jer je i za njih zarazan njen primer, njena međunarodna nebriga i vrlo mala snaga njenog hrišćanstva da ljudi i narodi budu bolji./.../ A izbegavanje svakog doticaja sa Rusijom je za svaku osudu. Danas je za svakoga kao dan jasno da u svetu ne može biti uravnoteženosti bez velike severne sile. I svako treba da dođe do kakvog sporazuma sa njom osim nas... Mi se samo ograđujemo iako smo svesni da će nam ona najviše trebati i da smo dužni svu snagu uložiti da u njenom poslednjem velikom računu ne budemo kakav nemilosrdno ostavljeni ostatak...Naše želje za Rusiju su nesumnjive i nepodeljene: mi želimo njen vaskrs ne samo računski, no nagonski i svim srcem... Greši, duboko greši, upravljač naše spoljne politike što se toliko ograđuje od Rusije, budi i sovjetske, jer je ipak to država ruskog naroda.“

Grigorije Božović je kao reporter-putopisac bio vrlo temeljan. On je svoje tekstove realizovao, u maniru svetskih reportera, posle odlične pripreme. Pre polaska na put istraživao je relevantne zapise o svojoj nameravanoj putanji i o mestu u koje se uputio. Upoređivao je, proveravao, istraživao i beležio, a tek potom kretao na put. Potom je putovao i beležio svoje utiske i to razgovarajući sa konkretnim ljudima, da bi ih tek potom transponovao u rukopise. O tome svedoči i reportaža o selu Istiniću kod Dečana u kojoj se Božović poziva na poznatog pripovedača Petra Kostića koji je prethodno zabeležio da u tom selu "postoji mahala Stojkovića", kao i to da je čuveni aga Batuški sačuvao u kući predanje da je "poarnaućeni vlastelin srpski" (Božović, 1926:84). Dakle, Božović ne mašta i ne prenosi legendu, već konkretan zapis, što je zapravo odlika pravog novinskog izveštača.

3. Između putopisa i reportaže

Da bi se bolje uočilo svo bogatstvo formi, stila i jezika koje je u opisivanju "stanja na terenu" koristio reporter Politike Grigorije Božović potrebno je napraviti teorijsko razgraničenje između pojmova reportaža i putopis. Ovde se zapravo ne radi o prostom pojmovnom razgraničenju, već o prepletenosti, ovih tako često, spominjanih žanrovskih odrednica.

Reportaža kao literarno-novinarski fenomen predstavlja kompleksno štivo i iziskuje adekvatno analitičko istraživanje. Brojna dosadašnja istraživanja o novinskoj reportaži imala su, uglavnom, parcijalan, a ne sintetički karakter, a rezultati tih istraživanja, na domaćem prostoru, bili su više plod esejističkog, a manje studioznog karaktera (osim istraživanja prof. Radomira Životića koji je najcelovitije obradio pitanja vezana za posleratnu reportažu i njene stil-

ske odlike). Tek u poslednje vreme srpski teoretičari medija dali su preciznije određenje reportaže kao žanra (Vidi: Jevtović, Petrović, Aracki, 2014). Ovde posebno skrećemo pažnju na suštinske odlike ovog žanra: "na stvarno – objektivno u reportaži i specifičnost njenog kreiranja, na odnos racionalnog i emocionalnog, na odnos autora reportaže prema odabiru faktografskih elemenata i unosu "ličnog viđenja", na željeni uticaj na javno mnjenje i ostvarenje profesionalne etičnosti (tačnosti, verodostojnosti, objektivno prikazivanje i td)" (Životić, 1979: 16).

Što se putopisa tiče on se definiše kao "rod ili vrsta naučne literature", ali i kao slobodno, umetničko transponovanje doživljenog, protkano piščevim osvrtima na savremena i prošla zbivanja ili stručan opis viđenih događaja i pojava. Putopis je, zapravo, i književni, ali i novinarski žanr.

Za određenje putopisa uglavnom se koriste stavovi V. Točanca, R. Dimitrijevića, M. Solar a i drugih. Većina tih stavova vezana je za Teoriju književnosti i po njima putopis je književno-naučna vrsta. Solar u putopisu vidi deo nauke, ali i publicistike, a tu vezu uočavaju i neki drugi teoretičari književnosti.

Putopisa ima različitih, a njihova vrednost zavisi od talenta autora. Ima putopisa sa istorijskom, geografskom i drugom naučnom sadržinom. Kada se objave u novinama, zbog njihove informativnosti, govorimo o novinarskom žanru, kada se objave u knjigama, kao što je slučaj sa većinom naših putopisa onda ih određujemo prema sadržini i načinu njihovog oblikovanja. Profesor Radomir Životić naglašava da "literarni putopis nazivamo putopisnom reportažom ili češće samo reportažom".

Putopis, shvaćen u klasičnom smislu, ima naučni karakter kao primaran. To što se klasično shvatanje putopisa kao posebnog žanra izmenilo, kao što se izmenilo i klasično shvatanje o putopisnoj reportaži ne znači negiranje samostalnosti ovih žanrova. "Kada je u pitanju stručni opis viđenog na jednom putu i to suvim, naučnim stilom – imamo putopis, a kada je viđeno i doživljeno transponovano kao snažan lični doživljaj i izraženo pretežno literarnim stilom imamo reportažu ili tačnije – putopisnu reportažu" (Životić, 1979: 205-211). Osnovna razlika između ova dva žanra je u stilu prikazivanja, odnosno opisivanja. U praksi je, naravno moguće preplitanje ova dva žanra tako da određivanje graničnosti predstavlja poseban problem.

Vrednost putopisa i putopisne reportaže zavisi od talenta i objektivnosti autora. Ipak, putopisna reportaža, danom objavljivanja u najvećoj meri pokreće na akciju, otkriva problem i podstiče na rešavanje, a sa vremenom te

ideje gube od svoje aktuelnosti, tj. njihova aktuelnost slabi sa izmenom objektivne stvarnosti.

To je, zapravo, sudbina najvećeg broja novinskih tekstova. Oni, poput vilinog konjica, traju samo jedan dan. Međutim, ukoliko predstavljaju nesumnjivu vrednost, ukoliko su različiti – sadržajem, stilom, porukom koju prenose, onda oni učine da njihovi autori, poput Grigorija Božovića, pronađu trajno mesto u istoriji žurnalizma.

4. "Mi" i "Oni" kod Božovića

Prethodno razgraničenje napravili smo upravo zbog želje da Grigorija Božovića prikažemo kao novinara reportera. Jer, više je nego jasno da je u svojim tekstovima, koji su objavljeni u *Politici*, a potom sakupljeni i objavljivani u knjigama koje su proglašavane za putopisnu prozu, on, viđeno i doživljeno na terenu transponovao kao snažan lični doživljaj, uz korišćenje literarnog stila kojim je dominirao prebogati narodni vokabular krajeva koje posećuje. A to su, ujedno, glavne odlike novinskih reportaža.

Božović je bio neumorni društveni radnik koji je imao mnogo razumevanja za složene procese konstituisanja države posle Prvog svetskog rata i za nove zanose razbuđene nacionalne svesti. U nekim od prvih putopisnih reportaža vidljivo je i njegovo lično oduševljenje idejom jugoslovenstva koja je tada, ali i sve do skora, bila prisutna. Međutim, sa protokom vremena i posebno sa upoznavanjem krajeva u kojima su Srbi živeli kao manjina, kod njega dolazi do prosvćenja i formiranja mišljenja da je reč zapravo o velikoj zabludi. I u takvoj situaciji on ostaje dosledan principima žurnalističke profesije i izbegava predrasude, dok stereotipno prikazivanje "drugog" koristi samo iz jednog razloga, onog istog koji je bio povod Džozefu Puliceru (Joseph Pulitzer) da stereotipe uvede u žurnalizam, a to je sažimanje opisa većih grupa ljudi.

Ima teoretičara, poput Milana Bogdanovića koji tvrde da je Božović u putopisima objavio zbirku svojih "utisaka" o "rasnim, nacionalnim i socijalnim prilikama u našim krajevima" i proglašavaju ga, ne bez razloga, najboljim poznavaoцем "starinske, ali u primitivnosti neobično složene psihologije rasa i ljudi našeg balkanskog juga" (Bogdanović, 1928:387-388).

I mnogi drugi koji su proučavali delo Grigorija Božovića slažu se sa ovom ocenom. "U svojim reportersko putopisnim zapisima Božović je posebno pažnju posvećivao planincima, narodnim vođama, uzornim sveštenicima i učiteljima, misionarima i drugim narodnim poslanicima" (Ristić, 1994:73). Oni su najčešće prikazivani kao nosioci duhovnog, prosvetiteljskog, nacionalnog i

civilizacijskog preobražaja kraja u kome žive. Osvetljavajući njihove likove Božović se trudio da se karakteriološki dopadnu čitaocima, što je i razumljivo ako se ima u vidu njegova više puta jasno izražena nacionalna opredeljenost. Međutim, čak i onda kad slika pripadnike drugih naroda ili veroispovesti, sa čijim se stavovima, inače, ne slaže Božović ne krije ono što su njihove ljudske vrline i vrednosti, pre svega poštovanje date reči.

Putopisi Grigorija Božovića sadrže mnogo interesantnih pojedinosti o životu Srba na prostorima južne Srbije, posebno na Kosovu i Metohiji, ali se u njima mogu pronaći i zanimljive karakteristike doseljenika na KiM, pre svih Crnogoraca i Ličana. On se "zadržava na pojedinostima koje se tiču izvesnih navika, ali i karakteroloških odlika jednog te istog naroda koji je istorijski bio rasut i koji je na tim novim prostorima primao ili razvijao poneku osobinu po kojoj se udaljavao od starosrbijanaca" (Ristić, 1994:45). Tako za Crnogorce na KiM tvrdi da "hoće da su blizu gradova, jer vole kavanu i politiku", dok Ličani vole "dobru zemlju koju nisu imali".

Portretišući Crnogorce, životno i karakterološki, Božović u svom putopisnom zapisu "Priča i stvarnost" nastoji da ublaži uvreženo mišljenje da su Crnogorci lenjivci i pričalice. On polazi od činjenice da je Crna Gora često bila zbeg i ratni logor i da na njenom kršu i nije bilo uslova za zemljoradnju i stočarstvo i zaključuje da je to moralo uticati na same Crnogorce. Oni su hajdukovali i ratovali, žene su se starale o kući, deci i imanju, a deca su čuvala stoku. Da se ne radi o lenjom, već o junačkom i ponositom narodu, po Božoviću, može se zaključiti iz činjenice da su "oni putovali u Carigrad, Smirnu, Aleksandriju, Solun – da im nigde nije bilo teško da rade i sebi zarade hljeba". Božović takođe opisuje i pečalbarenje Makedonaca i Crnogoraca i sve zastupnike predrasuda o pripadnicima ovih naroda pita "da li im je to pravi dokaz za tvrdnju o lenjosti". Najveći deo reportersko putopisnog opusa Grigorija Božovića tiče se zapravo odnosa Srba i Arbanasa. Odmah se mora zapaziti da je taj odnos iako nacionalno obojen novinarski profesionalano izbalansiran. Uzroke sukoba on je video ne u ljudima, već u ekonomskim motivima, nagonskoj težnji za opstankom, ali i u islamizaciji čitavog prostora. Jordan Ristić u intervjuu prištinskom "Jedinstvu", čija je redakcija izmeštena u Kosovsku Mitrovicu, kaže da je Božović fenomen islamizacije, koji je nazvao najvećom opasnošću za Srbe, duboko doživljavao i nosio kao teret, posvetivši mu se potrebnom ozbiljnošću, proučavajući ga kako bi sagledao ne samo njegove uzroke no pre svega posledice koje su nesagledive po srpski rod. Tako je otkrio da je područje Drenice, koja je nekada bila potpuno srpska: "danas gotovo sva arnautska,

izuzevši naseljenike i jadne ostatke starinaca. Arnauti su došli iza naših gora svakako posle naše velike seobe" - pozivajući se na zapise manastira Deviča i navodeći mnoga arnautska bratstva koja „znadu da su Bjelopavlići, Kući, Vasojevići" („Čudesni kutovi"). Tako poraznu sliku Drenice, koja je unazad dva veka bila srpska i „u kojoj je do pre pedeset godina živeo i srpski jezik", uzrokovali su islamizacija i arnautska nedela" (Ristić, 2016). O islamizaciji, igri sudbine našeg življa, kako da se raja održi i sačuva svoju pravoslavnu veru, svedoče i brojni putopisi Grigorija Božovića o Crnoj Gori, a posebno putopisi „Belopoljski Kolašin" i „Kolašinske razure".

Leksika kojom je Grigorije Božović dočaravao odnos "nas" i "njih" sa terena odakle su potekli njegovi reportersko putopisni zapisi izuzetno je bogata. Malo je ko od srpskih reportera imao tako jezgrovit jezik i koncizan stil. Tome je svakako doprinela činjenica da je to, zapravo, bio jezik njegovog rodnog kraja - Ibarskog Kolašina, "jezik Kosovaca, Arnauta, Maćedonaca, zulumćara i Kačaka". Malo je ne samo novinskih reportera, već uopšte i pisaca, koji su poput Božovića vešto vladali tim jezikom juga, južnim dijalektom, raško-zetskim i kosovsko-metohijskim idiomima, koristeći njegovu pravu snagu i indikativno-denotativnu konotaciju, kao oružje u borbi protiv tuđina. U građenju i razvijanju likova Božovićev novinarsko pripovedački postupak je objektivn, realističan. Njegova je reportaža autentična, njegovi su opisi detaljni. Rečenica mu je logična, snažna i jasna. Nad njenom se porukom mora zastati. Stil mu je, kako to naglašava Marinko Božović u tekstu "Priča široka kao reka", koji je objavilo prištinsko Jedinstvo u dvobroju 8 – 9 juna 1991.g., "svojtven, samobitan i ličan".

5. Zaključak

Grigorije Božović koji je više od 50 godina u Srbiji bio praktično precrtani i zaboravljeni autor, jer su ga komunističke vlasti bez suđenja 1945. godine proglasile saradnikom okupatora i likvidirale, tek posle oslobađajuće presude 2008. godine vratio se u žižu interesovanja javnosti. Njegovo delo uglavnom je prikazivano kao književno. Međutim, naše istraživanje koje je zasnovano na kvalitativnoj analizi sadržaja tekstova koje je ovaj autor objavljivao u beogradskoj Politici pokazalo je da se radi o jednom od najboljih novinara - reportera koje je Srbija ikada imala.

Teorijska analiza sa početka ovog teksta pomogla nam je da razjasnimo prilično zamršene poglede na Božovića kao putopisca i Božovića kao novinskog reportera. Opredeljujući se za stav vrhunskih teoretičara medija prema

kome putopis, u klasičnom smislu, ima dominantno naučni karakter, dok je reportaža onaj žanr u kome se prepliću subjektivni doživljaj autora i njegova literarna prezentacija viđenog i doživljenog Božovićevo delo smo svrstali u reportersko. Izvesno je, međutim, da se ove dve žanrovske odrednice ne mogu do kraja polarizovati, niti jedna isključuje drugu. Otuda su u pravu oni koji Božovićeve tekstove u Politici svrstavaju u pomalo zaboravljeni žanr u srpskom novinarstvu – u putopisnu reportažu.

Reportersko putopisni zapisi Grigorija Božovića, nastali između dva velika svetska rata, predstavljaju nezaobilazno štivo u proučavanju tragike srpskog naroda. Njegovi tekstovi objavljeni u beogradskoj "Politici", a kasnije pretočeni u knjige putopisa, urađeni su uskladu sa najvišim principima žurnalističke profesije, a to znači maksimalno objektivno i istinito uz puno poštovanje novinarske etike. Da je to tako pokazalo je i naše istraživanje koje smo ovde delimično prezentovali, a u kome smo pokušali da pokažemo da kod Božovića, uprkos njegovom jasno izraženom nacionalnom opredeljenju, nije bilo tradicionalne podele na "nas" i "njih". Iako je izveštavao uglavnom sa multietničkog područja Grigorije Božović nije zapadao u zamke stereotipa i predrasuda o ljudima i narodima, već je uvek tragao za onim što je vredno u svakom čoveku o kome je pisao, bio on pripadnik većinskog ili manjinskog naroda.

Prebogati jezik i literarni stil glavne su odlike tekstova koje je Božović objavljivao u beogradskoj Politici, a prema teoretičarima medija to su i glavne odlike novinskih reportaža. Izveštavajući o životu na područjima na kojima se prepliću sudbine pripadnika različitih naroda on se nije opredeljavao samo za govor sopstvenog naroda, već je beležio sve frazeologizme, varvarizme, prvenstveno turcizme i provencijalizme. Žalio je zbog toga što je srpski jezik na nekim područjima sa kojih je izveštavao morao da ustukne pred jezikom većinskih naroda tih sredina, posebno pred arnautskim, ali je pronalazio dovoljno snage i žurnalističkog poštenja da u svojim tekstovima ostane govorno autentičan i izražajno sugestivan.

Postupajući na takav način, vodeći računa o ljudskim različitostima, različitostima među narodima, razlikama među jezicima i kulturama Grigorije Božović je dao značajan doprinos očuvanju srpskog identiteta. Jer, identitet zapravo leži u kontaktima, a on se njima najviše bavio. Zabluda je živeti u uverenju da naš identitet zavisi od nas samih. On se oblikuje u susretima i životu s drugima, načinom kojim mi gledamo na druge i načinom kako drugi gledaju na nas. To praktično znači da su "oni" drugi deo našeg identiteta. "Mi" bez njih ne postojimo. Boreći se za očuvanje nacionalnog identiteta Grigorije

Božović, je odlično razumeo da "mi" ne možemo opstati ukoliko se ne suočimo sa onim bitno "drugim", koje živi pored nas.

Literatura

Bogdanović, M. (1928) Grigorije Božović "Crte i reze", Beograd: SKG, knjiga XXV.

Božović, G. (1924) Giljardi, Beograd: Politika br. 5813, 2. jul 1924. str. 1.

Božović, G. (1926) Uzgredni zapisi, Beograd, str. 84.

Božović, M. (1991) Priča široka kao reka, Priština: Jedinstvo, dvobroj 8.-9. jun.

Božović, M. (2016) Pogovor, u Putopisi, pr. Jordan Ristić, Beograd: Zavod za izdavanje udžbenika

Đukić, S. (2016) Jordan Ristić: Grigorije Božović nadahnut stvaralac zavidnog umetničkog izraza, intervju, Kosovska Mitrovica: Jedinstvo, <http://www.jedinstvo.rs/>, pristupljeno 10.4.2018.

Životić, R. (1979) Posleratna reportaža i njene stilske odlike, Gornji Milanovac: Dečije novine.

Jevtović, Z., Petorić, R., Aracki, Z. (2014) Žanrovi u savremenom novinarstvu, Beograd: Jasen.

Ristić, J. (1994) Putopisna proza Grigorija Božovića, Priština: Novi svet, Podgorica: Oktoih.

Dokumentacije lista Politika

MEDIJI I MANJINE – PRAVO NA RAZLIČITOST

MEDIA AND MINORITIES - THE RIGHT TO BE DIFFERENT

dr ALEKSANDRA BRAKUS, docent

Apstrakt: U radu se govori o tome na koji način mediji nacionalnih manjina učestvuju u javnom dijalogu, da li zadovoljavaju postulate i funkcije modernih medija, da li oni ispunjavaju ulogu komunikatora u modernom poimanju masovnih medija. Mediji prenose poruke, ali i učestvuju u proizvodnji njihovih značenja. To znači da moramo uvek biti svesni efekata medijskog delovanja. Suština modernog medija jeste da bude kanal masovne komunikacije koji pokreće razmenu informacija, objavljuje ih, vrednuje i na taj način gradi društvo, pruža konzumentima tumačenja raznih pojava, od socijalnih, političkih, kulturnih, zabavnih, edukativnih i sl. Pruža informacije o dobroj praksi, kritikuje loše prakse, i na taj način doprinosi izgradnji boljeg sveta.

Ključne reči: Mediji, manjine, masovne komunikacije, informacije

Abstract: The paper discusses how the media of national minorities participate in public dialogue, whether they satisfy the postulates and functions of modern media, whether they fulfill the role of communicator in the modern understanding of the mass media. The media deliver the messages, but also take part in producing their meaning. It means that we must always be aware of the media effects. The essence of the modern media is to be a channel of mass communication that proposes the exchange of information, publishes them, evaluates and that way forms the society, providing consumers a variety of interpretations of the phenomenon of social, political, cultural, entertaining, educational, etc. Gives information about good practices, criticizing bad practices, and on that way it contributes to make a better world.

Key words: Media, Minorities, Mass Communication, Information

1. Uvod

Rasprava o kulturnoj politici u Evropi, bila je veoma često na dnevnom redu devedesetih godina XX veka, u kontekstu nečega što bi se moglo smatrati značajnim kulturnim preokretom u diskursu Evropske unije.

Rasprava se razvijala u dva pravca. Prvi je podrazumevao izgradnju panevropskog kulturnog prostora i mogućnost stvaranja zajedničke evropske kulture i identiteta. Ovakav integracijski program bio je praćen proširenjem evropskih kulturnih tržišta i prostora, kao na primer u medijskoj politici „televiziju bez granica“. Drugi pravac u kojem su se razmišljanja kretala vodio je ka novom regionalističkom programu uz krilaticu „Evropa regiona“, s naglašenom idejom o Evropi kao bogatom kulturnom mozaiku i idejom o „jedinstvu u raznolikosti“. U samom središtu sveopširnijih rasprava bilo je pitanje nacionalnih kultura koje, svakako, predstavljaju primarni referentni okvir u kojem se pažljivo razrađuju programi kulturne politike u modernoj Evropi.¹

2. Mediji i manjine

Jasno je da je u Evropi situacija komplikovanija što se tiče multikulturalnosti i potrebno je da kulturna i medijska imaginacija budu u skladu sa složenošću i budućim izazovima. U današnje vreme kulturna raznolikost je velika i moraju se uzeti u obzir značaj migracione populacije koje žive u velikim evropskim gradovima. Tu su pitanja koja se tiču postkolonijalnih migranata, ali i novih globalnih migranata koji su počeli da pristizu u značajnom broju.

Pitanje migracije obično se povezuje sa osećanjem „ugroženosti“. U zemljama imigracije smatra se da migranti ugrožavaju „naše“ poslove, dohodak, kulturu, javni red i životni stil. U stvari, u raspravama o migraciji, ona se često predstavlja kao pretnja nacionalnoj kulturi i javnom redu. Migracija se definiše kao „opasnost“ za društvo. Taj osećaj ugroženosti koji prati migraciju možda je svojstven nacionalnim državama i društva u kojima etničke i granice moraju da se podudaraju. Trenutno rasplamsavanje međunarodnog terorizma i rasprava o bezbednosti u vezi sa tim i „našeg“ osećaja bezbednosti.²

Migracija predstavlja pojavu sa značajnim socijalnim, ekonomskim, kulturnim i političkim reperkusijama. One su bitne za društvo iz kojih migranti potiču, ali i za društvo koje ih prima.

¹ Majnhof, Triandafilidu, *Transkulturalna Evropa, kulturna politika u Evropi koja se menja*, Clio, Beograd, 2008., str.7

² Isto, str. 18

Politika multikulturalizma je u krizi a i tu je pitanje bezbednosti na nacionalnom nivou. Ako pogledamo velike evropske gradove možemo uočiti da se transnacionalne mreže ipak razvijaju i napreduju. Ti novi tokovi i odnosi, osporavaju i remete nacionalne diskurse o kulturnoj homogenosti koji smatraju da grupa doseljenika treba da se prilagodi kulturnoj sredini u koju su došli.

Međutim, novi odnosi koji se uspostavljaju u multikulturalnim sredinama su vrlo interesantni i potrebno je bolje spoznati međuzavisnosti i tokove savremenih društava.

London je svetski grad i stečište značajnih tokova, proizvoda i ljudi koji prevazilaze urbane i nacionalne teritorijalne granice. Ova prestonica je postala kosmopolitski grad.

Transnacionalni mediji i svetska kulturna dešavanja izražavaju potrebe londonskog šarolikog stanovništva i udovoljavanju tim potrebama.

On ne može da se svede na tradicionalno izveštavanje putem medija već mora da uzme u obzir potrebe nacionalnih manjina i pruži otvorenost prema novim oblicima kulturnog identiteta i izraza.

Uzimajući sve u obzir pitanje izgradnje identiteta manjinske zajednice, razvijanje kulturnog delovanja na evropskom nivou može da bude i teško i komplikovano.

Javno informisanje na jezicima nacionalnih manjina je važan element medijskog sektora svake zemlje, a posebno multietničkih, država koje se istinski staraju da važeći dokumenti Saveta Evrope, poput Okvirne konvencije o zaštiti nacionalnih manjina i Povelje o regionalnim i manjinskim jezicima, budu aktivni deo svakodnevnice demokratski ustrojene zajednice.

Više od veka informisanja na maternjem jeziku na prostorima zapadnog Balkana nije zanemarljivo nasleđe. Posebno podsticano u drugoj polovini dvadesetog veka rezultiralo je modelom dobre prakse koji je bio uzor mnogim multietničkim zemljama van ovog područja. Konflikti nastali poslednje decenije dvadesetog veka u mnogome su devastirali ne samo medije na jeziku većine, već i medije manjina podjednako u svim novonastalim državama na teritoriji prethodne SFRJ. Rekonstrukcija je spora, kao i povratak poverenja auditorijuma, odnosno kadrovskog kapaciteta tih medija i strategije razvoja informisanja manjinskih zajednica. Očekujemo da bi se povećalo razumevanje za problematiku manjinskog informisanja u zemljama regiona ukoliko bi većinski narodi bili upoznati sa statusom svoje zajednice tamo gde su u manjini i kad bi uporedili taj status sa statusom manjina u državi gde su oni u

većini. Ova spoznaja uticala bi na smanjenje diskriminacije na području manjinskog informisanja u zemljama regiona kao i na praktično unapređenje prava manjina u oblasti javnih komunikacija.³

Saveti ili veća nacionalnih manjina u domenu svog delovanja imaju i razvijanje strategije javnog informisanja. Za sada taj posao je vrlo restriktivno i sporadično rađen podjednako u svim državama zapadnog Balkana.

Republika Srbija je multietnička i multikonfesionalna država u kojoj, pored Srba, žive mnogobrojne nacionalne manjine, od kojih dvadeset jedna manjina ima više od dve hiljade pripadnika. Dok centralna Srbija i Beograd imaju homogenu nacionalnu strukturu koja sve više ide ka nacionalnoj monolitnosti, Vojvodina je etnički heterogena sredina koja od popisa do popisa ima sve veći procenat većinskog stanovništva.⁴

Neke od manjina u Srbiji imaju visok stepen koncentracije, najčešće na rubnim područjima, pa tako Mađari imaju većinu u osam opština, Bošnjaci u tri opštine, Albanci i Bugari u po dve, kao i Slovaci, koji jedini nisu koncentrisani na graničnom području.⁵

Nacionalne manjine u Srbiji međusobno se razlikuju po brojnosti, prostornom razmeštaju, stepenu istovetnosti nacionalne pripadnosti i manjinskog jezika, osećanju zajedništva i međusobne solidarnosti, političkoj organizovanosti i političkom uticaju, starosti populacije, obrazovanju, percepciji odnosa većine prema manjini, po imanju ili nemanju matične države, a neformalno se, po stepenu ostvarenja manjinskih prava, mogu podeliti na tradicionalne, nove manjine i manjine u nastajanju.

U radu ćemo uzeti primer Radio Televizije Vojvodine koja je javni servis Pokrajine Vojvodine i jedan od dva javna servisa Republike Srbije. Zadatak ovog javnog servisa je da izveštava o Vojvodini i za Vojvodinu. Radio Televizija Vojvodine je osnovana kao medijski servis koji je projezični i koji emituje multikulturalne programe na deset jezika.

³ <http://novinarska-skola.org.rs/NNS3/frameset.html>

⁴ Poređeni su uglavnom podaci sa popisa stanovništva Srbije (FNRJ) 1948. i 2011. godine

⁵ Albanci su u tri opštine na jugu Srbije bojkotovali popis. Prema podacima iz popisa 2002, Albanci su činili većinu u Preševu i Bujanovcu, njihov ukupan broj, bez Kosova i Metohije, bio je 61.647 (0,82%). Popis stanovništva Srbije 2002, RZS, Saopštenje, Konačni rezultati popisa 2002, Beograd, 2002, str. 2.

Ono što obavezuje domaća i strana legislativa jeste da se putem medija razvija međukulturni dijalog, omogći ljudima koji žive na teritoriji zemlje da primaju informacije u sredstvima javnog informisanja.

Mediji pre svega bi trebalo da zadovolje potrebe najvećeg broja građana, odnosno najšire javnosti, bez diskriminacije manjina.

Potreba građana za komunikacijom narastaju do ogromnih razmera, u zadovoljenju tih potreba nema jednakosti, pristup medijima opada sa smanjenjem broja pripadnika određene grupe ili sloja u društvu. Demokratski i pluralistički razvoj društva u kome se insistira na ravnopravnosti svih građana i svih socijalnih grupa otvara pitanje načina, sadržine, obima i kvaliteta komunikacionih potreba.⁶

Kulturna politika svake zemlje u sebi bi trebalo da sadrži uticaj kulture i zaštiti ljudskih prava, promovisanju interkulturnog dijaloga, borbi protiv svih vrsta diskriminacija i da insistira na pravima manjina, multikulturalizmu i jezičkoj raznovrsnosti.

Multikulturalnost je vrlo bitan pojam koji se sastoji iz dva fundamentalna principa – priznanju različitosti i priznanju identiteta. Medijska publika je uspostavila nove obrasce ponašanja u korišćenju medija. Ona je informisanija, koristi razne medijske platforme i aktivnija je. U smislu da novi model ponašanja publike u korišćenju medija sugerise korišćenje medija za različite svrhe i zadovoljenje različitih potreba.

U ovom modelu pojedinac ima moć da odabire medijske tekstove koji najbolje odgovaraju njegovim potrebama i pokušajima da te potrebe zadovolji. To su potrebe za informacijama, potrebe za identitetom, za socijalnim interakcijama, za zabavom i relaksacijom.⁷

Glavna uloga javnog servisa jeste u zadovoljenju komunikacionih potreba građana. Ove potrebe su veoma raznovrsne. One zavise od načina života, uzrasta publike, pripadnosti društvenoj i kulturnoj grupi, jezika komuniciranja.

Medijska kultura jedne zemlje zavisi i od informisanja na jezicima nacionalnih manjina, kao i garantovanju građanskih prava na slobodno informisanje i javne debate i međukulturnog dijaloga.

Multikulturalizam uvažava razlike, društvenu ravnopravnost i različitost i prihvata da postoje mnogi kulturološki činoci identiteta. Kritičke studije

⁶⁶ Veljanovski R., Javni RTV servis u službi građana, Clio, Beograd, 2005, str 14

⁷ Mek Kvin Dejvid, Televizija, Beograd, Clio, 2000, str 387

kulture pokazuju kako se u svakodnevnom životu kulturni sadržaji usvajaju i koriste za stvaranje ličnog identiteta. Kritički multikulturalizam ne podrazumeva da ne postoji ništa osim razlika ističući činjenicu da postoje zajedničke snage ugnjetavanja, zajedničke strategije isključivanja, stvaranje stereotipa i obeležavanje potčinjenih grupa. Otuda kritičke multikulturalne teorije naglašavaju zajedništvo koliko i razlike i artikulišu zajedničke ciljeve u otporu i borbi protiv dominantnih predstava pokušavajući da izbegnu jednostranost, dogmatičnost i kulturološki separatizam naglašavajući potrebu za prihvatanjem širokog spektra perspektiva radi razumevanja i interpretiranja kulturnih fenomena. *Bela knjiga o interkulturalnom dijalogu*, koju su usvojili ministri spoljnih poslova 47 zemalja članica Saveta Evrope, objašnjava da je interkulturalni pristup model za upravljanje kulturnom raznolikošću.⁸

Jezička struktura emitovanih programa RTV je veoma bogata. Jezici na kojima se emituju programi su: Srpski, Mađarski, Slovački, Rumunski, Rusinski, Romski i drugi.

Radio Televizija Vojvodine je osnovana kao petojezična televizija sa ciljem ostvarivanja prava na informisanje na jezicima manjina. Ustavom iz 1974. godine u SFRJ je razvijen sistem zaštite prava nacionalnih manjina koji pored prava na kulturnu autonomiju podrazumevao i razvijenu političku participaciju. Zaštita identiteta etno-kulturnih manjina zasnivana je na sintagmi o bratstvu i jedinstvu jugoslovenskih naroda i narodnosti i politici dobrosusednih odnosa.⁹

Pravo na informisanje na maternjem jeziku, jedno je od ključnih manjinskih prava. Od toga kako su manjinska prava uređena i na koji način se sprovode u praksi u mnogome zavisi kvalitet međuljudskih odnosa i stepen integrisanosti manjina u društvo. U Vojvodini postoji tradicija od dva veka informisanja na jezicima nacionalnih manjina.

U istraživanju *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina* koje je sproveo Fond za otvoreno društvo 2017. godine.¹⁰ Podsećanja radi, citiraćemo deo

⁸ Arsenov D, Predlog programske reforme i modela emisija javnog servisa Vojvodine, Master rad, Beograd 2013, str.7

⁹ Bašić, Perspektive multukulturalizma u državama zapadnog balkana, Centar za istraživanje etniciteta

Friedrich Ebert Stiftung, biblioteka Etnos, Beograd, 2004, str 183

¹⁰ Fonf za otvoreno društvo, Informisanje na jezicima nacionalnih manjina, predlozi za nove politike – deceniju posle, Centar za razvoj civilnog društva, Zrenjanin 2017.

preporuka u sažetku izveštaja Informisanje na jezicima nacionalnih manjina u Republici Srbiji:¹¹

- Informisanje na manjinskom jeziku ne mora neminovno da podrazumeva i postojanje manjinskog medija, jer se manjine na svom jeziku mogu informisati i preko javnog servisa i drugih medija koji javno informisanje delimično obavljaju i na jezicima manjina.
- Sa stanovišta manjina, najpovoljnija mogućnost je postojanje posebnih manjinskih medija u kombinaciji sa postojanjem redakcija za različite jezike manjina koje proizvode i emituju/objavljaju medijske sadržaje na jezicima manjina preko javnog medijskog servisa, kojima je povereno javno ovlašćenje da obavljaju javno informisanje.
- Najnepovoljnija mogućnost je da postoji manjina, ali ne postoje ni manjinski mediji, niti mogućnost pripadnika manjine da se na drugi način (npr. preko javnog servisa) informišu na svom jeziku.
- Da bi se obezbedilo ostvarivanje garantovanog prava na informisanje na jezicima manjina, da bi se očuvao ili unapredio njegov kvalitet i osigurala održivost manjinskih medija, potrebno je da postoje: neprotivrečan pravni okvir koji se celovito primenjuje, funkcionalni institucionalni aranžmani i efikasan nadzor nad ostvarivanjem važećih pravnih normi i funkcionisanjem institucija.
- Odgovornost za razvoj i kvalitet informisanja na jezicima manjina u Srbiji ne leži samo na državi već i na samim manjinama, odnosno nacionalnim savetima nacionalnih manjina koji su organi manjinske samouprave. Jedino oni nacionalni saveti nacionalnih manjina koji predstavljaju celinu interesa manjine, a ne samo njenih pojedinih delova i oni koji svoje nadležnosti obavljaju nezavisno i slobodno od interesnog mešanja centara političke moći, pa i manjinskih centara političke moći, mogu obezbediti razvoj kvalitetnog informisanja na jezicima manjina primeren pluralističkom društvu i pluralističkim interesima.

Ono što možemo da istaknemo kao jako važno jeste da je pravo na informisanje na maternjem jeziku važan *identitetski resurs*. Manjinama će biti lakše da očuvaju svoj identitet ako primaju informacije da maternjem jeziku.

¹¹ Jelinčić J., (ur.), Informisanje na jezicima nacionalnih manjina – Predlozi za nove politike, Fond za otvoreno društvo, Beograd, 2007.

Postojanje manjinskih medija je važno i iz ugla *građanske kompetencije*. Suština je da korisnici informacija dobiju objektivne informacije.

Manjinski mediji su važni i zbog *integracija manjina*. Potreba manjina da se integrišu u društvo će se lakše zadovoljiti ako su u prilici da jedan deo svojih potreba, u ovom slučaju informativne potrebe, zadovoljavaju na maternjem jeziku.

3. Zaključak

Manjinske zajednice koje žive u Vojvodini jednako kao i većinske moraju se međusobno uvažavati, a to uvažavanje se zasniva na poznavanju odnosno informisanju o kulturama svih nacionalnih zajednica koje tu žive.

U savremenom društvu medijska kultura predstavlja dominantni oblik i središte savremene kulture. Promene u društvu, na svetskoj, političkoj, ekonomskoj i medijskoj sceni, zatim digitalizacija informacija i sajber prostor postavili su nove izazove pred predstavnike medija. Vezu informacije i medija istražuje K. Vigerling koji naglašava da nema informacije bez medijskog nosioca, pa bio to i čovek obdaren glasom, gestikulacijom i pamćenjem. Od odlučujućeg značaja je to što informacija nikad ne postoji izolovano, već predstavlja čitav medijski sistem sa istorijom svih svojih dispozicija i svim odatle proisteklim mogućnostima. Značenje informacije proizilazi iz njenog medijskog konteksta koji obeležava horizont razumevanja. Teorija informacija igra važnu ulogu čak i u razmišljanjima teorije umetnosti i kulture.¹²

Kao što smo već rekli u radu koncept multikulturalnosti počiva na dva fundamentalna principa – priznanju različitosti i priznanju identiteta. On naglašava zajedništvo kao i različitost, pol, rasa i klasa i druge ključne kulturnološke konstrukcije koje su predstavljene u različitim kulturnim formama.

Radio televizija Vojvodine poštuje odredbe Zakona o radiodifuziji gde su između ostalih regulisani Opšti programski standardi. RTV Vojvodine emituje programe na srpskom, i na svim jezicima manjinskog naroda. Ova medijska kuća uzimajući u obzir koncept i zastupljenost programa na jezicima nacionalnih manjina, neguje vrednosti vojvođanskog društva, a to su multietničnost i multikonfesionalnost. Celokupni program RTV Vojvodine je tako strukturiran i usmeren da zadovolji informativne, kulturne, obrazovne i zabavne potrebe teritorijalne zajednice kao celine.

¹² Leksikon savremene kulture: Teme i teorije, oblici i institucije od 1945. do danas, priredio Ralf Šnel, Beograd Plato books, 2008., str. 249

Ali, ono što možemo konstatovati da koncept programa na jezicima nacionalnih manjina nema za cilj negovanje identiteta nacionalnih manjina. Medijski programi namenjeni manjinama nemaju potrebnu raznovrsnost i izbalansiranost da bi zadovoljili informativne i zabavne potrebe unutar nacionalnih manjina.

Programi namenjeni manjinama se uglavnom zasnivaju na tradicionalnim kulturnim obrascima, dok su zanemarene potrebe i ukusi koji manjine uspostavljaju prema savremenim, modernim tendencijama.

Literatura

Arsenov D., Predlog programske reforme i modela emisija javnog servisa Vojvodine, Master rad, Beograd 2013.

Bašić., Perspektive multikulturalizma u državama zapadnog balkana, Centar za istraživanje etniciteta Friedrich Ebert Stiftung, biblioteka Etnos, Beograd, 2004.

Fond za otvoreno društvo, Informisanje na jezicima nacionalnih manjina, predlozi za nove politike – deceniju posle, Centar za razvoj civilnog društva, Zrenjanin 2017.

Jelinčić J., (ur.), Informisanje na jezicima nacionalnih manjina – Predlozi za nove politike, Fond za otvoreno društvo, Beograd, 2007.

Leksikon savremene kulture: Teme i teorije, oblici i institucije od 1945. do danas, priredio Ralf Šnel, Beograd Plato books, 2008.

Majnhof, Triandafilidu, Transkulturalna Evropa, kulturna politika u Evropi koja se menja, Clio, Beograd, 2008.

Mek Kvin Dejvid, Televizija, Beograd, Clio, 2000.

Veljanovski R., Javni RTV servis u službi građana, Clio, Beograd, 2005.

<http://novinarska-skola.org.rs/NNS3/frameset.html>

**MEDIJI I MANJINE – MORALNI ASPEKT
STUDIJA SLUČAJA: NIKOLIĆEV DOKUMENTARNI FILM
„GRADITELJ“**

**MEDIA AND MINORITIES - THE MORAL ASPECT
CASE STUDY: NIKOLIC'S DOCUMENTARY „THE BUILDER“**

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

***Apstrakt:** Uloga televizije kao medija nije samo brža, već i mnogo efikasnija od, primjera radi, filma. Film se obično pojavljuje u momentu kada je više ili nemoguće ili, čak, nepotrebno baviti se određenim problemom. Riječju, film konstatuje i ostavlja poruke. U slučaju filma o kojem u ovom radu govorimo, a u kojem je u 'glavnoj ulozi' jedna manjinska mikro-socijalna grupa, dešava se nešto u potpunosti obrnuto. Reditelj tog filma, gledaočevu pažnju fokusira na život jedne radničke porodice, mikro-socijalne ćelije, stvarajući na taj način globalnu sliku života u tom naselju. Posebno se ističu spoj patrijarhalnih navika, kao recidiva pređašnjeg života njegovih žitelja, i nečega što bi trebalo da budu stidljive naznake urbanog života. I ne zaboravimo, pozivajući se na Kita Testera, da se veza između medija i morala – u studiji konkretnog slučaja kojom se bavimo to je veza između medija sa 'odloženom porukom' i jednog manjinskog mikro-socijalnog entiteta – može shvatiti kao ispravna jedino pod uslovom da medijski tekstovi i medijska publika učestvuju u dijaloškim odnosima.*

***Ključne riječi:** Mediji, manjinske grupe, moral*

***Abstract:** The role of television as a medium is not only faster but much more efficient than, for example, film. The film usually appears at a time when it is more either impossible or even unnecessary to deal with a certain problem. In a word, the film ascertains and leaves mes-*

sages. In the case of the film that we are talking about in this paper, in which in "the major role" is a minority micro-social group, something happens completely in reverse. The director of this film focuses on the life of a worker's family, the micro-social cell, thereby creating a global image of life in that settlement. Particularly emphasized is the connexion of patriarchal habits, as recurrences of their ancestors' life, and something that should be shaky signs of urban life. And let us not forget, referring to Keith Tester, that the connection between the media and the morals - in the case study that we are dealing with it is the connection between the media with a 'delayed message' and a minority micro-social entity - can be understood as correct only under the condition that media texts and media audiences participate in dialogues.

Key words: Media, Minority Groups, Morals

Mnoge teme od suštinskog moralnog interesa, kao što je i tema o manjinama, nikada se i ne pojave pred publikom. Takvi mediji se, očigledno, pretvaraju u vlastiti surogat i svojom utilitarnom formulom i/ili nedosljednošću, u većini slučajeva, skraćaju svoj vijek trajanja. Neki će to, moguće pogrešno, nazvati etabliranim konceptom uređivačke politike. Drugi naziv za sve to je bjesomučna trivijalizacija ponuđenih sadržaja i fabrikovanje laži. Saga o moralnim vrijednostima u tom momentu nestaje i otvara se ona o moralnoj odgovornosti, uključujući i onu o manjinama. S druge strane, konzumerima iliti medijskoj publici jasno je da svaka vijest u trenutku kada se pojavi ima istorijsku šansu da ne postane laž.

Uloga televizije, ukoliko apstrahujemo brojne estetičke različitosti, nije samo brža, već i mnogo efikasnija od, primjera radi, filma i njegovih često zakašnjelih 'obraćanja' koje bi trebalo da probude glas javnog mnjenja. Film se obično pojavljuje u momentu kada je više ili nemoguće ili, čak, nepotrebno baviti se određenim društvenim, kulturnim ili političkim problemom iliti fenomenom. Za razliku od televizije, film konstatuje i ostavlja poruke. I to je, dakako, važno ali su recidivi takvog informatičkog djelovanja katkad u raskoraku sa stvarnim događanjima. U slučaju filma, o kojem u nastavku izlaganja govorimo, a u kojem je u 'glavnoj ulozi' jedna manjinska, odnosno mikro-socijalna grupa dešava se nešto sasvim obrnuto, a, evo i zašto...

Filmom *Graditelj* njegov autor Živko Nikolić okreće se socijalnoj temi koja do tada, posebno ne na taj način, nije bila zastupljena u njegovom dokumentarnom opusu. On nas i ovim filmom uvjerava da je stvaralac koji *in continuo*, znalački i temeljno, otkriva paradokse savremenog društva, ukazujući na njihov socijalni, a u filmu *Biljeg*, primjera radi, i ideološki predznak. Junak filma je građevinski radnik iz neuglednog i zapuštenog naselja nadomak grada. Njegovo prevozno sredstvo je bicikl, i to se u ovom filmu, kao socijalni ‘amblem’, posebno naglašava i, ujedno, pravi distinktivna paralela u odnosu na moderne automobile kojih pored njega prolaze. Nikolić, ubrzo, međutim, gledaočevu pažnju fokusira na život jedne radničke porodice, mikro-socijalne ćelije, marginalizovane manjine, stvarajući na taj način globalnu sliku života svih porodica u tom naselju. Posebno se ističu spoj patrijarhalnih navika, kao recidiva predašnjeg života kojeg su se stanovnici tog naselja ‘odrekli’, i nečega što bi trebalo da budu stidljive naznake drugačijeg, urbanog života. Hrana se priprema na tradicionalan način, žena istovremeno prede i nogom ljulja kolijevku, otac, dječaku koji još nije progovorio, nudi da zapali cigaretu i izgovara jednu jedinu riječ u tom filmu, jedinu još od *Ždrijela* – ukoliko izuzmemo narikače i tužbalice iz drugih Nikolićevih dokumentarnih filmova – „Pûni!“, pružajući mu palidrvce da ga ugasi. A da bi sliku u ovom filmu učinio još sumornijom, Nikolić u priču ‘uvodi’ kišu koja sve vrijeme njegovog trajanja prati dešavanja u tom zaboravljenom naselju, tačnije koloniji, izvan urbanog jezgra velikog industrijskog grada.

Pored krupnih planova, kao nedvosmislenih ikoničkih parabola, ljudi zatečenih u sivilu oskudne svakodnevice, Nikolić krajnje diskretno i dijegetički nenametljivo otvara i jednu sub-strukturnu, po svojim spoljnim metaforičkim naznakama *sizifovsku* temu – atipičnu priču o ljudima sa margina društvene stvarnosti – u liku starog čovjeka koji uporno, jednako kao i besmisao takvog života i kiša kao njegova kulisa, na kolicima prevozi nekoliko kamenih blokova neznano kuda i zašto. To je, u isti mah, ne samo ikonička već i metafizička parabola koju nam on nudi, o uzaludnosti čovjekovih nastojanja da se u svijetu takvom kakav jeste, bilo šta suštinski promijeni. S druge strane, u namjeri da kontrastnim dijegetičkim rješenjima u cjelosti pojača utisak, Nikolić u ovaj izopšteni soc-realistički hronotop, kao jukstapoziciju pratećem, uvodi i neki drugi, njegovim stanovnicima nepoznati zvuk, ne samo kao jednu u nizu auditivnih konstituenti, već, prije svega, kao moćno sredstvo akuzmatičkog prostornog djelovanja, kao što je to, uostalom, mizanscenski funkcionalano i sinematički uvjerljivo radio i u svojim prethodnim filmovima. U jednom ova-

ko 'definisanom' prostornom okviru, koji je po svojim spoljašnjim obilježjima, iako paradoksalno unutar prepoznatljivih društvenih i ideoloških koordinata, nemjerljivo udaljen od svake pomisli na priključak sa savremenim civilizacijskim tokovima, iznenada se začuje zvuk violine. Znatiželjna djeca sa prozora jedne od udžerica, kao svjedoci jednog u njihovom naselju neočekivanog i u potpunosti drugačijeg događaja, sviranje svoje vršnjakinje prate s divljenjem. Ovakvim iznenadnim dramskim obrtom, što nije svojstveno filmovima sa dominantno dokumentarističkom teksturom, Nikolić, po ko zna koji put u svojim filmovima, stvara snažan katarzički efekat u suprotstavljanju stvarnog i mogućeg. Zvuk violine u naselju u kojem od dasaka 'sklepane' udžerice niču i dok kiša pada, a kože po njemu šetaju kao da su na modnoj pisti, djeluje istovremo i groteskno i nestvarno, ali, ako bi to još nekog, izuzimajući gledaoca ovog filma, moglo da zainteresuje – i opominjuće! Nije samo socijalna dimenzija ono najvažnije na šta Nikolić u ovom filmu želi da ukaže. Iz navedene sekvence, kao svojevrsnog dijegetičkog ekskursa, može se izvući zaključak da jednako surovo – i nestvarno! – djeluje i nemogućnost dosezanja nekih drugih, *viših* vrijednosti. Ono što može da se ponudi djeci koja odrastaju u takvim okolnostima, a što se kao lajtmotiv provlači čitavim tokom ove priče, jesu jedino svađe stanovnika tog naselja koje će ih 'razveseliti' i nasmijati. Sve izvan toga čini se dalekim i nedostižnim. Kao i *Prozor* i *Ane*, i *Graditelj* se završava upravo prozorom, s tom razlikom što junak ovog Nikolićevog filma prozor ugrađuje u moderno arhitektonsko zdanje, a potom se biciklom vraća u 'zverinjak'.

Priroda, struktura i aktivnosti medijske publike uvijek su na određeni način enigmatični. Konačno, jedna od fraza koju su smislili sociolozi i koja je procurila u svakodnevnu upotrebu, a pripisuje se Stenliju Koenu, jeste *moralna panika*. Ona se javlja onda kada se ispostavi da su određena situacija, ličnost, ili grupa ličnosti, postali opasni za opšte društvene vrijednosti i interese, kao što je to bio slučaj i sa Nikolićem i njegovim filmovima *Graditelj*., *Biljeg*, *Čudo neviđeno*, *U ime natoda*. I ne zaboravimo, pozivajući se na Kita Testera, da se veza između medija i morala – u studiji konkretnog slučaja kojom se bavimo to je veza između medija sa 'odloženom porukom' i jednog manjinskog mikro-socijalnog entiteta – može shvatiti kao ispravna jedino pod uslovom da medijski tekstovi i medijska publika učestvuju u dijaloškim odnosima. Manje optimistični od ovog su stavovi Adorna i Horkhajmera, po kojima taj virtuelni

dijalog neprestano teži da se transformiše u monolog. A monolog, to znamo, često zna da bude eufemizam za medijski teror!

Literatura

Cinematic Sociology: Social Life in Film. Eds. Jean-Anne Sutherland, Kathryn Feltey, 2009.

Tester, Keith: *Media, Culture and Morality*. London: Routledge, 1994.

Kaznev, Žan: *Sociologija radio-televizije*. Beograd: BIGZ, 1976.

Adorno, Theodor W. : *Problems of Moral Philosophy*. Stanford University Press, 2000.

Adorno, Theodor W.: *Aesthetic Theory*. Ed. Gretel Adorno and Rolf Tiedemann. London and Boston: Routledge and Kegan Paul, 1984.

Horkheimer, Max and Theodor W. Adorno: *Dialectic of Enlightenment*. New York: Herder and Herder 1972.

TRAGOVI CENZURE U INFORMACIJSKOM DRUŠTVU

CENSORY TRAVES IN THE INFORMATION SOCIETY

DAMIR KUKIĆ, redovni profesor
Filozofski fakultet Univerziteta u Zenici

dr IVANA SIVRIĆ, docent
Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru

FRANJO TAKAČ, viši asistent
Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru

Apstrakt: *Cenzura kao postupak kontrole i nadzora slobode mišljenja i djelovanja pojava je koja predstavlja dio represivnog sustava svake države i svakog režima. U pojedinim političkim sustavima, vidjeti ćemo, ona se prezentira u različitim oblicima, vidovima i različito se definira, ali se jednako manifestira, postiže željeni efekt. U totalitarnim režimima kroz povijest cenzura je bila sastavni dio vođenja države. Kontrola javnih publikacija, knjiga, kontrola medija, preventivna cenzura, zabranjeni autori- samo su neki elementi represivnih metoda totalitarnih režima. Međutim, cenzura se i u suvremenom informacijskom društvu preoblikovala i stvorila nove oblike. Inkorporirala se i modernizirala u slijedeće oblike: manipulacije u medijima, pritisci na novinare, autocenzura, svjesno izbjegavanje pisanja, kreiranje agende i framinga, neprimjetno miješanje činjenica i subjektivnih stavova, skretanje pozornosti na druge manje bitne sadržaje, zanemariivanje određenih sadržaja, korištenje pisama i stavova publike, demanti. Stoga, novi oblici, tragovi cenzure u suvremenom demokratskom društvu, samo su ljepše i suptilnije oblikovan proces manipulacije i kontrole bilo državne, tržišne, ekonomske, kulturne ili neke druge vlasti.*

Ključne riječi: *Cenzura, sloboda, ideologija, autocenzura, mediji*

Abstract: *Censorship as a procedure of control and supervised freedom of thought and functioning phenomenon represents a part of repressive system of every state and every regime. In certain political systems, is yet to be seen, it is presented in different shapes, views and is differently defined, but if equally manifested, scores the wanted effect. It was a component of leading the state in totalitarian regimes throughout the history of censorship. The control of public publications, books, the control of media, preventive censorship, forbidden authors – those are just few elements of repressive methods in totalitarian regimes. However, nowadays's information society has been transformed and has crated new shapes. It has been incorporated and modernized to create the following shapes: manipulations in media, pressures on journalists, self-censorship, consciously avoiding writing, creation of agenda and framing, seamlessly mixing of facts and subjective attitude, drawing attention to other, less important contents, neglect of other contents, usage of letters and audience's attitude, denial. Therefore, new shapes, hints of censorship in nowadays democratic society, are only prettier and more subtle process of manipulation and control of state's, market's, economic's, culutral's or any other power.*

Key words: *Censorship, Freedom, Ideology, Self-censorship, Media*

1. Uvod

Riječ cenzura potječe od latinske riječi „censura“ što u prijevodu znači procjena, službeni pregled tiska, knjiga, kazališnih i filmskih komada, kontrola protoka informacija i slično. Nekada se u vrijeme starog Rima procjenjivala imovina, vlastiti kapital, te visina poreza, nameta koji je svaki građanin bio dužan platiti. „Census“ je bila i procjena/ uvjeti na temelju kojih se građanima dopuštalo da vrše politička prava. Osobe koje su vršile cenzuru bile su nazvane cenzori (redari, činovnici). Njihova osnovna zadaća bila je prije svega nadzirati i kontrolirati ispunjavaju li građani svoje zadaće prema državi, porezu, politici, društvu. U pogledu građanske neispravnosti, izbjegavanja ili nepoštivanja prava određivale su se odgovarajuće kazne.¹

¹ Usp. Bratoljub KLAJIĆ, „Cenzura“, *Rječnik stranih riječi: tuđice i posuđenice*, Zagreb, 2004., str. 218.

U velikoj anketi ugledne britanske medijske kuće BBC-a za događaj protekloga milenijuma, najveći broj ljudi je izum tiskarskoga stroja, zapravo Gutenberga, proglasio osobom najdostojnijom poštovanja. Sam Gutenberg koji je stroj smislio kako bi tiskao Bibliju vjerojatno nije ni slutio kako će tiskovine postati medij stoljeća koja slijede. Iako to nije znao izumitelj tiskarskog stroja, ubrzo su to shvatili kraljevi i svi oni što vladaju do današnjeg dana, pa tiskovine nikada nisu puštali iz ruku. U svim priručnicima povijesti novinarstva može se pronaći kako je prvi Zakon o tisku donesen u Engleskoj još u šesnaestom stoljeću, točnije 1586. godine. Jedan njegov članak glasi: da samo kralj ima pravo izdavati tiskovine. Zato se i može ustvrditi kako je cenzura rođena kada i tisak, odnosno mediji.

Inače, jedan od prvih oblika cenzure vezan je za papu Pija V koji je jednim *motu proprio* osudio one koji su „pisali, diktirali, zadržavali, a nisu uništavali čuvene pamflete i pisma“² zvana Aviisi (riječ je o vijestima koje su vrijeđale nečiju čast, odnosno objavljivale stvari povezane sa vrhom Crkvene države). Krajem XV i tijekom XVI stoljeća mnogo vladari su nastojali da osim teritorije kontroliraju i tiskarsku djelatnost. Tako je Karlo V Habzburški 1521. godine zabranio štampanje i širenja djela bez prethodnog odobrenja biskupa i vladara, a Henri VIII 1529. godine „ustanovljava cenzuru i indeks zabranjenih knjiga“.³ Papa Pavle III uvodi princip imprimature, a papa Pavle IV uvodi 1559. godine prvi indeks zabranjenih knjiga. Za povijest cenzure značajne su i dvije kraljice. Kraljica Marija I Tjudor je 1557. godine osnovala prvu zvaničnu štampariju pod kontrolom krune (Stationery Office), a kraljica Elizabeta je 1568. godine proširila ovlasti suda poznatog pod nazivom Star Chamber i na krivična djela „počinjena putem štampe“.⁴ Stav kojim se kritizira neka vlast u medijima u demokraciji, gdje vlada sloboda mišljenja, je normalna situacija, a u nekoj diktaturi može biti opasna po život. S tim u svezi u totalitarnim državama koristio se jezik u naznakama, ili analogijama tzv. ezopovska komunikacija (prema Ezopu, grčkom autoru basni, iz 6. stoljeća pr. Krista). Novinari su koristili ezopovsku komunikaciju kao način izbjegavanja cenzure.⁵ Ova vrsta „komunikacije u naznakama“ ima dugu tradiciju.

²Dovani GOCINI, „Istorija novinarstva“, Beograd, 2001., str. 36.

³Isto, str. 37.

⁴Isto, str. 39.

⁵ Usp. Michael KUNCZIK, Astrid ZIPFEL, *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert, Zagreb, 2006., str.14.

Diskusija o tabuiziranim temama u obliku zaobilaznih opisa često je bila u obliku povijesnih analogija. *Deutsche Rundschau*, primjerice, odabrao bi vremenski i geografski udaljene likove iz prošlosti. Kritizirali bi se diktatori i nepravda koju su počinili u svim povijesnim razdobljima, što bi se prikazalo u ličnostima tiranina iz antike, rimskih careva iz helenističkog doba, Džingiskana, Tamerlana, Napoleona i ostalih, a čitatelju bi se prepustili zaključci. U vrijeme prije Francuske revolucije kritika francuskog dvora prikivala se u obliku rasprave o apsolutizmu kineskog cara. Slična strategija koristila se i u njemačkom pokretu otpora protiv Hitlera. U vrijeme hladnog rata cenzura dobiva dopunjen oblik. U to vrijeme cvijeta i propaganda u smislu da se u toj fazi totalne konfrontacije dvaju svjetskih blokova razvija snažna međunarodna propaganda. Dva totalno različita društveno-politička, ekonomska i vojna sistema služe se snažnim sredstvom u postizanju međunarodnog cilja, a u isto vrijeme „njeguju“ cenzuru u vlastitim društveno-političkim krugovima.⁶

U današnje vrijeme cenzuru razumijemo kao sustavnu kontrolu slobode mišljenja, izražavanja i djelovanja. Kroz povijest cenzura je bila svojstvena totalitarnim režimima, bila je sastavni dio upravljanja državom, otvorena i direktna reakcija na javnu riječ, djelovanje, te je u novije vrijeme u većini suvremenih društava zakonom zabranjena. S dolaskom političkih i društvenih demokratskih promjena, pojavom novih tehnologija, globalizacije- cenzura ne nestaje, već se mijenja, prilagođava i u suvremenom informacijskom društvu stvara nove oblike. Ti novi oblici transformirali su se u prihvatljive ili možda bolje rečeno nevidljive, neopipljive vidove represije, uklanjanja ili zabrane osobnog mišljenja, djelovanja, izražavanja, neslaganja, te kao takve, vjerovatno, predstavljaju „najotrovniji“ oblik potiskivanja doživljaja, sadržaja i raspodjele iskustva.

Kontrola javnih publikacija, knjiga, kontrola medija, preventivna cenzura, zabranjeni autori- samo su neki elementi represivnih metoda totalitarnih režima. Iako je i za vrijeme Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije njezin Ustav jamčio slobodu izražavanja i mišljenja prema Općoj deklaraciji UN-a o ljudskim pravima, ustavna odredba kao takva nije se poštivala. Posebno u jednom periodu njenog trajanja, nastojalo se realizirati poptuna kontrola informacija, te različitim metodama održavati „mir“ i spriječiti ometanje „društvenog sklada“.

⁶ Usp. Radovan VUKDINOVIĆ, *Teorije vanjske politike*, Politička kultura, Zagreb, 2005., str.155.

Pojedina društvena i ideološka shvaćanja pojma cenzure treba kontekstualizirati i povezati s vremenom u kojem je egzistirala i obliku u kojem se provodila. Naime, cenzura je kroz povijest totalitarnih režima bila promatrana ne u negativnom kontekstu, već kao obrana, zaštita društva od mogućih negativnih posljedica i narušavanja društvenog sklada. Režim, vlast, politika promatrala je cenzuru i prikazivala kao obrambeni mehanizam protiv svega drugačijeg, te su homogenizacija masa i kreiranje jednodimenzionalnosti bili prioriteta za opstanak i održivost vladajućih režima. Znanje i upravljanje informacijama je bilo privilegij manjine koja je vladala većinom stanovništva.

Uvijek su znanje i svijest o samom sebi u usporedbi sa drugim i drugačijim, bili ključni elementi ideoloških matrica takvih režima. Međutim, svijest o gruboj i nasilnoj provedbi cenzure nije dovela do promjene, jer su se promjene, u suvremenom kontekstu, morale dogoditi na širem društvenom, kulturološkom i ideološkom planu kako bi došlo do pada totalitarnih i autokratskih režima čime bi došlo i do značajnije promjene (ukidanja) cenzure. Iako se padom režima i dolaskom demokracije cenzura formalno ukida i osuđuje, te se države bore kako bi stekle dojam otvorenosti, slobode, liberalizacije i velikog stupnja demokrtatizacije, cenzura kao oblik državne i političke represije gubi transparentan oblik, ali ostaju intencije da se utječe na medijsku produkciju, te da se na temelju i manipulativnih aktivnosti utječe na stavove i ponašanje javnosti.

2. Sloboda i (ne)slobodni mediji

Sloboda izražavanja, djelovanja i mišljenja smatra se temeljnim i neophodnim uvjetom demokracije. Ona je i formalno pravno ustrojena u demokratskim zemljama. Godine 1948. donesena je Opća deklaracija Ujedinjenih naroda o temeljnim ljudskim pravima gdje se jasno definiraju i prava svakog pojedinca u demokratskim susustavima vladanja da neometano, bez prisile može primati, stvarati i odašiljati informacije. „Informacija ima cijeli niz definicija prema kojima: predstavlja temelj donošenja organizacijske i upravljačke odluke svakog uspješnog menadžera, dokaz je o proteklim događajima kao argument vremena, osnova je napretka civilizacije putem rada timova stručnjaka na novim otkrićima i na drugačijem, točnijem tumačenju okruženja.“⁷

⁷ M. BUBLE, *Menadžment*, Ekonomski fakultet, Split, 1993., str. 416.; A. PULJIĆ, *Informacijsko društvo i ekonomija*, Privredni vjesnik, Zagreb, 1990., str.135., citirano prema: Marija BOBAN,

Svaka osoba mora imati pravo i priliku za stjecanjem općeg obrazovanja, dostupnost svim povijesnim i tekućim informacijama, politici, medijima, kulturi, a sve posredstvom tradicionalnih i novih medija. Stoga, malo je nelogično zašto se bavimo pojmom slobode kada je ona zagarantirana pravima i obvezama civilnog društva.

Odgovor na to pitanje možda se može pronaći u slijedećem razmišljanju koja polaze od pretpostavke da se bez obzira na teorijske postavke slobode medija, ideologija i vlasništvo, centri moći smatraju temeljnim čimbenicima koji utječu na slobodu medija.

„Herbert Gans tako misli da se izvori moći moraju studioznije analizirati, jer 'da bi se vijest u potpunosti razumjela, moramo istražiti ulogu izvora informacije: u ime koje formalne ili neformalne grupe oni govore i djeluju i tko drži moć u svojim rukama?'

Philip Schlesinger stoga upozorava kako bi trebalo, govoreći o procesima u mijenjanju medija i utjecaju politike i moći, obratiti pažnju na temeljna pitanja koja se javljaju danas u sociologiji informiranja, kao što su službena tajna cenzura, propaganda i politički imperativ i koji leže u pozadini promjena informacijskih i medijskih zakona te koji mogu dalekosežno utjecati na izvore medijskih informacija.“⁸

Prema tome, pojam demokracije nije beskrajno rastepljiv. „Demokraciju je najbolje shvatiti kao sistem proceduralnih pravila s normativnim implikacijama“⁹ Prema ovim pravilima jasno se da naslutiti tko ima pravo donositi kolektivne odluke, za koga i kojim kanalima. Sukladno tome jasno se moraju definirati minimalni uvjeti demokratskih procedura, a to su prije svega pravo glasa, jednakost za sve građane, zajamčena opća prava, prava manjina, vladavina većine, vladavina prava, ustavna jamstva za slobodom izražavanja, udruživanja i drugih sloboda koja dozvoljavaju pojedincu ili grupi da istinski može birati i i biti biran između istinskih alternativa. Stoga su modernoj demokraciji potrebni mehanizmi institucionalne provedbe obveza na državu i društvo. Kako kaže John Kean, u svojoj knjizi *Mediji i demokracija*, da je izgradnja pluralističkog civilnog društva koje štiti slojevite državne ustanove, ali čiji djelatnici štite i civilno društvo pomoću politike, medija, zakonodavnih

„Pravo na privatnost i pravo na pristup informacijama u suvremenom informacijskom društvu“, u: *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, god 49,3/2012.,str. 585.

⁸Stjepan MALOVIĆ, *Novine*, Zagreb, 1995., str. 9.

⁹John KEANE, *Mediji i demokracija*, Beograd, 1995., str. 124.

tjela jedino rješenje za otvoreno i demokratsko društvo. Veća demokratizacija pojedinih institucija koje su još uvijek nedovoljno otvorene poput crkve, obitelji, sindikata i drugih također pridonosi boljem sustavu demokracije i većem stupnju slobode kako funkcioniranja svih institucija unutar države tako i samih medija.¹⁰

Nadalje Ivezić u tom pravcu razmišlja i kaže da :

„Pobjedom uma ipak nije nastupilo zlatno doba višeglasja, potpune slobode istraživanja kritičkog preispitivanja, govora, mišljenja, izraza, nego je samo došlo do premještanja centara moći, možemo slikovito reći, s neba na zemlju, *Civitas Dei* postaje *Civitas Terrena*, Kraljevstvo Božje zamjenjuje Građansko Društvo, i shodno tome dešava se prilagodba sadržaja tzv. 'vladajućeg mišljenja', vladajuće paradigme, ideologija kojima se koriste centri moći.“¹¹

Demokratske procedure bolje su od drugih tipova odlučivanja utoliko što pružaju mogućnost konsenzusa, ali i mogućnost iznošenja i sukobljavanja različitih mišljenja, te ponovnih prosuđivanja i promjena već postojećih odluka, zakona i norma. „John Stuart Mill misli da sloboda govora nije važna samo zato što svatko ima pravo na slobodu izražavanja, nego i zato što zajednica u kojoj živimo ima pravo čuti naša razmišljenja, te da je sloboda govora uvijek važna u borbi između Slobode i Autoriteta, borbi koja prati čovječanstvo od samih početaka.“¹²

Za razliku od Milla, Max Weber je definirao demokraciju kao „sistem u kojem 'narod izabere vođu, a on onda kaže: A sada jezik za zube i pokoravajte se !'“ Takav oblik vladavine ne da stvara otpor već ruši osnovne principe demokracije. Prema tome, zaključak bi bio (ono što smo već na samom početku hipotetski istaknuli, a sada i potvrdili) da ideologija i vlasništvo, centri moći smatraju se temeljnim čimbenicima koji utječu na slobodu medija, demokraciju, ali da je onda bitno uspostaviti odnos i istražiti, te poticati na veću demokratskičnost kako bi se ona metodom dripa, kap po kap, raspršila na pluralističko i javno mnijenje. To je kružni proces koji kontinuirano djeluje.

¹⁰Usp. John KEANE, *Mediji i demokracija*, Beograd, 1995., str. 124-125.

¹¹Vesna IVEZIĆ, „Lica cenzure: sloboda mišljenja i kreativnost u uvjetima tržišno orijentiranog društva“, u: *In medias res. časopis filozofije medija*, Vol. 5, No. 9, rujan 2016., str. 1422.

¹²John STEWART MILL: On Freedom, www.gutenberg.org/files str.2., citirano prema: Vesna IVEZIĆ, „Lica cenzure: sloboda mišljenja i kreativnost u uvjetima tržišno orijentiranog društva“, str. 1424.

Demokraciji su potrebni dobro informirani građani koji imaju jednak i otvoren pristup prikupljanju, promišljanju, kritičnom vrednovanju medijskih sadržaja, a na koncu i djeljenju i disperziji-diseminaciji tih sadržaja. Ukoliko polazimo od ove točke gledišta da živimo u demokraciji i da imamo zagaran-tirane opće slobode i prava čovjeka pitamo se onda kako izgleda taj novi oblik transformirane cenzure i u kojim se sve društvenim segmentima može očitovati. Naravno takva tiha, suptilnija cenzure inkorporirala se i modernizirala u slijedeće oblike: manipulacije u medijima: pritisci na novinare, autocenzura, svjesno izbjegavanje pisanja, kreiranje agende i framinga, neprimjetno miješanje činjenica i subjektivnih stavova, skretanje pozornosti na druge manje bitne sadržaje, zanemarivanje određenih sadržaja, korištenje pisama i stavova publike, demantije.

Ako zanemarimo krute, tvrde, nasilne, otvorene i direktne oblike cenzure koji su postojali i svojstveni su povijesnim totalitarnim, autokratskim režimima (koji i danas postoje) naše područje zanimanja više se odnosi na one nove obilke koj možemo doživjeti sada, u vrijeme suvremenih demokratskih informacijskih izazova. Takav oblik cenzure u novijoj literaturi naziva se autocenzura. To je takav oblik cenzure koji ograničava slobodu izražavanja i objavljivanja informacija, a u isto vrijeme i zanemaruje te prešućuje istinu od strane medija i uredništva.

Drugim riječima, autocenzuru nameće sam novinar, urednik, medij, izdavač koji ne želi govoriti, pisati ili izvještavati o pojedinim temama za koje smatra da bi bile neprimjerene vremenu, vlasti, određenim centrima moći i time im proizvele neugodnost i štetu. Za razliku od kasičnog, tradicionalnog oblika cenzure gdje država kontrolira i određuje jasno granice dozvoljenog, u ovom slučaju one su nevidljive, suptilne i zakonom ih je teško regulirati. Ovakav oblik samokontrole nalazi se u svakom pojedincu i teško je na njega intervenirati ili ga sankcionirati.

Prema tome, ovaj oblik (auto)cenzure smatra se s pravom velikim problemom suvremenog novinarstva. Slijedeće pitanje koje se neminovno nameće jest tko nas je to ideološki prisilio da sami stavljamo ograničenja u vlastitim promišljanjima i rasuđivanjima. Ako smo dosegli stupanj na kojem um i argumenti pobjeđuju, a znanje nadahnjuje, onda se pitamo kako to da smo ipak kontrolirani, kako prepoznati kontrolu pojedinaca ili institucija, te kako se oduprijeti sadržajima nastalim kao produkt autocenzure.

U tome nam je sigurno presudno znanje, kritički pristup, poznavanje konvergencije medija i uloge novih tehnologija, kao i posjedovanje adekvatnih

vještina koje nam pomažu da razvijamo kritičko, analitičko i kreativno tumačenje medijskih sadržaja.

3. Suvremeni centri moći

Aktivnosti svakog čovjeka usmjerene su prema potrebama tržišta, a tržište je orjentirano prema proizvodnji kapitala. To je kružni proces koji kontinuirano djeluje. Prema tome, današnje neo-liberalno kapitalističko tržište orijentirano je isključivo ka profitu. Stoga je ovaj novi oblik cenzure itekako tržišno reguliran i funkcionira u interesu kompanija koje financiraju tržište medija, te na taj način novinari, urednici i sama urednička politika su fokusirani ka zaštiti interesa kompanija koje ih financiraju, što znači da su prvenstveno okrenuti prema profitu.

Na djelu je nova dominacija nad informacijama i medijskom produkcijom koju ostvaruju nacionalne i multinacionalne korporacije. „Temeljna svjetska orijentacija u razvitku masovnih medija sastoji se u kupovini i preuzimanju', mišljenja je mass-medijski baron Rupert Murdoch, a Paine Weber analitičar medija, kaže: 'Dobre kompanije se moraju integritati'. Razlozi su dvojaki: novac i utjecaj. Marketinški dominantna tvrtka izvlači veći profit i ujedno ima veći utjecaj.“¹³

Sukladno ovoj maksimi neovisnost novinarstva i sloboda medija nisu zagaratirani niti za one zemlje iz kojih je proistekao današnji oblik demokracije. Zemlja poput SAD-a u kojoj se poštuje tradicija slobode medija, u kojoj su novinari imali snage da svrgnu s vlasti predsjednika države (afera Watergate) nije oslobodila novinare od nastojanja određenih centara, sada prevashodno ekonomske moći, da njihov rad podredi svojim, odnosno profitabilnim interesima utemeljenim na neoliberalnom konceptu.

Prema tome kontinuirano preispitivanje slobode, konstantno propitivanje modela javnog djelovanja i pozivanje na veću etičnost društva samo su neki od ključnih elemenata za postizanje većeg stupnja demokratičnosti i pluralizma društva. Osnivanje sindikata, udruživanje novinara, afirmacija i poticanje na poštivanje njihovih prava, uvjeti su za stjecanje veće slobode kako pojedinca tako i medija unutar kojeg djeluje.¹⁴

Transnacionalne korporacije danas se ponašaju na sličan način kao nekada pojedini totalitaristički režimi. Njihov izvor moći je ogromni kapital

¹³ Stjepan MALOVIĆ, *Novine*, Zagreb, 1995., str. 10.

¹⁴ Usp. Stjepan Malović, *Novine*, Zagreb, 1995, str. 9-18.

koji je nerijetko veći od kapitala država u kojima djeluju. S te pozicije kontroliraju svaki aspekt koji bi korporaciji mogao naškoditi ili donijeti određenu korist. Za njih rade brojne PR agencije putem kojih su mediji izravno financijski ucjenjeni marketinškim sredstvima. Područje interesa su: robe, ideje, politička uvjerenja. Svijet koji je predstavljen putem medija je često svijet posredovan brojnim utjecajima i interesima.

Najsvježiji primjer korporacijskog manipuliranja javnog mnijenja možemo vidjeti u Nigeriji gdje su kvarom na Shell-ovoj pumpi iz naftne bušotine zagadili izvor pitke vode lokalnog stanovništva. U isto vrijeme tim ljudima Shell daruje raznovrsne alate i strojeve, te ih educira kako s njima rukovati, kako bi započeli „novi bolji i kvalitetniji život“. I naravno, od svega su napravili vijest u kojoj su Shell predstavili kao društveno odgovornu korporaciju. Tamošnje lokalne medijske kuće su u svojim sadržajima prenosili samo one informacije koje su odgovarale kompaniji Shell. Sve bi to možda i bilo prihvaćeno da nekolicina lokalnih stanovnika nije uzelo kamere u ruke, te snimilo i posredstvom interneta i YouTube-a objavilo i objelodanilo istinu cijelom svijetu. Ova pojava naziva se građansko novinarstvo, koje je još jednom pokazalo kako postoji potreba za stalnim traganjem za objektivnim novinarstvom.

Naravno, postojeći utjecaj različitih centara moći, posebno je uvjetovan i ustrojem drugih elemenata kao što su povijest neke zemlje, tradicija, stupanj demokracija (nije isto promatrati SAD i Bosnu i Hercegovinu), pa je stoga i stupanj intenziteta centara moći drugačiji i ima svoja odstupanja od zemlje do zemlje.

Ono što obilježava suvremenu ideologiju i suvremene modele dominacije povezano je, između ostalog, sa razvojem novih medija, digitalne tehnologije i emergentnih kultura. Nove tehnologije su kreirale Internet i jednu novu paradigmu komuniciranja. Komunikacija u okviru Interneta i cyber-prostora posmatra se, prema pojedinim tumačenjima, kao univerzalnost bez totalitarizma jer se ta „univerzalnost ne totalizira kroz značenja“¹⁵ U tom kontekstu je uloga Interneta i novih medija potpuno pozitivna i emancipatorska. Takvo tumačenje vidi Internet kao medij koji podrazumijeva prostor međupovezanosti i jedan novi model univerzalnosti, ali bez totalitarizma.

Pojava novih medija, posebno Interneta, označeno je kao doba novih platformi i nove paradigme koja je decentralizirana i koja je, u odnosu na tradicionalne medije, u potpunosti emancipatorska. Pojedini pokušaji da se cen-

¹⁵ Pierre LEVY, *Cyberculture*, 2001, Volume 4. str. 99.

zura u klasičnom smislu primijeni u svijetu novih medija, kao što je to funkcioniralo u tisku ili na televiziji (uklanjanjem sadržaja), pokazali su se neuspješnim. Nastojanje da tradicionalne kulture odgovore klasičnom cenzurom na postavljanje i širenje sadržaja na Internetu pokazalo se jalovim radi nepoznavanja funkcioniranja mrežne strukture, odnosno fragmentirane identifikacije mrežnih lokacija. Međutim, to ne znači da nova paradigma i novi mediji nemaju protokole za kontroliranje sadržaja i protoka informacija.

Naime, novi centri moći, koji egzistiraju prevashodno kao predstavnici novih korporacijskih kultura, sada kontrolu ostvaruju na drugi način. Društvo kontrole više ne počiva na panoptikonu i velikom dijagramu koji je premrežen različitim oblicima nadgledanja, upravljanim iz jednog centraliziranog i institucionaliziranog mjesta. Sada se kontrola realizira utemeljena na menadžerskom modelu kontrole. Djelovanje korporacija u doba djelovanja Interneta podrazumijeva jačanje emergentnih kultura koje funkcioniraju u kontekstu novih ideoloških centara moći. Sada se emergentne kulture oslanjaju na „metode strukturalnog nadzora ili tehnologija identifikacije“¹⁶, odnosno numerički oblik kontrole podrazumijeva društvo u kojem umjesto zabrana, djeluju nove metode društva kontrole.

Na taj način se realizira princip hegemonije u modernim uvjetima. Hegemonija nije nametnuta i funkcioniranje novih medija i kretanje Internetom i virtualnim svijetom izgleda slobodno i otvoreno. Danas emergentne poduzetničke kulture preuzimaju prevlast u odnosu na tradicionalne kulture tako da dominantna ideologija uspostavlja i promovira sadržaje koji imaju popularni karakter kako bi zadovoljili ukuse najvećeg broja pripadnika podređenih društvenih grupa. Od početka naglašena otvorenost Interneta i javnog komunikacijskog prostora, preuzeti su od strane emergentnih ekonomskih modela koji su podređeni korporacijskim interesima. U svemu tome može se utvrditi kako je decentralizirana struktura novih medija, najavljena kao prostor slobode, u stvari, potčinjena emergentim kulturama i neoliberalnim modelima proizvodnje i distribucije.

4. Različite stvarnosti

Kada govorimo o stvarnosti i njenom predstavljanju u medijima, zasigurno postavljamo pitanje što je to stvarnost, kako raspoznati „stvarnu“ stvarnost od „iskrivljene“ stvarnosti, što je „privid“, a što „medijska stvarnost“?

¹⁶Katarina PEOVIĆ-VUKOVIĆ, *Mediji i kultura*, Zagreb, Jesenski i Turk, 2012, str. 169-170.

Polazna točka za razmatranje ovih pitanja jeste naša i društvena procjena dali se ono što se u medijima prikazuje zaista i dogodilo.

Možda je najbolji primjer ilustriran u knjizi *Nulti broj*, autora Umberta Eco-a, jednog od najboljih suvremenih svjetskih pisaca koji piše o novinarstvu. Stoga ćemo ga citirati: „Beskrajno je mnogo vijesti u ovom svijetu, pa zašto se mora reći da je bila nezgoda u Bergamu, a prijeći preko toga da je jedan bio i u Messini? Ne čine vijest novine, nego novine stvaraju vijesti.“¹⁷ Umberto Eco analizira i elemente novinarstva te zaključuje da vijesti, informacije i poruke ne treba shvaćati doslovno i apsolutno im vjerovati.

„Novine lažu, povjesničari lažu, televizija danas laže. Nisi li vidio u televizijskim dnevnicima prije godinu dana, kada je bio Zaljevski rat, kormorana uljepljenoga naftom kako je skapavao u Perzijskom zaljevu? Zatim je utvrđeno da je u to godišnje doba bilo nemoguće da bude kormorana u Zaljevu te da su snimke datirali osam godina ranije, u doba iransko-iračkog rata. Ili su, tvrde drugi, kormorani uzeti iz zološkog vrta i uvaljani u naftu. Tako je valjda bilo i s fašističkim zločinima. *Nota bene*, nije da sam ostao privržen idejama svoga oca ili svog djeda niti se želim praviti da nisu bili masakrirani Židovi. (...) Ali ne pouzdam se više ni u što. Jesu li Amerikanci zaista otišli na Mjesec? (...) Živimo u obmani i, ako znaš da ti lažu, moraš biti nepovjerljiv.“¹⁸

Eco se bavi temama poput manipulacije, teorija zavjere, mračnom stranom suvremenog medija što pokazuje i gore navedeni citat. Svojim nas tezama navodi na promišljanje koliko je toga u našem životu i našoj povijesti određeno pričama bez da se preispitujemo jesu li one istinite ili ne. Potom nam dozvoljava da koristimo raspoložive alate, koje nam kroz priču nudi, kako bi se oduprli mogućim podvalama, manipulacijama i terorijama zavjere.

Autor Eco jasno ilustrira i novinarski posao, te nam na konkretnim primjerima objašnjava kako nastaju vijesti, priče i događaji, tko ih i na koji način kreira.

„...kako se može poštovati, ili pokazati da se poštuje, jedno od temeljnih načela demokratskog novinarstva: činjenice odvojene od mnijenja. Sutra će objavljivati mnoga mišljenja, koja će tako biti i označena, ali kako se dokazuje da su u nekom članku činjenice? (...) Ako izvješćujemo o, što ja znam, požaru ili automobilskoj nesreći, naravno da ne smi-

¹⁷ Umberto Eco, *Nulti broj*, Zagreb, 2015., str. 53.

¹⁸ Umberto Eco, *Nulti broj*, Zagreb, 2015., str. 40.

ju pisati (misli se na novinare) što sami misle o tome. I onda ubacuju u članak, među navodnicima, izjavu nekog svjedoka, nekog čovjeka s ulice, nekog predstavnika javnog mnijenja. Pošto stavite navodnike, ta mišljenja postaju činjenice jer je činjenica da je taj i taj izrazio to mišljenje. Moglo bi se ipak posumnjati da je novinar pružio prostor samo nekome tko misli kao on. Zato će izjave biti dvije, međusobno suprotstavljene, da bi se pokazalo da je činjenica da postoje različita mišljenja – a da novine iznose tu neposrednu činjenicu.”¹⁹

U svakom komuniciranju bitan je efekt koji ima poruka ili cilj komunikacije kako kaže suvremni teoretičar masovne komunikacije H.D. Lasswell.²⁰ Svaka poruka ima neki cilj, a taj cilj treba postići određeni efekt u komunikaciji. Stoga, Umberto Eco progovara o krajnjim ciljevima i efektima novinarskih poruka. Dakle, krajnji cilj suvremene autocenzure usmjeren je na stvaranje privida, a privid predstavlja našu izmišljenu stvarnost i konstrukciju događaja. U suvremenoj medijskoj produkciji, pod utjecajem autocenzure i profitabilnih interesa, novinari i mediji se radije bave zabavom, te kreiranjem trendova, nego li ozbiljnim diskursom posvećenom analizi i istraživačkim temama.

5. Umjesto zaključka: Medijska manipulacija

Sve je uvjetovano potebama tržišta i potrebama stjecanja profita. Zanimljivost i senzacija su glavni kriteriji vrijednosti vijesti u medijima. Mnoge djelatnosti, prividne potrebe usmjerene su prema potrošnji i većoj zaradi multinacionalnih korporacija. Nije tajna da su mnogi medijski konglomerati usko vezani za gospodarske multinacionalne korporacije i obrnuto, te da zajedničkim interesima propagiraju jedan te isti cilj koji ih kontinuirano i dugoročno povezuje, a to je uvijek zarada.

Javni prostor popunjava se trivijalnostima i zabavom. Za istraživačke i kreativne sadržaje izostaje potražnja, pa time i prostor u medijima popunjava ju (pod izlikom da javnost diktira agendu/tržište) novi trendovi koji propagiraju celebri kulturu, konzumerizam, etički upitne sadržaje, modu i slično. To je oblik cenzure koji nastoji kontrolirati društvo, postavljati agendu, trendove i pravila tako što od njih stvara pasivne potrošače i pasivne konzumente medija. „Masovni mediji stvaraju svoje potrošače da bi ih mogli iznajmljivati

¹⁹Isto, str. 51-52.

²⁰Vidi, Michael KUNCZIK, Astrid ZIPFEL, *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb, 2006., str.6.

oglašivačima. U stvaranju svojih potrošača oni se koncentrišu na određene grupe kojima mogu da ponude sadržaje koji zadovoljavaju njihove još nezadovoljene potrebe. U redove svojih potrošača privlače određene tipove ljudi i potom ih programiraju da postanu stalni korisnici medija.”²¹

Drugim riječima mediji nastoje stvoriti homogenu grupu pojedinaca koji imaju slične ili iste interese i potom im nuditi određene sadržaje unutar kojih propagiraju željene proizvode. Ako pojedinac ne razumije funkciju i uporišta masovne komunikacija lako može pasti u zamku medijske manipulacije. Nije dovoljno samo poznavanje medija koje koristimo, već je potrebno razumjeti tko nam pruža informacije, jesu li te informacije privid ili stvarnost, zašto su upućene nama, kako nastaju, tko ih producira i na kraju koji je smisao tih poruka, odnosno što je cilj komunikacije.

Tek dubljom analizom i istraživanjem sadržaja možemo otkriti moguće oblike manipulacije ili spriječiti osobnu pasivnost i površnost u konzumaciji medija. Tragovi cenzure vidljivi su i u pojavi zanemarivanja krucijalnih društvenih tema, skretanje komunikacije na druge nebitne poruke, zabava, dokoličarenje i promoviranje instant zvijezda, starleta, reality show emisija i sličnih sadržaja upitne kvalitete.

Nema istinskog dijaloga u bilo kojem području, ne samo u medijima, već i u drugim djelatnostima. Putem reklama i preporuka dobivate upute kako živjeti, što trošiti i konzumirati, kakvo auto voziti, što nositi, gdje putovati, kako se poželjno ponašati. Nastupilo je vrijeme konzumerizma i kapitalizma gdje se ističu i njeguju zabava, površnost, potrošnja. Problem komercijalnog totalitarizma, utjecaj i moć vlasnika medija, preferiranje senzacije i celebritija samo su neki od oblika i elemenata suvremenih tragova cenzure i manipulacija u informacijskom društvu.

Mediji nude obilje mogućnosti ili nas programiraju da mislimo da imamo mnogo mogućnosti. Oni nas neprestano nastoje usmjeriti na manji izbor informacija. Iako su nam u ponudi kablovske televizije sastotinu programa, na Interentu milioni sajtova, mediji ipak nastoje da nas ograniče. Vrlo dobro su upoznati sa našim oblicima fizičke, percipitivne i psihološke izloženosti medijima. Ali stupanj naše izloženosti mogućim oblicima manipulacije medijima ogleda se individualno u pogledu našeg osobnog položaja, ciljeva i raspoloživih znanja. Stoga je stupanj utjecaja teško generalizirati jer on ovisi od svakog pojedinca ponaosob.

²¹James POTTER, *Media Literacy*, Beograd, 2008., str.82.

Skretanje s glavnih tema, nastojanje da se upravlja i kontroliraju naši stavovi i potrebe samo su neki od tragova suvremenih oblika utjecanja na medije koji nisu identični modeli cenzure, ali koji imaju svoju moć i efekte. Novi oblici, tragovi cenzure u suvremenom demokratskom društvu, samo su ljepše i suptilnije oblikovan proces manipulacije i kontrole bilo tržišne, ekonomske, kulturne ili neke druge moći. Ako se ne uklapamo u definiranu matricu nismo ideloški orijentirani prema glavnim ciljevima i interesima „društva“, nismo dobrodošli niti poželjni. Pitamo se kako se osloboditi od ovih suvremenih oblika manipulacije i utjecaja u javnom komunikacijskom prostoru i u okviru masovno medijske komunikacije.

U tom procesu jedna od najbitnijih komponenti je znanje. Znanje je kroz povijest često bilo privilegij manjine, na tom temelju se oduvijek zasnivalo vladanje, dok je kritičko mišljenje bivalo u najmanju ruku nepoželjno i revolucionarno u svakom režimu. Upravo je potreba za razvojem kreativnog i kritičkog mišljenja jedini način za razumijevanje manipulacije medija, a alat za stjecanje višeg nivoa znanje jest kroz program medijskog opismenjavanja i uporabe vještina i kompetencija koje će stvoriti medijski pismenije društvo.

Everette Dennis, izvršni direktor Foruma za slobodu pri Centru za proučavanje medija na Sveučilištu Kolumbija u New Yorku za medijsku nepismenost je rekao da je ona:

„'za ljudski duh potencijalno štetna i otrovna kao što su zagađena voda i hrana štetni po naše fizičko zdravlje'. Metafora o zagađenosti je opravdana. Medijske industrije nam nude brojne proizvode koje želimo –proizvode koji su dobri za nas- ali iste te industrije proizvode i štetne prateće proizvode i njima zagađuju našu kulturu. Ako nismo medijski pismeni nećemo primjetiti razliku i uz dobre proizvode trošićemo i loše“.²²

Jedno od mogućih rješenja u borbi protiv nametnutih nam „mentalnih kontrola“ je i u kombinaciji i poređenju različitih medijskih sadržaja o istim ili sličnim temama, slobodan protok i prístup informacijama kao i dostupnost i mogućnost povratne informacije od pošiljatelja informacije do recipijenta. Rješenje je i u većoj kolektivnoj svijesti o poštivanju medijske objektivnosti i pozivanje na odgovornosti kako medija tako mnogih drugih društvenih subjekata, pa i recipijenata. Novinari moraju, među ukupnim ljudskim aktivnostima svakodnevno, raditi selekciju i izbor vijesti koje će im prezentirati, a pri tome

²²James POTTER, *Media Literacy*, Beograd, 2008., str.32.

voditi računa o privlačenju publike atraktivnim naslovima i sadržajima. Tu nerijetko nisu potpuno objektivni, te je potrebno uspostaviti ravnotežu.

Uporabom digitalnih medija i web 3.0 potrošači i/ili recipijenti mogu svakodnevno vršiti dvosmjernu komunikaciju s medijima i dobivati povratne informacije, pa je i objektivnost i poziv na viši nivo etičnosti svojstvena i njima. Stoga je i nivo individualnih odgovornosti i poštivanje etičkih načela jedan od elemenata koji je ključan u postizanju društvenih dobara, javnog interesa i kolektivnih znanja. Mediji su vrlo dobro upoznati sa oblicima fizičke, percipitivne i psihološke izloženosti recipijenta. Zaštita informacija jedan je od načina preliminarnog djelovanja protiv manipulacije podacima. U suvremenom informacijskom društvu, pogotovo na globalnom informacijskom-komunikacijskom sustavu kao što je Internet, zaštita podataka i privatnosti jedan je od osnovnim oblika zaštite od moguće manipulacije. Internet je omogućio prikupljanje velike količine podataka iz različitih društvenih djelatnosti, te je zaštita podataka nužna iz dva opravdana razloga. Prije svega da se podatci ne bi zagubili i da se njima neovlašteno koristi. Pojava Interneta i YouTube kanal pomogla je u širenju i pojavi građanskog novinarstva koje predstavlja sivu zonu između interesa vladajućih centara moći i interesa samih građana. Ipak, stupanj naše izloženosti mogućim oblicima manipulacije medijima ogleđa se individualno u pogledu našeg osobnog položaja, ciljeva i raspoloživih znanja. Stoga je stjecanje znanja i sloboda u prikupljanju, obradi i širenju znanja jedini i apsolutan cilj.

„U vječnoj borbi između dva elementarna tabora, onih koji žele vladati drugima i onih koji na to ne pristaju, borbi koja je obilježila razvitak ljudske civilizacije (Stipčević, 1997:5) kraj je neizvjestan, nema zaključka. A to i jest bit slobode, da je uvijek otvorena, nikada definirana, klasificirana, spremljena u neku teoriju. O njoj se piše, ali sloboda je uvijek slobodna.“²³

Tek kombinacijom stečenih vještina, kompetencija i znanja možemo reći da smo stvorili kritički i kreativan odnos prema medijima i medijskim porukama koje svakodnevno primamo, te se možemo kvalitetno oduprijeti mogućim oblicima i elementima koji predstavljaju tragove cenzure i manipulacija u suvremenom informacijskom društvu.

²³Vesna IVEZIĆ, „Lica cenzure: sloboda mišljenja i kreativnost u uvjetima tržišno orijentiranog društva“, str. 1436.

Literatura

Boban, M. (2012), „Pravo na privatnost i pravo na pristup informacijama u suvremenom informacijskom društvu“, u: *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu*, god 49/3.

Eco, U. (2015), *Nulti broj*, Zagreb.

Gocini, Đ. (2001), *Istorija novinarstva*, Beograd, Clio.

Ivezić, V. (2016), „Lica cenzure: sloboda mišljenja i kreativnost u uvjetima tržišno orijentiranog društva“, u: *In medias res,,: časopis filozofije medija*, Vol. 5, No. 9

Keane, J. (1995), *Mediji i demokracija*, Beograd, Clio.

Klajić, B. (2004), „Cenzura“, *Rječnik stranih riječi: tuđice i posuđenice*, Zagreb, NZMH.

Kunczik, M., Zipfel, A. (2006), *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, Zagreb, Zaklada Friedrich Ebert.

Levy, P. (2001), *Cyberculture*, Volume 4., Minneapolis-London, University of Minnesota Press.

Malović, S. (1995), *Novine*, Zagreb.

Mill, J.S. (), *On Freedom*, www.gutenberg.org/files str.2

Peović Vuković, K. (2012), *Mediji i kultura – ideologija medija nakon decentralizacije*, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk.

Potter, J. (2008), *Media Literacy*, Beograd, Clio.

Vukdinović, R. (2005), *Teorije vanjske politike*, Zagreb, Politička kultura.

UDK: 341.485(560=411.16)

**GENEZA JERMENSKO–TURSKOG SUKOB U POSLJEDNJIH
120 GODINA**

**THE GENESIS OF THE ARMENIAN – TURKISH CONFLICT IN THE LAST
120 YEARS**

dr MIROSLAV DODEROVIĆ
Filozofski fakultet, Univerzitet Crne Gore

dr MARIJAN PREMOVIĆ
Filozofski fakultet, Univerzitet Crne Gore

Abstrakt: U radu je prikazana geneza jermensko – turskog sukoba u posljednjih 120 godina. Gotovo sto godina nakon pokolja nad Jermenima u Osmanskom carstvu, strasti se još uvijek između dvije zavađene strane nisu smirile, Jermeni se i dalje osjećaju poniženo, kako od strane međunarodne zajednice, tako i od njenih saveznika. Genocid nad Jermenima je u javnosti malo spominjan, posebno na Zapadu. U djelovima Turske tretira se kao nejasan događaj koji se dogodio zbog nacionalne i vjerske nesnošljivosti u Osmanskom carstvu. Zapadna hemisfera se, kroz borbu za ljudska prava, čini kao da staje na jermensku stranu, ne dajući savremenoj turskoj državi da iznese svoje stavove, dok se Turska, i njeni saveznici, čvrsto drže mišljenja da Jermeni obraćaju pažnju na sopstveni identitet samo u slučaju kada pored sebe imaju neprijatelja. Najveći doprinos u pokretanju pitanja genocida na međunarodnom ima svakako uporna i dobro organizovana jermenska dijaspora.

Ključne riječi: Jevreji, Turska, genocid, migracije

Abstract: The paper deals with the genesis of the Armenian – Turkish conflict in the previous 120 years. Nearly a hundred years after the Armenian slaughter in the Ottoman Empire, passions between the two sides have not calmed down yet. The Armenians feel humiliated,

both by the international community and by their allies. The genocide against the Armenians is not widely publicized, especially in the West. In parts of Turkey it is treated as a doubtful event that happened due to national and religious intolerance in the Ottoman Empire. The Western Hemisphere, through the struggle for human rights, seems to be standing on the Armenian side, not allowing the modern Turkish state to express its views, while Turkey and its allies firmly hold that the Armenians are paying attention to their own identity only when they have enemies nearby. The greatest contribution to the initiation of the genocide issue at the international level is certainly a persistent and well organized Armenian diaspora.

Key words: *Jews, Turkey, Genocide, Migrations*

1. Uvod

Ime Jermenija, koje se koristi za ovu zemlju u većini jezika, počeli su prije oko tri hiljade godina koristiti grčki historičari po jermenskom vođi Aramu, koji je prema legendi bio šesti član Haikove loze (praunuk Haikova prau-nuka). Jermenska Apostolska Crkva može se ponositi svojom 1700-godišnjom istorijom: već 301. godine Jermeni su prihvatili Hristovu vjeru. Posljedice Drugog balkanskog rata su po Tursku bile radikalne, s obzirom na to da je izgubila sve teritorije u Evropi, i to čak 85%, zajedno sa 70% evropskog stanovništva, što je dovelo do dubokog osjećanja krize u Osmanskoj imperiji i među vođama njenog Komiteta jedinstva i napretka, a njena vladajuća elita je često bila izložena napadima, dok je vlast postala vidno nestabilna.

2. Kartografija sukoba

Prvi slučaj jermenske pobunjenosti se javio u regionu Sasun. Aktivisti Hunčak partije su u ovu regiju došli 1891. i 1892. godine kako bi pomogli jermenskoj poljoprivrednoj zajednici (Sasun je bio poznat po uzgajivačima pšenice, ječma, duvana itd.) i organizovali otpor poreskom iznuđivanju. Sistem dvostrukog oporezivanja (plaćanje poreza osmanskim vlastima i kurdskim starješinama), dovodio je jermenske poljoprivrednike do stanja siromaštva. Kada je jedan kurdski aga prolazio kroz Sasun sa svojom pratnjom, kako bi pokupio porez, jedan od Jermenskih predstavnika mu se suprotstavio i nakon borbe koja je uslijedila, poginuo je najmanje jedan Kurd, što je dovelo do još većeg zaoštavanja odnosa. Naredne godine sultan je naredio pohod nomad-

skih Kurda na Sasun i Muš i za nekoliko nedelja oko 3000 Kurda započelo je napade na regiju Sasun. Uz pomoć zaptija (vojna policija) i Kurda, osmanske trupe su napadale i palile sela, pljačkale domaćinstva, ubijale bez obzira na polnu i starosnu razliku stanovništva. Pokolj u regiji Sasun je pogoršao stvari i proširio se na teritorije širom jermenskih provincija, što je izazvalo reakcije u čitavoj Evropi. Pokolj u Sasunu bio je “prvi slučaj organizovanog masovnog ubijanja Jermena u savremenoj osmanskoj istoriji, izveden u mirnodopsko vrijeme, bez ikakve veze sa nekim ratom”. U Evropi se oštro reagovalo, kao i u Sjedinjenim Državama. Visoka porta je učinila sve da zataška i umani ubijanja, a sam sultan je putem svoje istražne komisije plasirao propagandu koja je za pokolje sve vrijeme okrivljavala same Jermene, i tvrdila da su se Kurdi, s obzirom na to da su bili “divlji nomadi”, oteli kontroli. Dok je sultan kočio reforme, u ljeto 1895. godine pristalice Hunčak partije su organizovale demonstracije u Konstantinopolju i uputile “protestni zahtjev” sultanu i državi, kojim su osuđivali masakr u Sasunu i tražili poboljšanje svih životnih uslova za Jermene. Kada su protestanti pokušali da predaju zahtjeve Porti, bili su zaustavljeni i naređeno im je da se povuku, što su oni odbili, nakon čega je na sve strane došlo do tuče, pucnjave i ubijanja. Na demonstrante su krenule softe, zaptije i policajci. Rendel Haris je boravio u Aintabu, na istraživačkoj misiji i slao je izveštaje u Englesku o prizorima koje je video: “Rad na istrebljenju Jermena bio je sve drugo nego nasumična mahnitost. Pobijeni su muškarci, i to najjači, najsposobniji i najmudriji”. Sljedeći veći sukob, koji je po Jermene bio katastrofalan, je bio sukob u samom Konstantinopolju, u ljeto 1896. godine. Pripadnici Dašnak partije su se organizovali i izveli akciju kakva nikada prije toga nije bila izvedena u Osmanskom carstvu. Izvršen je napad na Otomansku banku (jedna od najvažnijih finansijskih ustanova carstva), takozvanu “tvrđavu evropskog bankarstva”, naročito francuskih i britanskih finansija. To je izazvalo reakciju softi, bašibozuka (paravojska) i policije, koji su krenuli u odmazdu širom Kostantinopolja. Neiskusni Jermeni su neko vrijeme držali odstupnicu banci, ali onda su počeli da popuštaju i stražari su grupicu preostalih Jermena iz banke sproveli tokom naredne noći kroz grad, nakon čega su prebačeni u privremeno izgnanstvo u Marsej. “Vlasti su bile iznenađene kada su ustanovile da je banku osvojilo samo 25, a ne dvije stotine Jermena, ostavivši za sobom barutne bombe i dinamit, i ne dotakavši ni cent od novca”. Po ulicama grada je ubijeno hiljade Jermena, a francuski ambasador i njihov vojni ataše, bili su svjedoci mnogih prizora, saglasili su se da je oružje obezbijedila vlast uz podršku sultana. Nepune tri nedelje nakon incidenta u banci sultan je

naredio lokalnim vlastima da počnu pokolji u gradu Eginu u provinciji Harput. Tada je stradalo više od 2.000 Jermena, a oko 1.000 jermenskih kuća je opljačkano i zapaljeno. Kada je završen lanac pokolja u periodu od 1894. pa do 1896. godine, stradalo je oko 25.000 Jermena. Johannes Lepsius, njemački pastor koji je prošao kroz jermenske provincije u istraživačkoj misiji posle masakra 1896. godine, tvrdi da je sultanov program uništenja kulture imao razmjere genocida, zato što je opustošio “društveno tkivo i ustanove kulture Jermena”. Prema podacima koje je sakupio, sultanovi masakri su imali sljedeće posljedice: 2500 sela i gradova su ostali potpuno pusti, uništeno je 645 crkava i manastira, preživjeli iz 559 sela i nešto malo iz gradova je nasilno preobraćeno u islam. Ovo je uključivalo 15.000 Jermena i Erzuruma i Harputa, preobraćenih pod prijetnjom smrću. Pored toga, 328 crkava je prepravljeno u džamije, a 21 protestantski sveštenik i 170 sveštenika Apostolske crkve je ubijeno. “Do ivice gladi je dovedeno 546.000 ljudi” (Balakijan, 2011, 119–125).

Muslimanski sveštenici igrali su problematičnu ulogu u pokoljima Jermena. Sa usponom mladoturaka, koji su sveli sultana Abdulhamida na nivo političke figure bez ikakve moći i tvrdili da je njihov politički program odanost Turskoj, a ne odanost islamu i osmanskoj vlasti. Jermeni su se ponadali da su za njih došla bolja vremena, da će represija i ubistva prestati, međutim bilo je drugačije. Prvi obračuni mladoturaka sa Jermenima su počeli u Adani, gradu u kome su Jermeni činili polovinu stanovništva i gdje su bili poznati po djelatnostima koje su vršili. Muslimani su u toj oblasti bili siromašni i nakon gladne 1908. godine bili su izuzetno ozlojeđeni prema bogatijim Jermenima. Prve su na udaru bile jermenske radnje, koje su postale predmet pljačke. Britanski vicekonzul, Dauti Vajli se uputio u Adanu, odakle je kasnije izvještavao o ubistvima i masakrima. Slao je izveštaje o broju ubijenih i poginulih, o pljačkama radnji širom Adane i o indiferentnosti guvernera i komandanata provincije Dževad-bega i Mustafe Remzi-paše, koji su odbijali da išta učine. Danima je po ulicama paravojska činila masakre.¹ U naredna dva dana, u Adani je ubijeno oko 2.000 Jermena, a po izveštaju Dauti Vajlija “još 15000 ljudi očajnički traži hranu i žive u strahu, kao izbjeglice bez doma, pošto su radnje spaljene i uništene, a glad prijeti” (FO/420/219, 84).

¹ Britanski novinar i historičar, Čarls Vuds je u svojoj knjizi “The danger zone of Europe: changes and problems in the near east”, izjavio da “su po ulicama bili bašibozuci s toljagama, palicama i pištoljima i vikali da su u strahu od Jermena, koji se, kako su govorili, bune protiv vlade i da dobijaju što zaslužuju” (Woods, The Danger Zone, 130).

U tom trenutku slabosti Turske, Jermeni su uspjeli da ubijede evropske sile da izvrše pritisak na carevinu da pristane na neke od reformi koje su Jermeni tražili decenijama. Udruženje za unapređenje snage Turske (*Türk Gücü Cemiyeti*), osnovano 1913. godine, bilo je posvećeno vojnoj obuci mladih, tako da nacija ponovo postane "ratnička", kako bi izbjegla katastrofu i "opadanje turske rase" (P.Balakijan, 2011, 173). Militarizacija širom Turske imala je osnovu za pripremu sveg stanovništva za rat, a to je uskoro stvorilo vojni, politički i kulturni prostor u kome se mogao dogoditi i genocid. Nisu samo panturkističke ideje bile opasne po Jermene, u međuvremenu se kod mladoturaka, a posebno kod Enver-paše, razvila ideja panturanizma, o povratku na Kavkaz i Srednju Aziju, a u tome su im smetali Jermeni kao prepreka ka izlazu na ruski Kavkaz. Ideja je oličavala san o stvaranju imperije turskih naroda od Albanije do Anadolije, na Kavkazu i na kraju u srednjoj i srednjoistočnoj Aziji (Teodosijević 1998, 52). Do 1914. godine, kada se Turska udružila sa Njemačkom u ratu, mladoturci su prihvatili različite elemente panturkizma, panturanizma i poturčavanja. Zbog sukoba sa Rusima i njenim teritorijama u centralnoj Aziji, mladoturci su iskoristili svoje panturkističke ideje kao motiv za ulazak u rat. Ovog puta su Jermeni, usljed svih ovih okolnosti, proglašeni "unutrašnjim neprijateljem". Mladoturci su naslijedili od sultana njegovu prefinjenu birokratiju, koja im je poslužila za odmazdu prema Jermenima. Ministarstvo unutrašnjih poslova oformilo je još jednu službu, pod nazivom Specijalna organizacija (*Teshkilat-i-Mahsusa*, u daljem tekstu SO), koja je, kao proizvod Centralnog komiteta partije, snagu crpila iz čvrste veze između novih vojnih i paravojnih vođa u sponu i Komiteta jedinstva i napretka (Toynbee, 1922, 280). "Preživjeli šef SO kasnije je tvrdio da je to bilo tajno tijelo osmišljeno za postizanje unutrašnje i spoljašnje bezbjednosti Osmanske države" i da je njegova moć bila veća od one koju je imala "zvanična vlada". On je priznao da su masakri na Jermenima izvedeni po nalogu Centralnog komiteta i da je SO bila središte operacije." Kutay, Jemal, *Birinci Dunya Harbinde Teskilat-i-Mahsusa* (The Special Organization during World War II) (Istanbul, 1962), 18, 36, 78).

Jedan od najuticajnijih partijskih zvaničnika unutar SO je bio dr Behaedin Šakir. Naime, po njegovim uputstvima, krajem zime i u proljeće 1915. godine, započela je glavna faza istrebljenja Jermena. Ova nova vojna vlast bila je potpuno van domašaja, kontrole i ograničenja osmanskog zakonodavstva. S objavom Privremenog zakona o deportaciji, 2. maja 1915. godine, koji je nala-gao prisilnu deportaciju Jermena, osmanski oficiri su dobili ovlaštenje da preuzmu na sebe potpuno uklanjanje jermenskog stanovništva, a vojno ministars-

tvo je bilo ovlašćeno za razradu detalja. Specijalna organizacija je sistematski regrutovala, organizovala i raspoređivala desetine hiljada osuđenih kriminalaca, zarad pogroma nad jermenskim stanovništvom. U tu svrhu su vojne vlasti dobile odobrenje da oslobode hiljade zatvorskih osuđenika. Arnold Toynbi je bio jedan od prvih autora koji je procijenio ulogu tzv. odreda smrti i uloge osmanske birokratije u masakrima, kada je napisao: "Turske političke čete...imale su svoj debi na zapadnoj obali, a 1915. godine, pošto su dobile pojačanje od osuđenika, za tu svrhu puštenih iz državnih zatvora, izveli su plan Vlade jedinstva i napretka protiv Jermena u svakoj provinciji Anadolije, osim vilajeta Ajdin" (Toynbee, 1922, 280). Procjenjuje se da je u odredima smrti bilo oko 34.000 ljudi. Talat-paša i ostala politička elita su smatrali da su bivši osuđenici efikasan izbor za rješavanje jermenskog pitanja. Oni su vjerovali da će korišćenjem bivših osuđenika omogućiti vladi da sa sebe skine odgovornost, obrazloživši kako se "stvar otela kontroli" i da su masovna ubistva rezultat djelovanja "grupe bandita" (Teodosijević, 1998, 154).

U proljeće 1915. godine, osmanska vlast je još jednom proglasila pobunom ono što su Jermeni smatrali otporom pokolju, tačnije, otpor Jermena u Vanu viđen je kao provokacija, što je vlastima dalo razlog da nastave sa pokoljima (Bajić, 1999, 21). Tokom zime 1915. godine Dževdet-beg je krenuo u sprovođenje kampanje u jermenskim selima u okolini Vana, sa namjerom da u jermenskim kućama pronađe oružje i njegove trupe su hapsile, mučile i ubile hiljade Jermena i do početka proljeća je zavladao teror. Vojnici i Kurdi su krenuli u napade u okolna sela i gradove, a ukupno je stradalo oko 55.000 ljudi, što je potvrdila ruska vojska, koja je oslobodila Van. Ruska vojska se povukla nakon deset nedelja i požurivala Jermene da i oni pođu za njima. Tokom povlačenja Turci i Kurdi pobili su hiljade Jermena, a ostali su umrli od gladi. Nakon masakra u Vanu, uslijedilo je ponovno poricanje Dževdet-bega i vlade. Strani posmatrači u Vanu – američki, njemački, švajcarski i italijanski misionari i diplomate – zajedno su se složili da su Jermeni bili u očajničkom položaju i da su se branili od potpunog istrebljenja. Turska je tvrdila da Jermeni žele da unište Osmansko carstvo, a Jermeni su nasuprot tome podvalačili da "manjinsko, diskriminisano stanovništvo, bez sopstvene države, bez ikakve vojne organizacije, koje je takođe bilo pod opsadom, nije moglo da se upusti u građanski rat, niti da uzrokuje raspad države". U noći 24. aprila 1915. godine, počelo je hapšenje jermenskih intelektualca i kulturnih vođa u Konstantinopolju. Samo u prvom krugu odvedeno je oko 250 intelektualaca, a tokom nekoliko narednih nedelja još nekoliko stotina je pohapšeno. Među uhapšenima su

bili javni službenici, političke vođe i nepristrasni intelektualci. Autobusom su odvoženi do određenog mjesta, odakle su prebacivani u vozove, koji su ih odvozili u središte Male Azije, gdje su svi, osim nekoliko, ubijeni. Stradalo je i 8.000 učitelja, 82 pisca, i nekoliko stotina kulturnih i vjerskih vođa (Balakijan, 2011, 223, 273). U periodu od 1915. do 1918. godine veći dio masovnih ubijanja je bio završen, međutim, u proleće 1918. i u jesen 1920. godine Osmanska i nova kemalistička vojska su napale novu mladu Republiku Jermeniju (Teodosijević, 1998, 145).

U periodu od 1917. do 1918. godine, Turci su za vrijeme Prvog svjetskog rata ponovo u napadima izmasakrirali jermensko stanovništvo, sa sve ženama i djecom, i ostavili opustošena područja. Ovog puta, Jermeni su odgovorili napadom na turska sela i gradove, masakrirajući tursko stanovništvo i čineći štetu koliko god je to bilo moguće, pokušavajući tako da se osvete za ranije nanijete zločine (Bajić, 1999, 21). Jermeni koji su preživjeli genocid naselili su Istočnu (rusku) Jermeniju ili su se rasuli po svijetu. U jermenskom jeziku postoji riječ "spjurk" koja označava Jermene koji silom prilika žive van matice, ali nisu emigranti. Broj Jermena u dijaspori danas iznosi prema procjenama 6-8 miliona (2 puta više nego u samoj Jermeniji). Posebno su brojne jermenske zajednice u Rusiji, SAD, Francuskoj, Gruziji, Libanu, Siriji. Rezultat genocida je strašan. Procjenjuje se da je oko 1,5 miliona Jermena ubijeno ili umrlo u pogromu. Oko 3.000 crkava i manastira je uništeno. Jednom malom, vrijednom, gostoljubivom i ponosnom narodu je za nekoliko godina zadat udarac od koga se evo ni skoro vijek kasnije nijesu oporavili. Preživjeli Jermeni nikada nisu obeštećeni za opljačkanu imovinu, za otete kuće i imanja, za sistematsko uništavanje života. Mladoturci, njihovi rođaci i prijatelji su otkupljivali od države zaplijenjenu jermensku imovinu za 2% realne vrijednosti. Procjenjuje se da su oštetili Jermene za 14 milijardi dolara. Dio novca je otišao na isplatu duga Njemačkoj. Jermeni su bili uspješni trgovci i bankari, dobre zanatlije i farmeri. Istočna Anadolija se narednih decenija pretvorila u divlje područje, jer nije imao ko/ili niko nije umio da obrađuje zemlju. Najveći doprinos u pokretanju pitanja genocida na međunarodnom nivou ima svakako uporna i dobro organizovana jermenska dijaspora.

3. Obilježavanje genocida i posledice

Eksperti za genocid, međunarodne institucije, neke države, kao i sama Jermenija, insistiraju da se u periodu od 1894. godine do 1921. na teritoriji tadašnjeg Osmanskog carstva zapravo desilo ono što se u savremenom među-

narodnom krivičnom zakonu tretira kao genocid. Mnogi eksperti masakr nad Jermenima smatraju prvim, sistematskim genocidom, s obzirom na način na koji su vršena zlodjela i s obzirom na broj stradalih, što se može potkrijepiti različitim izvorima. Diskusija se razvila iz savremene definicije genocida i često služi kao argument, kako turskoj, tako i jermenskoj. Sama masovnost zločina se nekad može uzeti u razmatranje kao genocid, i to se obično uzima kao snažan argument. Države koje odbijaju da prihvate da se tada desio genocid jesu Turska i Azerbejdžan, dok je npr. poricanje zakonom zabranjeno u Grčkoj, Slovačkoj i Švajcarskoj. Termin "genocid" je skovao poljski advokat jevrejskog porekla, Rafael Lemkin, i sastoji se iz dva korijena: *genos*, što na starogrčkom znači pleme, narod, rasa; i latinskog *-cide*, što u prevodu znači ubiti. Definicija genocida je nastala nakon Drugog svjetskog rata i definisana je u Konvenciji o sprečavanju i kažnjavanju zločina genocida, koju je Opšta skupština UN prihvatila 9. decembra 1948 godine.² Zvanična međunarodnopravna definicija genocida glasi, po statutu međunarodnog kaznenog suda: "član 6. Za svrhe ovog statuta, izraz "genocid" znači bilo koje od niže opisanih djela, počinjeno u namjeri da se u cjelosti ili djelimično uništi jedna nacionalna, etnička, rasna ili vjerska skupina kao što je: a) ubijanje pripadnika skupine, b) nanošenje teške povrede ili duševne boli pripadnicima skupine, c) namjerno podvrgavanje skupine životnim uslovima kojima je cilj njeno potpuno ili djelimično fizičko uništenje; d) nametanje mjera sa namjerom sprječavanja rađanja unutar skupine; e) prisilno premještanje djece iz jedne skupine u drugu." Dakle, da bi se jedno djelo smatralo genocidom, mora postojati jasna i specifična namera (*mens rea*) da se uništi neka nacionalna, etnička, vjerska ili rasna skupina. Drugim riječima, ukoliko se dogodilo masovno ubistvo, a dogodilo se samo kao čin "političkog terora", onda se to pravno ne smatra genocidom. Takođe, žrtve moraju biti neka određena nacionalna, etnička, vjerska ili rasna skupina. U slučaju masakra nad Jermenima u Osmanskom carstvu, od dva uslova za genocid, tj. da li postoji jasna namjera za činom i da žrtve moraju biti određena etnička skupina, zasigurno je da je ispunjen drugi, tj. da je u pitanju određena nacionalna ili etnička skupina, u ovom slučaju Jermeni. O tome da li je postojala jasna namjera da se jermensko stanovništvo potpuno ili djelimično uništi i protjera sa teritorije Osmanskog carstva se i dan-danas vode rasprave. S obzirom na činjenicu da nije dokazano, niti je nađen podatak ili nečija izjava da je postojala jasna i nedvosmislena namjera za zločin, masovnost zločina se

² <http://www.preventgenocide.org/ba/pravnadefinicijagenocida.htm>

uzima i u ovom slučaju kao argument. Oni koji poriču genocid se oslanjaju na tvrdnje da termin koji se koristi ne može da se uzima u razmatranje u datom periodu, s obzirom na činjenicu da ni sam termin genocid, kao ni njegov širi opis u tom istorijskom trenutku nije postojao. Strana koja zastupa jermensko gledište napominje da je u pitanju ipak bio organizovan masakr, tačnije masakr koje je naređivala osmanska vlada, navodeći kako je vlada pri tome koristila za masovne deportacije i sprovođenje žrtava na stratišta željeznicu, što, kako tvrde, nije moglo biti sprovedeno bez detaljne organizacije državnog vrha. Navode još i telegrame Talat-paše, u kojima on nedvosmisleno zahtjeva od vojske da pobije sve Jermene, bez obzira na pol i starost. Do 1923. cijela Zapadna Jermenija u Turskoj bila dejermenizovana. Jermeni tvrde da je politika Mladoturaka bila: "Nema Jermena, nema jermenskog pitanja".

Današnja Turska zvanično poriče postojanje genocida nad Jermenima, kao i njeni naučnici i istoričari širom svijeta i prilikom poricanja, pozivaju se na nekoliko argumenata. Tvrde da nije moguće dokazati da je postojala namjera zvanične Osmanske države da počini genocid nad Jermenima, kao ni zvaničan broj žrtava (koji se u zavisnosti od strane kreće od 100.000 do 1.5 miliona), kao ni birokratije koja bi mogla obavještavati ili naređivati takva zlodjela. Osim toga, navode i podatak da zločine nad Jermenima nisu počinili Turci, već Kurdi, kao i da su samo neki generali i pojedinci "otišli malo predaleko", tvrdeći pritom da je u pitanju bio međunacionalni sukob i da su podjednako stradale i jermenska i turska strana, a bilo je i slučajeva kada su Jermeni napadali Turke i ubijali ih. Takođe, pozivaju se i na činjenicu da nakon Prvog svjetskog rata i osmanskog napuštanja zemalja Balkana, niko od naučnika, istoričara ili šire evropske javnosti nije pomenuo niti javno iznio osmanske žrtve i prognane. Tursko tumačenje je da se radilo o relociranju Jermena, a da su Jermeni najviše stradali u tursko-jermenskom ratu i u sukobima uopšte, da je broj žrtava znatno manji (350.000 – 600.000). Turski intelektualci i istoričari priznaju da su Jermeni teško stradali, međutim negiraju da se radilo o sistematskom i planiranom uništavanju ljudi i imovine. Mnogi inkriminišući dokumenti su uništeni po dolasku Ataturka na vlast, a preostali u arhivama nisu dostupni za proučavanje.

Turski premijer Redžep Tajip Erdogan pozvao je tadašnjeg predsjednika SAD Baraka Obamu da spriječi moguće glasanje u Predstavničkom domu te zemlje o rezoluciji kojom bi se masakr nad Jermenima u Prvom svjetskom ratu nazvao genocidom.

Ministar spoljnih poslova Turske Ahmet Davutoglu rekao je u obraćanju parlamentu da je premijer Erdogan uputio pismo Obami u kojem ga je pozvao da spriječi glasanje o rezoluciji, jer bi ono moglo da nanese štetu odnosima dvije zemlje. "Ne možemo da dozvolimo da rezolucija stoji nad tursko-američkim odnosima kao Damoklov mač", rekao je Davutoglu. Zahvaljujući licemjerstvu međunarodne zajednice svijet ostaje i dalje podijeljen po pitanju priznavanja genocida. Pokušaji nekih zemalja (Francuske, 2011), da kažnjava javno negiranje genocida nad Jermenima završilo je demonstracijama Turaka i paljenjem francuske i jermenske zastave.

S obzirom na činjenicu da Kurdi ni danas nemaju svoju matičnu državu, već žive na teritoriji nekoliko okolnih zemalja (Irak, Iran, Sirija i Turska, a prostor koji historijski zauzimaju naziva se Kurdistan), oni nemaju legitimno pravo da kao država poreknu ili priznaju genocid nad Jermenima, već to čine putem različitih pojedinačnih institucija. U vrijeme masakra nad Jermenima, neka kurdska plemena su aktivno učestvovala u zločinima, posebno kao oformljene Hamidije, dok su neka druga plemena bila protiv i čak su i pomagala Jermenima krijući ih i pomažući im. Neke od kurdskih institucija koje su priznale genocid su: Demokratska društvena partija, Kurdistanaska demokratska partija, Kurdistanaska radnička partija, Kurdski institut u Parizu, Halabja centar protiv anfalizacije i genocida, kao i mnogi istaknuti pojedinci koji aktivno učestvuju u društvenom, političkom i kulturnom životu Kurdistanu.

4. Različita percepcija država svijeta na sukobe

Formalno priznanje genocida nad Jermenima se odvija sporo na međunarodnom nivou i za sada je relativno mali broj država zvanično priznao genocid. U nekim slučajevima do priznanja nije došlo ili zbog nedostatka dokaza za proglašenje genocida ili zbog političkog interesa i saradnje između Turske i te zemlje. U ovom trenutku, ukupno 22 države su priznale genocid od 196, koliko ih trenutno zvanično ima. U SAD je 43 federalne države priznalo genocid od ukupno 51.³ Donji dom francuskog parlamenta je u oktobru 2006. izglasao zakon kojim se negiranje genocida nad Jermenima smatra krivičnim djelom.

U Jermeniji se 1965. obilježavala 50. godišnjica genocida, javila se zamisao o ostavljanju spomenika, koji je po nacrtima arhitekata Kalašjana i Mkrtčjana dvije godine kasnije postavljen na brdu Cicornakaberd nad klancem rije-

³ http://genocide.am/article/recognition_of_the_armenian_genocide.html

ke Hrazdan. Obelisk visok 44 metra simbolizira preporod Jermenaca, a 12 blokova postavljenih u krug predstavlja 12 izgubljenih pokrajina na području današnje Turske. Unutar tog kruga gori vječna vatra. Od spomenika vodi park sa zidom dugim 100 metara na kojem pišu imena krajeva za koje se zna da su se u njima vršili pokolji. Na kraju tog parka je 1995. otvoren mali muzej s osnovnim podacima o događajima, kao i fotografijama njemačkih fotografa (turskih saveznika u I svjetskom ratu i publikacija o genocidu na raznim jezicima).

Pokraj muzeja je prostor gdje strani državnici sade spomen-drveće. Jermeni svake godine obilježavaju dan genocida brojnim manifestacijama. Godinama pokušavaju navesti Tursku na priznavanje ovog događaja. Primjer, za 90. godišnjicu 2005. godine, na jermenskim TV kanalima moglo se vidjeti kako su u glavnom gradu, Jerevanu, stotine hiljada ljudi obišle memorijal te su oko vječne vatre postavili zid napravljen od cvijeća, slažući cvjetove, visok preko metar i dugačak možda stotinjak metara. Istovremeno, u Los Angelsu gdje živi velik broj Jermena, u kolonama su protestovali uz transparente na kojima piše: "Da je Hitler počinio Genocid nad Jermenima, o tome svijet ne bi šutio".

5. Različita percepcija intelektualaca na sukob

U Turskoj postoje pojedine struje koje se zalažu za priznavanje genocida, ali još uvijek pitanje genocida nije postalo dominantno u društvenom i političkom životu savremene Turske. Pokrenuto je i nekoliko peticija, ali je turski predsjednik to oštro osudio u decembru 2008. godine. Od političkih partija, jedino je Turska stranka zelenih 2014. priznala genocid, dok su od pojedinaca to učinili turski nobelovac Orhan Pamuk (zbog čega je kasnije i krivično gonjen), tursko-njemački historičar i sociolog - Taner Akçam i turski pjesnik Serkan Engin.⁴

Ovo pitanje je danas ponovo aktuelno u Turskoj i počinje ponovo da zaokuplja evropsku pažnju zbog mogućeg početka pregovora sa Turskom o ulasku u Evropsku uniju. Pitanje je aktuelizovao najpoznatiji turski pisac Orhan Pamuk koji je početkom 2005. godine izjavio u jednom turskom nedeljniku da je Turska odgovorna za genocid nad Jermenima u kom je pobijeno više miliona Jermena tokom poslednja dva vijeka. Ta izjava je pokrenula lavinu optužbi i zahtjeva za njegovim linčem u Turskoj, ali je isto tako izazvala buru u Evropskoj uniji i ponovno pojačanje pritiska Jermenije i jermenskih organizacija širom svijeta za priznavanje postojanja genocida. Pamuk je zbog

4 <http://www.digitaljournal.com/pr/2345705>

svojih izjava optužen za uvredu turskog imena i turske vojske i izveden je na sud. Krajem decembra Pamuk je oslobođen optužbi za uvredu turske vojske, optužbe za uvredu turskog imena je oslobođen 22. januara 2006. godine. Po tome se najbolje vidi da je Turska još uvijek vojna država s nasilnim vojnim aparatom koji cenzuriše sve oblike medija i javnog mišljenja. Zagonetno je i to zašto se odmah nakon suđenja, 2007. godine preselio u Pariz.

Početak 2007. godine u Istanbulu je ubijen jermenski novinar Hrant Dink urednik jermenskog lista „Agos“ koji je javno istupao protiv negiranja genocida, ali i protiv nekih nastojanja jermenske dijaspe da isti iskoristi u političke svrhe. Njemu je više puta suđeno na osnovu istog zakona po kome je suđeno i Pamuku, a često se nalazio na meti prijatnji turskih nacionalista. Ubio ga je jedan šesnaestogodišnji turski nacionalista 19. januara, a cio slučaj je duboko uzburkao tursku javnost i ponovo aktualizovao priču oko genocida.

Austrijski književnik jevrejskog porekla Franc Verfel (1890–1945), već prilično imućan i slavan zahvaljujući prije svega svom Romanu o operi – biografiji Verdija – sa svojom ženom Almom 1929. godine polazi na duže putovanje po Bliskom istoku, posjećuje Jerusalem, Kairo i Damask. U Damasku se upoznaju sa bijedom jermenske djece, čiji su roditelji pobijeni za vrijeme genocida u Turskoj i to ga toliko potresa da počinje da ispituje činjenice. Njegov roman Četrdeset dana Musa Daga izlazi u Beču 1933. godine, a već posle nekoliko mjeseci je zabranjen u Njemačkoj i Austriji. To je zanimljivo i zbog toga što tada još niko ne zna da će kroz koju godinu Jevreji proći još i gore nego Jermeni. Baš time što zabranjuje knjigu, koja zapravo romansirana borbu za opstanak nekoliko hiljada Jermena okupljenih na brdu Musa Dag, nacisti prvi put pokazuju šta im je namjera. Verfelov roman postaje gotovo proročanski. Pošto će se gotovo odmah prevesti na desetine jezika, uspjeva da širu javnost upozna sa tragedijom Jermena. Jedno od prvih izdanja Verfelovog romana Četrdeset dana Musa Daga bio je prevod na srpski jezik u izdanju Nolit. Franc Verfel je umro u Americi 1945. godine i prvo sahranjen na Beverli Hilsu, ali su njegovi posmrtni ostaci 1975. prenijeti u Beč i položeni u počasni grob. Tu čast svom velikom piscu nije ukazala Republika Austrija, nego jermenska zajednica u Beču, na taj način se sjećajući i još jedanput zahvalivši piscu koji je ukazao na njihovu tragediju. Elif Safak je napisala knjigu „Kopile Istanbula“ (2005), u kojoj je opisala jednu tursku porodicu iz Istanbula i jednu jermensku porodicu iz Los Anđelos. U njoj je opisala isprepletenost tih dviju porodicu i ulogu Turaka u genocidu nad Jermenima.

Literatura

Baronian, Zareh; Krikorian, Mesrob: „Die Liturgie der armenisch-apostolischen Kirche“. In: Heyer, Friedrich (Hg.): Die Kirche Armeniens (Anm. 1), str. 93-115.

Bass, Gary Jonathan, Stay the Hand of Vengeance, Princeton University Press, 2002.

Bajić Jovo: Na raskršćima Jermenije, Svet knjige, Beograd 1999.

Bakić Radovan, Doderović Miroslav, Pomorska geografija, Nikšić, 2005.

Balakijan Piter, Reka Tigar u plamenu, Zavod za udžbenike, Beograd, 2011.

Belinger J Gernard, Veliki leksikon religija, Beograd, 2002.

Bilington Džejms, Ikona i sjekira, Beograd, 1988.

Blekburn Sajmon, Oksfordski filozofski rečnik, Novi Sad, 1999.

Bräuer: „Armenische Kirche hat neuen obersten Patriarchen and Katholikos gewählt“, in: Materialdienst des Konfessionskundlichen Instituts Bensheim 6/99, str. 118-195)

V. Hage, Wolfgang: Das orientalische Christentum. Stuttgart 2007 (= Die Religionen der Menschheit, Bd. 29,2), str. 226-262; Pinggera, Karl: „Die Armenisch-Apostolische Kirche“. In: Lange, Christian.

Vasović Milorad: Regionalna geografija, Beograd, 1971.

Vukomanović Milan, Religije, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 2004.

Dadrian, Vahakn, The History of the Armenian Genocide, Berghahn books, New York, 1995.

Dugin Aleksandar, Osnovi geopolitike, Knjiga I, Geopolitička budućnost Rusije, Ekopres, Zrenjanin, 2004.

Đurić Vladimir: Ekonomska geografija Evrope i SSSR, Naučna knjiga, Beograd 1974

Zbignjev Bžežinski: Velika šahovska tabla: Amerika i ostatak svijeta, CID, Podgorica, 2000.

Ilešić Svetozar: Ekonomska regionalna geografija svijeta, Beograd, 1962.

Janev Igor, Kulturna diplomatija, Institut za političke studije, Beograd, 2004.

Janjić Dragana: Jermenska crkva, Identitet, istorija i bogoslavlje, Institut za srpsku kulturu, Priština Leposavić, 2014.

Keduri Eli, Nacionalizam, CID, Podgorica, 2000.

Kenedi Pol, Uspon i pad velikih sila, Podgorica, 2003.

Kicošev Saša, Jovanović Gordana, Lukić Tamara, Đerčan Bojan i Arsenović Daniela: Azija – regionalno-geografske karakteristike, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, PMF, Novi Sad, 2013.

Lepsius, Johannes, Armenia and Europe, Hodder and Stoughton, London, 1897.

Morgenthau, Henry, Ambassador Morgenthau's Story, Doubleday, New York, 1918.

Morgenthau, Henry, Ambassador Morgenthau's Story, Doubleday, New York, 1918.

Movlana, H., Smith, G. (1993) Tourism in a Global Context, Journal of Travel Research, 31, 20-27.

Nedeljković Mile Leksikon Naroda Svijeta, Beograd, 2001.

Obolenski Dimitrije, Oti Robert, Istorija Rusije, Beograd, 2003.

Petrović Dragan, Kavkaski geopolitički čvor, Globus, Srpsko geografsko društvo, Beograd 2008,

Petrović R.: Ekonomska geografija nekih vanevropskih zemalja(Turska, Iran, Irak, Pakistan, Indija, Indonezija, Australija), Sarajevo, 1966.

Pinggéra, Karl (Hg.): Die altorientalischen Kirchen. Glaube und Geschichte. Darmstadt 2010, str. 51-62;

Pinggéra, Karl: „Armenische Klöster“. In: Kaufhold, Hubert (Hg.): Kleines Lexikon des Christlichen Ostens. Wiesbaden 2007, str. 44-46.

Radulović Marko, Na udaru globalizacije, Institut za ekonomiku poljoprivrede, Beograd, 2004.

Solidaritea (1999) L'Asia Centrale e la nuova dottrina NATO, VII. N. 4, 15-17.

Staub, Ervin, The Origins and Prevention of Genocide, Mass Killing and Other Collective Violence, University of Massachusetts, 1999.

Stanišić Vanja, Upporedna gramatika indoevropskih jezika, Čigoja štampa, Beograd, 2006.

Teodosijević Mirjan: Mustafa Kemal Atatürk u jugoslovenskoj javnosti, Beograd 1998.

Toynbee, Arnold, The Western Question in Greece and Turkey, Constable and Company, London, 1922.

Ford L. Freklin, Evropa u doba revolucije 1780-1830, Beograd, 2005.

Harris, Rendall and Helen, *Letters from the Scenes of the Recent Massacres in Armenia*, Kessinger publishing, London, 1923.

Hasanov Eldar: *Balkanski mostovi prijateljstva* :Beograd 2015. 265

Heyer, Friedrich (Hg.): *Die Kirche Armeniens. Eine Volkskirche zwischen Ost und West*, Stuttgart 1978., str. 261.

Hovanissian, Richard, *The Republic of Armenia*, University of California Press, 1971.

Heder Hari, *Evropa u devetnaestom vijeku 1830-1880*, Beograd, 2003.

Šestakov. A., *Istorija SSSR*, Beograd, 1968.

Woods, Charles, *The Danger Zone of Europe*, Unwin, London, 1911.

Internet izvori

http://armenocide.am/Archived_documents.html

<http://www.digitaljournal.com/pr/2345705>

http://www.noravank.am/eng/articles/detail.php?ELEMENT_ID=13012

<http://www.armenocide.de/armenocide/armgende.nsf/WebStart->

[En?OpenFrameset](#)

<http://www.genocidescholars.org/>

http://genocide.am/article/recognition_of_the_armenian_genocide.html

http://www.b92.net/eng/news/politicsarticle.php?yyyy=2010&mm=03&dd=25&nav_id=66050

<http://99andcounting.com/2014/10/15/in-the-name-of-humanity/>

<http://asbarez.com/127656/uk-shifts-policy-on-armenian-genocide-after-jurist-robertson%E2%80%99s-report/>

<http://www.geoffreyrobertson.com/pdf/ArmenianGenocideGRQC.pdf>

<https://armeniangenocideblog.wordpress.com/tag/orhan-pamuk/>

<http://www.theguardian.com/world/2005/oct/23/books.turkey>

http://en.wikisource.org/wiki/Posthumous_Memoirs_of_Talaat_Pasha

http://armenocide.am/Archived_documents.html

<http://www.digitaljournal.com/pr/2345705>

http://genocide.am/article/recognition_of_the_armenian_genocide.html

http://www.b92.net/eng/news/politicsarticle.php?yyyy=2010&mm=03&dd=25&nav_id=66050

<http://99andcounting.com/2014/10/15/in-the-name-of-humanity/>

<http://www.geoffreyrobertson.com/pdf/ArmenianGenocideGRQC.pdf>

<https://armeniangenocideblog.wordpress.com/tag/orhan-pamuk/>

<http://www.theguardian.com/world/2005/oct/23/books.turkey>

MEDIA FUNCTIONS IN MARKETING COMMUNICATION

ULOGE MEDIJA U MARKETING KOMUNIKACIJI

BEATA ZATWARNICKA-MADURA
Rzeszow University of Technology

Abstract: *In the modern world the media play a huge role in many spheres of life. Therefore, the aim of the article is to identify the most important functions of the media in contemporary marketing communication. Currently, the companies communication with the environment undergoes significant changes under the influence of several important factors. One of the most important are changes in communication methods and technologies, which is related to the so-called new media. The article uses the cognitive-critical method of analyzing the literature of the subject. It has been noticed that the main functions of the media in marketing communication in addition to the information function are: entertainment, creating the image, creating the right mood. Social media also enable continuous relationships with clients by creating their huge commitment and, consequently, they build communities focused around the content they generate.*

Key words: *Media, New Media, Marketing Communication*

Apstrakt: *U modernom svetu mediji igraju veliku ulogu u mnogo sfera života. Stoga, cilj članka je da identifikuje najvažnije medijske funkcije u savremenoj marketing komunikaciji, Trenutno, komunikacija kompanije sa okolinom prolazi kroz značajne promene pod uticajem nekoliko važnih faktora. Jedni od najvažnijih su promene u komunikacijskim metodama i tehnologijama, što je povezano sa tako zvanim novim medijima. Članak koristi kongitivno-kritički metod analiziranja literature subjekta. Primećeno je da su glavne funkcije medija u marketing komunikacijama, pored informativnih funkcija, sledeće: zabava, kreiranje slike, kreiranje pravog raspoloženja. Društvene mreže takođe omogućavaju kontinuiranu vezu sa klijentima krei-*

rajući svoju ogromnu posvećenost i posledčno izgrađuju zajednice fokusirane oko sadržaja koje one generizuju.

Ključne reči: *Mediji, novi mediji, marketing komunikacija*

1. Introduction

The term "medium" (means of communication) is often used in various senses. The medium can mean (Goban-Klas, 2004): a language (as a means of communication in a given community), language signs or any character systems, codes (based on conventions, allowing constructing a message), signal carriers, instruments allowing reproduction, transmission or reception of the message, institutions that create messages.

The essence of marketing communication boils down to the information system (symbolic content) between the company (sender) and its environment (recipient) through a specific channel and means of communication. The process includes 6 basic elements (Wiktor, 2013): communication participants: a sender and a receiver, a message (communication), a transmission channel, noise (interference), a feedback, a communication context. However, in the literature one can notice a diverse number of elements of the communication process (see: Kotler and Keller, 2012; Kotler 1994).

Due to the purpose of the article a transmission channel is the most important element of the marketing communication process. It is the way and means of reaching the recipient with a message. This channel has a diverse character. Three main categories of media can be distinguished (Fiske 1999; Wiktor 2013).

- presentation means: voice, face, sight, facial expressions, body, using the natural "language" of words, phrases, gestures and the coding the message related to the person (sender),
- representative means: texts, paintings, drawings, photographs, films and a whole range of products of broadly understood culture, which is a form of expression and communication,
- technical means (mechanical), enabling the transmission of information (press, radio, television, cinema, telephone, including a mobile phone, a smartphone, a tablet, a fax, a computer, CDs, DVDs, etc.).

A slightly different division is proposed by Mrozowski (1991; Goban-Klas 2004) who distinguishes three categories: means of expression, means of registration and means of transmission.

All available sensory and media channels can be used in marketing communication. Most often 3 models of marketing communications are stood out (Hoffman and Novak, 1996):

- an interpersonal communication model,
- a mass communication model,
- a communication model in hypermedia computer environment.

Media appear in the mass communication model and in the communication model in hypermedia media environment. In the case of the first model, means of mass communication - mass media, in the second one - hypermedia, or a combination of hypertext access to information, which is based on logical and non-hierarchical relationships between transfers a multimedia forms of expression and transmission of the information (Hoffman and Novak, 1996).

In mass communication the message is addressed to the general public and is unilateral. The recipient reads the message without the sender's participation. In the hypermedia communication the message is of a multimedia character and interactions can have a personal character (communication of a seller with a buyer by interactive media), and the "machine" (technical). The medium in this model is not (as in the previous one) a connector of the process actors and the transmission channel message, but creates a completely new communication environment of two dimensions (real and hypermedia) (more broadly: Wiktor, 2013).

The aim of the article is to identify the most important functions of the media in contemporary marketing communication.

2. Media classification

The media used in marketing communication processes are often divided into traditional and new media. Qualification for one or the other is variable over time. Several dozen years ago radio and television were included in the new media (McLuhan, 2004). Currently, these media are classified as traditional media, while new techniques are the ones for acquiring, recording, processing and transmitting information, data, sounds and images invented and put into use later on than television (Bajdak, 2017). The key technologies that dynamize the development of new media are the Internet and mobile telephony (McQuail, 2007; Szpunar, 2012; Creeber and Martin, 2009).

New media are characterized by many properties (Manovich, 2006; Witczak, 2013; Bajdak, 2017):

- numerical representation: an object of new media can be described as a formal language and subjected to an algorithmic processing;
- modularity: the new media object consists of independent parts up to the level of indivisible "atoms", e.g. pixels, and the modular structure facilitates the removal of elements or their change;
- automation: new media allow the automation of many activities related to their creation, processing and sharing;
- variance: the object of new media is something that exists in many different versions, the number of which can theoretically be infinite;
- transcoding: allows to exchange media for computer data and convert from one format to another;
- multimedia - new media enable the use of all presentation and representation resources;
- individualization - adaptation of the message to the information needs of the individual recipient;
- interactivity - the possibility of dialogue between companies and clients;
- portability - multiple platforms for using digital content (computer, tablet, phone);
- durability of the message - the information life cycle is very long;
- availability - use of information at a time and place convenient for the recipient;
- social aspect - permanent contact with other entities.

P. Levinson created a new concept defining newer media than new - "*new new media*" (Levinson, 2010). Taking this proposal into account, the modern division should include three media groups: traditional, new and new new ones. A list of examples of media belonging to the three groups is shown in Table 1.

Mass media play a special role in marketing communication. They can act in a dual role: as a channel (intermediary) or a communication actor.

Table 1: An exemplary division of media into traditional, new and new new ones

Types of media		
Traditional	New	New new
TV	Internet TV	Social websites
Radio	Internet radio	(Facebook, LinkedIn,
Printed press	Electronic press	GoldenLine)
Traditional mail	E-mail	Content websites (You Tube,
Landline phone	Mobile telephony (in-	Instagram, Slideshare)
Printed materials	cluding SMS, MMS)	Blogs (Blogger, Bloog.Pl
Cinema	Web page	Microblogs (Twitter)
Others, including:	Computer games	Forums
Billboards	Video games	
Fax	Videos	
Gadgets	Interactive kiosks	
	Digital displays	
	Others (including: E-	
	billboards, Adwords)	

Source: Bajdak, 2017; Laskowska, 2012

3. Media functions with particular emphasis on marketing communication

The original function of the media was to reflect reality. Currently, studies of sociologists and media experts put more emphasis on the entertainment role of the media, reacting to the changes that take place in the functions of the mass media. There are several typologies of media functions. Lasswell (1948) emphasizes the observation of the environment, the correlation of the reaction to the environment and the transmission of heritage. Wright (1960) mentioned the function of information, interpretation, socialization and provision of entertainment. A different set of functions was presented by Lazarsfeld and Merton (1948) who mentioned: the function of giving status (showing someone in the media makes them a remarkable person), the function of strengthening social norms (media show how to live), drug-causing dysfunction (media addiction to drugs). The typology of Lazarsfeld and Merton seems particularly remarkable. The importance of a group of celebrities, people "known for being known", promoted by the media. Increasingly, patterns of lifestyle, people derive from the media. The number of people addicted to mass media also increases. McQuail (1994) distinguished the following functions:

1. Information

- providing information about events and conditions in the country and in the world,
- indicating power relations,
- supporting innovation, adaptation and progress.

2. Correlation

- explaining, interpreting and commenting on the significance of events and information,
- providing support to recognized authorities and standards,
- socialization,
- coordinating separate activities,
- building a consensus,
- determining the hierarchy of importance and signaling relative status.

3. Continuity

- expression of the dominant culture and recognition of subcultures and emerging cultural changes,
- forming and sustaining a community of values.

4. Entertainment

- providing pleasure, relaxation and detachment from reality,
- reducing social tensions.

5. Mobilization

- running campaigns for social goals in the sphere of politics, war, economic development, work, religion.

When it comes to analyzing the functioning of mass media in capitalist countries, researchers add one more function – economic one, understood in two ways: as seeking profit and as shaping the demand for products advertised in the media (i.e. stimulating market turnover) (Kozłowska, 2006). With this function, the so-called commercial communication covering all forms of mass impact of enterprises in order to create their own image and/or sell products. Public relations (PR) and advertising can be distinguished among the most important instruments of this kind of communication using mass media (Kozłowska, 2006). They are also marketing communication instruments.

A company communicates with the market in order to trigger the intended reactions from potential consumers (Zatwarnicka-Madura, 2017); in turn, buyers communicate with a company on the basis of the decision-making process related to a given product. Communicating also serves to build the image of the company and/or the product, aims to encourage the

purchase of products offered by the company at a specific time and place and on certain conditions.

As already mentioned, the basic tools of communication through mass media include advertising and public relations. Hence, the most common definition is advertising as any paid, impersonal form of propagating and supporting goods, ideas and people by a specific sender. This type of definition encompasses the broadest spectrum of advertising approaches, and also defines the basic goals of advertising as information and encouraging specific actions.

The media are the basic carriers of advertising messages; they are to ensure that the message reaches all potential consumers of a given product. In the case of advertising, mass media play a passive role, i.e. their task is only to emit in a timely manner or to put a specific advertising message in a suitable place, e.g. a newspaper or a magazine. Of course, a TV or radio station may refuse to broadcast a given advertisement, but in fact only public relations activities make the mass media a partner of the commercial activity of the company (Kozłowska, 2006). The role within the so-called media relations - the media then play an active role. This is because they decide ultimately whether the information will reach the recipients.

According to J. Wiktor (2013), the media are an important component of advertising and fulfill two types of functions: publicity and broadcasting. The function of publicity is related to the informational and cultural role of the mass media in social life, and the transmission function creates technical possibilities of reaching a selected group of recipients of the message at a specific place and time.

The tasks of the media in marketing communication in both groups of functions are different. As part of the publicity function, the basic tasks of the media include (see: Wiktor, 2013):

- creating the context of the advertising message - it is the basic information function of the media and the nature of the measure, which is the "background" for the advertising message,
- creating a climate conducive to the perception of advertising - the medium through the function of entertainment, recreation can create a "climate" of remembering and evaluating the advertisement,
- supporting the advertiser's image - the ability to "transfer" the image of the medium to the image of the advertised company and its product.

The transmission functions are defined by the continuity of reaching a given group of advertising recipients within the assumed campaign period, ensuring the right frequency of advertisements appropriate from the point of view of the communication objectives adopted, characteristics of the target market segment and the disposable advertising budget, as well as selectivity of the message.

The slightly different functions of the media are presented by Czarnecki (1999). In his concept, the media are first of all - a kind of information that reaches the addressees along with the advertisement, secondly - they are a physical carrier - a channel of information flow. Among the functions of the medium as a channel of information flow, he mentions (more broadly: Czarnecki, 1999):

- the selectivity function of reaching a group,
- the function of ensuring the time of arrival,
- frequency assurance function.

The function of the medium as a message includes: the function of creating the image, the function of completing the information and the function of creating the right mood.

The use of media as the transmission channel of the advertising message is associated with the need to highlight their basic features, important from the point of view of marketing communication. The media differ in terms of many criteria and characteristics (see: Wiktor 2013):

- the "scale of presence" of advertisements in the media and the information chaos that they create, making it difficult to notice and perceive the message,
- the attractiveness of a given medium, expressed in the possibility of returning and attracting the attention of the addressee,
- the "transmission temperature" offered, which is combined with the well-known media classification proposed by McLuhan, dividing the media into "hot" and "cold",
- independence of the addressee in "using" advertisements contained in a given medium,
- potential prestige offered to advertisers.

The fastest growing medium in the history of mass media is the Internet, which is increasingly replacing traditional media - TV, newspapers, magazines and radio. Its importance in marketing communication is also grow-

ing. The most important forms of marketing communication on the Internet should be included (see: Taranko, 2015):

- forms of unilateral communication (the sender does not directly address a specific recipient and does not expect an answer): information included in databases, electronic press (e-journals, e-zins), internet thrones, etc.,
- interactive forms requiring the participation of at least two people interacting - e-mail, discussion lists, discussion groups, chat, ICQ - a program that allows sending messages, files, making live calls, sending e-mails and SMS messages to mobile phones, communication via social media.

The possibilities of using the Internet for the marketing communication of the company are huge (Sznajder, 2000; Adamczyk et al., 2004; Brady, Forerest, Mizerski, 2002; Frąckiewicz, 2006; Mazurek, 2012).

The Internet as a medium enables companies to implement marketing communication through (for more see: Wiktor, 2013):

- providing information about the company and its operations to the environment,
- presentation of the company's products, including demonstrations, determination of all characteristics relevant to the prospects of the potential buyer and the principles of selling e-commerce,
- implementation of interpersonal communication between representatives of the company and interested persons,
- running advertising campaigns, additional promotion and public relations,
- searching for sponsors,
- conducting research on the needs and preferences of potential buyers,
- shaping the company image.

In the communication activity of companies the importance of social media increases, which is related to several determinants (Patrzalek, 2011; Mróz, 2014). There are many typologies of social media (Li, Bernoff, 2009; Castonovo, Huang, 2012; Grębosz, Siuda, Szymański, 2016). Their characteristics are a complex issue as it results from the multitude of functional features they offer, the possibilities of applications and the expected effects of their application. Social media allow to view the life and opinions of consumers, so that organizations can create the right offer. They also enable clients to create this offer (Mangold, Faulds, 2009; Weber, 2009). This type of media is also charac-

terized by dynamics and flexibility in the face of changes in the environment, thanks to which organizations can react quickly to various types of events.

4. Conclusion

Traditional media play a smaller and smaller role in marketing communication. They are often crowded out by new media which perform many functions while simultaneously meeting the conditions of marketing communication of the 21st century. Compared to traditional media, new media are devoid of formalization and control. There is more freedom to create information which brings additional benefits.

The problem issue of media functions is very complex and can be considered in various contexts. Although the article concerns only marketing communication, but the multiplicity of modern media and the possibilities of using them in communication with clients cause that this issue seems to be very interesting both for representatives of companies responsible for marketing communication and stakeholders of enterprises. With the continuous development of the media, it would be worthwhile to continue observing and analyzing the changing functions of the media in the area of marketing communication.

References

- Adamczyk, J, Gębarowski M., Kandefer, M. (2004), *Internet na usługach marketingu*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów.
- Bajdak, A. (2017), "Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw", *Handel Wewnętrzny*, No. 2(367), pp. 17-27.
- Brady, R., Forerest, E., Mizerski R. (2002), *Marketing w Internecie*, PWE, Warszawa.
- Castronovo, C., Huang, L. (2012). *Social Media in an Alternative Marketing Communication Model*, Johnson & Johnson, Dalhousie University, Toronto.
- Creeber, G., Martin, R. (2009), *Digital Cultures. Understanding New Media*, Open University Press, Maidenhead.
- Czarnecki, A. (1999), "Rola mediów w działaniach reklamowych", *Marketing i Rynek*, Vol. 6, No. 2, pp. 30-32.
- Fiske, J. (1999), *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław.

Frąckiewicz, E. (2006), *Marketing internetowy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Goban-Klas, T. (2004), *Media i komunikowanie masowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Grębosz, M., Siuda, D., Szymański, G. (2016), *Social Media Marketing*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź.

Hoffman, D.L., Novak, T.P. (1996), "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations", *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 3, pp. 50-68.

Kotler, Ph. (1994), *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Gebethner & Ska, Warszawa.

Kotler, Ph., Keller, K.L. (2012), *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.

Kozłowska, A. (2006), *Oddziaływanie mass mediów*, Wydawnictwo Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Warszawa.

Laskowska, M. (2012), "Nowe media w służbie człowieka. Zarys problematyki w kontekście etyki i aksjologii mediów", *Teologia praktyczna*, Vol. 13, pp. 123-137.

Lasswell, H.D. (1948), "The structure and function of communication in society", in Bryson, L. (Ed.), *The Communication of Ideas*, Harper and Brothers, New York, pp. 32-51.

Lazarsfeld, P.F., Merton, R.K. (1948), "Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action", in Bryson L. (Ed.), *The Communication of Ideas*, Harper, New York, pp. 32-51.

Levinson, P. (2010), *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków.

Li C., Bernoff J. (2009), *Marketing technologii społecznych*, MT Biznes, Warszawa.

Mangold, W.G., Faulds, D.J. (2009), "Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix", *Business Horizons*, Vol. 52, No. 4, pp. 357-365.

Manovich, L. (2006), *Język nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

Mazurek, G. (2012), *Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości*, Poltext, Warszawa.

McLuhan, M (2004), *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa.

McQuail, D. (2007), *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Mrozowski, M.(1991), *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie mass mediów*, Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury, Warszawa.

Mróz B. (2014), "Konsument w sieci – zagrożenia i wyzwania", *Handel Wewnętrzny*, No 4 (351), pp. 202-212.

Patrzalek, W. (2011), *Zachowania podmiotów w warunkach globalizacji rynków*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa.

Sznajder, A. (2000), *Marketing wirtualny*, Oficyna Ekonomiczna, Dom Wydawniczy ABC, Kraków.

Szpunar, M. (2012), *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.

Taranko, T. (2015), *Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty*, Wolters Kluwer, Warszawa.

Weber, L. (2009). *Marketing to the Social Web. How Digital Customer Communities Build Your Business*, John Wiley & Sons, Hoboken.

Wiążewicz, J., Zatwarnicka-Madura, B., "Fashion blogs as the information sources about trends and new products in fashion management", *Polish Journal of Management Studies* Vol. 14, No. 1, pp. 214-225.

Wiktor, J.W. (2013), *Komunikacja marketingowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Witczak, O. (2013), "Nowe media w budowaniu marki i wizerunku przedsiębiorstwa", in Bajdak, A. (Ed.), *Komunikacja marketingowa. Współczesne wyzwania i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, pp. 80-97.

Wright, Ch.R. (1960), "Functional analysis and mass communication", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 24, pp. 606-620.

Zatwarnicka-Madura, B., "Źródło przekazu w reklamach telewizyjnych kosmetyków", *Handel Wewnętrzny*, No. 5(370), pp. 394-402.

**INTERNAL PLACE MARKETING IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA –
CHALLENGES FOR POLISH MEDIUM-SIZED CITIES**

**INTERNI MARKETING U VREMENU DRUŠTVENIH MEDIJA –
IZAZOVI ZA POLJSKE GRADOVE SREDNJE VELIČINE**

JOANNA WIAŻEWICZ, PhD
Rzeszow University of Technology
Faculty of Management

Abstract: *The main thrust of this paper is to analyse the use of social media by municipalities in communication with residents of the city and other stakeholders. The empirical study included in the paper was conducted on the example of four medium-sized cities located in the Podkarpackie region in Poland: Przemyśl, Sanok, Jasło, Jarosław. According to the report of the Polish Academy of Sciences that was released in 2017, those cities face great challenges related to the process of depopulation as well as problems with the implementation of their socio-economic functions.*

The article relies on a case study approach and methods used are documentation of online material and observations of social media channels used by the analyzed cities. In particular municipal Facebook accounts were analyzed. There are two indicators used for an analysis, a number of fans of official cities websites to show their popularity and a number of likes, shares, and comments for measuring impact. The analysis revealed that both popularity of fan pages and their impact are very poor, the number of fans of municipal Facebook profiles ranges from 2% to 6% of residents and average number of likes and shares is also on a very low level.

This article can be seen as an element of discussion on the role of social media in building relationship and engagement with residents and challenges related to this process. The article offers insights on how Polish medium-sized cities that face depopulation and ageing their societies carried out their communication with residents.

Paper limitations and value – the study can be regarded as a contribution to theory and practice of place marketing but it presents only a brief empirical case study based on examples of four cities. The article sets a basis for future research in the area of understanding how social media are being used by municipalities and how they can better use the potential of social media.

Key words: *internal place marketing, residents, social media*

Apstrakt: *Glavna sorha ovog rada je da analizira korišćenje društvenih mreža opštine u komunikaciji sa stanovnicima grada i drugim akterima. Empirijska studija uključena u rad bila je sprovedena na primeru četiri grada srednje veličine locirana u Podkarapckie regionu u Poljskoj: Przemysl, Sanok, Jaslo, Jaroslaw. Prema izveštaju Poljske akademije nauka koji je izašao u 2017-oj, ti gradovi se suočavaju sa velikim izazovima vezanim za proces depopulacije, kao i sa problemima implementacije njihovih društveno-ekonomskih funkcija.*

Članak se oslanja na slučaj naučnog pristupa i korišćenih metoda su dokumentacija onlajn materijala i posmatranja kanala društvenih mreža korišćenih od strane analiziranih gradova. Opštinski Facebook nalozi su bili posebno analizirani. Dva indikatora su korišćena za analize, broj obožavatelja zvaničnih gradskih sajtova da bi pokazali njihovu popularnost i broj sviđanja, deljenja i komentara za merni uticaj. Analize su otkrile da su i popularnost obožavateljskih stranica i njihov uticaj veoma mali, broj obožavatelja opštinskih Facebook profila rangira od 2% do 6% stanovnika i prosečan broj sviđanja i deljenja je takođe na veoma niskom nivou.

Članak se može shvatiti kao element diskusije u ulozi društvenih mreža u građenju veza i angažovanja sa stanovnicima i izazovima vezanim za ovaj proces. Članak nudi uvide u poljske gradove srednje veličine koji se suočavaju sa depopulacijom i starenjem njihovog društva, izvršava komunikaciju sa stanovnicima.

Limitacije i važnost rada - izučavanje može biti viđeno kao doprinos teoriji i vežbi mesnog marketinga, ali prezentuje samo kratku empirijsku studiju slučaja baziranu na primerima četiri grada. Članak postavlja bazu za buduća istraživanja u oblasti razumevanja opštinskih korišćenja društvenih mreža i kako mogu bolje iskoristiti potencijal društvenih mreža.

Ključne reči: *Interni marketing, stanovnici, društvene mreže*

1. Introduction

This paper presents ways of using social media by Polish cities in the process of building the awareness and identity among their residents and other target groups. The main attention is paid to Polish medium-sized cities, because they usually have limited promotion budgets and the need to find effective ways of communication with their target groups, and social media give many opportunities for them to reduce costs in marketing communication. Another reason for putting emphasis on Polish medium-sized cities is their demographic situation – they deal with the problem of migration of young adults to large urban centres and abroad. Young generation of the Polish migrate to big cities in order to study and find better paid jobs. As the result small Polish cities are depopulating, moreover, migration contributes to the process of ageing population. Both facts have many consequences, among others for Polish economy (Bałandynowicz-Panfil, 2008) and labour market (Kiełczewska and Lewandowski, 2017) and have become a great challenge for local authorities. Moreover, in 2016 the Polish Academy of Sciences has prepared a report on the situation of Polish medium cities in relation with their social and economic functions¹. In the report it is indicated that there are 122 medium cities in Poland which are losing their social and economic functions and among them group of 23 cities is described as “being in a critical situation”, which means a strong loss of their functions and strongly unfavourable social and economic situation. In the group of these 23 cities there are four located in the Podkarpackie Voivodeship, which, according to the Eurostat report published in 2017², was on the list of the poorest regions in UE (below half of the average regional GDP per capita). These cities (Przemyśl, Sanok, Jasło, Jarosław) were analysed in the paper in order to show the ways of using social media in communication with their residents. These cities deal with the process of deep decrease in population, in particular of young adults who migrate to bigger cities. Social media are being used by an increasing number of

¹ The report is available online: <https://www.power.gov.pl/media/54173/pakiet2.pdf> (accessed: 02.02.2018). Two groups of cities were taken into account for an analysis - cities which have over 20 thousand residents and are not the capitals of the voivodeship and cities with 15-20 thousand of residents which are the capitals of the Polish counties. In the report it is assumed that the loss of functions consists in a decrease in the position of the cities with regard to other cities and whole country.

² <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7962764/1-30032017-AP-EN.pdf/4e9c09e5-c743-41a5-afc8-eb4aa89913f6> (accessed: 02.02.2018)

people and give many opportunities for cities to communicate with young people and involve them in cities life. This can result in building a deeper relationship with young residents and encourage them to take responsibility for development of the place they live.

2. Internet and digital technologies in marketing communication of municipalities

Traditional offline promotion tools, such as advertising and public relations have been used by cities to create their image, attract different target groups and among all to build relationship with residents. Brochures, magazines or participation in fairs are still popular among Polish cities in relation to attraction of investors and tourists but their marketing communication have been affected widely by the Internet and digital technologies. This trend is noticeable globally and widely discussed in literature. Social media in place branding are only one of numerous areas for an analysis related to the impact of the Internet on marketing communication of places. What can be observed, authors focus often on destination branding and using web and social media for attracting tourist (Saatçioğlu, 2017; Cleave et al., 2016; Gonzales 2011). It is emphasised by some authors that cities – and their authorities in particular – need to adapt to the new method of communication such as social media because if they don't, they may lose an opportunity to connect with potential audiences (Cleave et al., 2016). These authors go even further claiming that “municipalities may damage their brand if they are perceived as antiquated or lacking in creativity, thereby contributing to negative images and reputations among consumers”.

Hanna and Rowley indicate that the Internet has a huge impact on marketing places because it is an important medium through which people encounter place marketing and branding, it offers easy identification of the various instantiations of place brands and representations associated with any specific place entity and above all – facilitates comparisons between a larger number of places (Hanna and Rowley, 2015). Cities official websites have become an important way of communication. In relation to Polish cities and towns official websites are commonly used. The content of websites offers many possibilities of affecting target groups as many of the Internet users treat them as the main and the first source of information about places. Websites contain news, photos or videos and it is crucial for places to have professionally designed website with content divided into sections addressed to differ-

ent target audience (for example to residents, investors, tourists, students). Among other marketing communication tools and activities which are available due to new technologies and the Internet and are used for creating the image of the place are (Mazurek-Łopacińska, Sobocińska, 2016; Kaczorowska-Spychalska, 2015):

- Blogs and bloggers (including such initiatives as cooperation with bloggers who present opinions on different matters – most frequently on lifestyle, travel and food, organising conferences and events addressed to bloggers and having cities official blogs),
- Augmented reality (smartphones and tablets apps provide residents and tourists with knowledge about history including a presentation of the place from the past),
- Crowdsourcing (in a meaning of gathering residents' opinions, ideas and inspirations and their participation in decision-making process about cities).

For young residents, so called the Millennials in particular, the most valuable way of communication with the place they live is social media. Young Internet users are open to cooperation and building relationship with others and the Internet – social media in particular – are the most natural way for it. They value innovation and creativity as well as courage to break through patterns (Mroz, 2014). What is important – social media users are both consumers and producers of content. However, implementation of good and properly conducted communication policy is the biggest challenge for territorial marketing (Kaczorowska-Spychalska, 2015) and using online marketing communication tools, social media in particular, is implemented in Polish cities to a limited extent. Globally social media have been associated with Facebook, YouTube, Instagram or Twitter and big cities, especially the capitals of Polish voivodeships are very active in using all these social media in their communication policy (Gebarowski, Wiazewicz, 2013) but in relation to medium-sized and small cities using social media are very poor and often boil down to create a profile on Facebook and post information on it without taking action to engage users (Sudol-Pusz, Wiazewicz, 2014; Stopczynski, 2015). Lack of control over content of websites and messages posted by social media users are among main reasons of not using social media by territorial units (Stopczynski, 2015). Moreover, quite often people who work in municipal offices are not familiar with new media and they don't understand the generation of young people who use social media on a daily basis. Social media are

fundamental to involve young residents in process of branding a city and above all – to get their attention and interest in city life. The image of contemporary cities is to a large degree in hands of residents and global audiences and for this reason cities should try to stimulate engagement, inspire and build a dialog with audiences. Among biggest challenges for municipalities is to build relationship and partnership with other organizations, private entities or individual residents who run websites or are active in social media and their activity refers to place brand. Cooperation between these groups can lead to many benefits such as communication on an unified and coherent place brand. Moreover, the dynamic nature of the place brand may also present challenges in aligning the place brands and other brands associated with the place (Hanna and Rowley, 2015).

3. Residents in place marketing

Nowadays cities focus on such groups as tourists or investors but among all their residents have become the most important target (Wiazewicz, 2013). One of the reasons of this situation is the fact that residents have become an important part of creating the reputation of cities and want to participate more in cities life and also to decide about places where they live. The role of residents in place branding is discussed in literature and some authors indicated that residents played three different roles: as an integral part of the place brand through their characteristics and behaviour; as ambassadors for their place brand who grant credibility to any communicated message and as citizens and voters who are vital for the political legitimization of place branding (Braun et al., 2013). It is indicated that local brand ambassadors should be involved in the whole process of place branding as they are crucial part of the place (Govers, 2011). Moreover, a participatory approach involving residents is very important in place branding process as residents constitute “the most valuable assets in place branding” (Zenker, Erfgen, 2014; Braun et al., 2013). Residents’ participation is the most visible in few areas of functioning of cities, for example participatory budget but it is also indicated in literature that local citizens should be taken into account in urban heritage management and planning (Olsson, 2008). Above all, residents can be involved in a process of co-creating the territorial product, which consists of many so-called sub-products (Szromnik, 1997). According to Szromnik the territorial product consists of: tourist, investment, housing, social, trade-and-service, educational-and-cultural, fair-and-exhibition, public and sports and recreation sub-products. Resi-

dents constitute a part of each product and at the same time through their activity they can affect creation or development of these subproducts. They can intentionally or unintentionally influence the process of managing territorial product and it is a great challenge for local authorities to create favourable conditions for residents' participation. As findings of a survey conducted among young residents from the Podkarpackie Voivodeship show, the most popular activity undertaken by the authorities is involving residents in the organisation of various events and informing the community about current events, other activities such as openness to initiatives submitted by young people and students and implementing the submitted ideas into practice are not so popular (Kuzniar, 2016). In relation to young residents who are familiar with new technologies and used to express their opinions and views openly via the Internet, limited opportunities for influencing cities life may be discouraging in a long term. What is more important, neglecting young residents' engagement may lead to dissatisfaction and as it is emphasised, dissatisfied residents may become ambassadors against their city, while satisfied residents may become the most valuable ambassadors of the city (Braun et al., 2013).

It is very important in building positive reputation of the city to develop by local authorities cooperation between different sectors –both public and private and among all – to consult residents (Briciu, 2013). In relation to city marketing residents use the Internet and digital technologies to update their information about city life and news, as well as to share their insights or new ideas for the city. It should be very important for city authorities to get residents' attention and interest in marketing activities undertaken by the city in social media. As it is indicated in literature, during the use of social media in place marketing campaigns, Internet users may enhance the campaign as they take an active role in the creation and distribution of campaign messages (Ketter and Avraham, 2012). However, more crucial is to implement consumer orientation in city branding, what means in practice understanding "how the residents encounter the city they live in, how they make sense of it, which physical, symbolic or other elements they evaluate in order to make their assessment of the city" (Kavaratzis and Ashworth, 2006).

Social media leads to the growing role of online users who get chances to express their opinions and views. Above all, boosting development of social media has caused the increase of importance and effectiveness of word-of-mouth marketing, internet users' opinions may spread really fast.

4. Social media in cities from Podkarpackie voivodeship – findings of case study

To achieve the main goal of the article the case study approach was used. The accounts in social media of four cities were analyzed: Przemyśl, Sanok, Jasło, Jarosław. Przemyśl has 62154 inhabitants, Sanok 38272, Jasło 35713 and Jarosław 38217. As it is presented in table 1, in each city a number of inhabitants decreased between 2014-2016 and the balance of internal and international migrations is negative in each city. Moreover, the indicator of population at non-working age in relation to people of working age is increasing (and in 2016 was accordingly: 63,4; 61; 59,1 and 62,8) and this confirms the problem of ageing society in these cities.

Table 1. Number of inhabitants in analysed cities.

City	Number of inhabitants in 2014	Number of inhabitants in 2015	Number of inhabitants in 2016
Przemyśl	63441	62720	62154
Sanok	38818	38486	38272
Jasło	36260	36001	35713
Jarosław	38796	38360	38217

Source: Rzeszow Statistical Office, <https://rzeszow.stat.gov.pl/statystyczne-vademecum-samorzadowca/> Accessed: 28.04.2018.

Each of the city has official websites and they are active in social media but the scope of their activity as well as channels used for communication differ. Facebook is the most popular as each city has an official fan page there. Jasło has an account on Instagram but there are no photos there yet and an account on YouTube. There are only 23 subscriptions on the account but the city is quite active and publishes videos related to the most important events in the city or about the city once at least a week. An interest in presented content is rather modest, several dozen YouTube users view these videos, there are only a few videos that reached over 400 views. The second city with official channel is Przemyśl. The city has 355 subscribers and views of videos is on average level of a few hundred but there are videos that reached over ten thousand views, for example promotional films about the city or about particular monuments (The Fortress of Przemyśl) and an informative film about winning the award of The Best European Destination – EDEN 2013.

Cities in question are more active on their Facebook profiles. There are two indicators used for an analysis, number of fans of official cities websites to show their popularity and number of likes, shares and comments for measuring impact. Przemyśl has 12926 fans³ and this accounts for about 20% of its residents. The city posts on its profile nearly every day, but there are days when there is no new content on the profile. Videos have average a few hundred views and most posts have “likes” and “shares” – but the number of fans who are active is rather small. Moreover, there are 73 reviews of the profile and opinions about the city. Sanok has 2460 fans what accounts for about 6% of its residents. The city is quite active, news, photos and videos are posted nearly every day and often there are a few posts per day. On the contrary, fans of the profile very rarely like posts or share them with others and it’s difficult to find examples of real engagement on Sanok fan page. It needs to be stressed that there are other fan pages on Facebook related to the city but run by private entities and some of them have more likes and posts from internet users (profil: Spotted: Sanok or fan page of a pub located in the city). With reference to the third city, Jasło, the profile on Facebook like barely 533 people, it’s less than 2% of all residents. An activity of the city is also very poor, posts are written every few days and the profile engages fans to a small extent, it’s more about providing information about events in the city. Moreover, there are no official answers from the city to comments posted on the profile of Jasło city. The profile of the fourth city, Jarosław, has 2125 fans, and that is – similar to Sanok – around 6% of the residents. Despite this, the city is very active on Facebook, posts are written a few times per day, one can found current comments on events taking place in the city. Additionally, the mayor of the city has also his official profile on Facebook and his profile is liked by slightly more numerous group of fans, they are also more active with “likes”, “shares” and comments. The content of mayor’s profile is related to city life and he writes mostly about the same events as city hall but it is noticeable that his profile engages his fans more than city’s profile.

5. Conclusions

The initial exploration of official accounts in social media, in this article four cities from the Podkarpackie Voivodeship, showed that their activity is mainly focused on Facebook with some additional activity in YouTube in case

³ Data was collected on 1.05.2018.

of two cities (Przemyśl and Jasło). In relation to two indicators that were taken into account, it is noticeable that both popularity and an impact of activity in social media is very low. In Przemyśl every fifth resident of the city likes the fan page but in other cities it's between 2-6% of residents. Moreover, it seems that the content of the profiles is unattractive and does not engage the profile fans as their activity expressed by "likes", "shares" and comments is negligible. Examples of other Facebook profiles run by residents, private entities or even in case of Jarosław by the mayor of the city, which have comparable number of fans and which engage users to comment, like and share the content with others prove, that residents want to be active on a profile. Internal place marketing is among all about satisfying residents needs and it's rather obvious that the basic needs such as having well paid job and place to live are the most important for them so cities analysed in this paper need to focus mainly on these basic areas. However, cities also need to build relationships with residents, engage and encourage into participation in cities life. In the era of globalisation and processes of migration it is also more difficult to build in young people a sense of belonging to the place and identify with it. New generations who live in the cities communicate mostly in social media so municipalities must do the same.

As the case study showed, among the biggest challenges for municipalities is to find a way of engaging residents in communication in social media. The city whose profiles were analysed used their Facebook profiles mostly as a notice board. To engage users cities may use more multimedia – photos, videos and others – not only related to the city but also reposted from other profiles. The most important is to provide interesting content to keep residents engaged. Moreover, to increase participation in cities life and to find out about residents opinions, cities can make use of polling applications available on Facebook. There are some guides for local governments available on the Internet about how to run a profile on Facebook (for example: www.adweek.com/digital/10-ways-facebook-pages-can-help-local-governments-better-serve-their-constituents/) and they can also provide cities with useful tips. However, it needs to be highlighted that among residents there are also people who are not familiar with social media or they just don't use them – municipalities, therefore, need to differentiate channels of communication and ways of engaging residents in order to meet their expectations and to build local community.

Bibliography

Bałandynowicz-Panfil K. (2008), "The economic consequences of ageing society in Poland", *International Journal of Emerging and Transition Economies* Vol. 1, No. 1, pp. 1-14.

Braun E., Kavaratzis M., Zenker S. (2013), "My city – my brand: the different roles of residents in place branding", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 6, No. 1, pp. 18-28.

Briciu V. A. (2013), "Differences between place branding and destination branding for local brand strategy development", *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series VII: Social Sciences – Law*, Vol. 6 (55), No. 1, pp. 9-14.

Cleave E., Arku G., Sadler R., Kyeremeh E. (2017), "Place Marketing, Place Branding and Social Media: Perspectives of Municipal Practitioners", *Growth and Change – A Journal of Urban and Regional Policy*, Vol. 48, No. 4, pp. 1012-1033.

Gębarowski M., Wiażewicz J. (2013), "The Evaluation of Websites of Polish Cities in the Context of their Usability", in: *Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation, Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference 2013, 19-21 June 2013, Zadar, Croatia*, pp. 445-452.

Gonzales, M. I. (2011), "Websites and place branding for seven Galician cities: An exploratory study", *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, Vol. 3, No. 2, pp. 297-304.

Govers R. (2011), "From Place marketing to place branding and back", *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 7, No. 4, pp. 227-231.

Hanna S., Rowley J. (2015), "Towards a model of the Place Brand Web", *Tourism Management*, Vol. 48, pp. 100-112.

Kaczorowska-Spychalska D. (2015), "Weblogs as a Communication Tool of Polish Cities", *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, Vol. 16, No. 4/1, pp. 375–388.

Kavaratzis M., Ashworth G. (2006), "City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick?", *Place Branding*, Vol. 2, No. 3, pp. 183-194.

Ketter E., Avraham E. (2012), "The social revolution of place marketing: The growing power of users in social media campaign", *Place Branding and Public Diplomacy*, Vol. 8, No. 4, pp. 285-294.

Kiełczewska A., Lewandowski PP. (2017), "Population ageing and the labour supply in Poland up to 2050", [in:] Lewandowski PP., Rutkowski J. (Ed.), Population ageing, labour market and public finance in Poland, POPULATION AGEING, LABOUR MARKET AND PUBLIC FINANCE IN POLAND, Warsaw: European Commission Representation in Poland, pp. 11-16 (<http://ibs.org.pl/en/publications/population-ageing-labour-market-and-public-finance-in-poland/>, accessed: 23.04.2018).

Kuzniar W. (2016), "The Role of Residents in Increasing the Attractiveness of a Territorial Mega-product", *Handel Wewnętrzny*, Vol. 4, No. 363, pp. 132-141.

Mazurek-Łopacińska K., Sobocińska M. (2016), „Nowoczesne narzędzia komunikacji marketingowej w kreowaniu wizerunku regionu”, *Marketing i Zarządzanie*, Vol. 4, No. 45, pp. 183–192.

Mróz B. (2014), „Konsument w sieci – wyzwania i zagrożenia”, *Handel Wewnętrzny*, Vol. 4, No. 351, pp. 202-212.

Olsson K. (2008), "Citizen input in urban heritage management and planning", *Town Planning Review*, Vol. 79, No. 4, pp. 371-394.

Saatçioğlu E. (2017), "Social Media and City Branding: Case Study of Instagram Project @cityofizmir", *Global Media Journal*, TR Edition, Vol. 8, No. 15, http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/ogrenci_calismasi_ezgi_saatcioglu.pdf, accessed: 26.04.2018).

Stopczyński B. (2015), „Media społecznościowe w komunikacji marketingowej samorządu terytorialnego na przykładzie miasta Szczecinek”, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, Vol. 16, No. 4/1, pp.363-374.

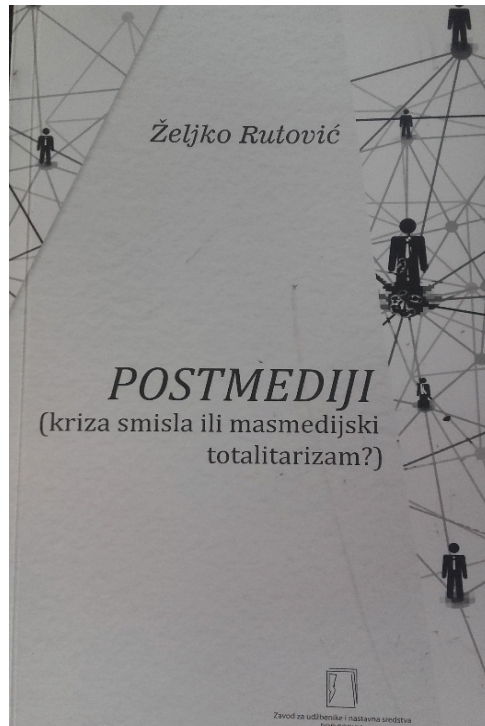
Sudoł-Pusz J., Wiażewicz J. (2014), „Wykorzystanie mediów społecznościowych w działaniach promocyjnych jednostek samorządu terytorialnego”, in: *Marketing w 25-leciu gospodarki rynkowej w Polsce*, A. Czubała, P. Hadrian, J.W. Wiktor (Ed.), PWE, Warszawa, pp. 514-521.

Szromnik A. (1997), „Marketing terytorialny - geneza, rynki docelowe i podmioty oddziaływania”, in: T. Domański (ed.), *Marketing terytorialny - strategiczne wyzwania dla miast i regionów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Wiażewicz J. (2013), „Działalność promocyjna gmin województwa podkarpackiego adresowana do turystów”, *Modern Management Review*, Vol. 20, No. 1, pp. 127-134.

Zenker S., Erfgen C. (2014), "Let them do the work: a participatory place branding approach", *Journal of Place Management and Development*, Vol. 7, No. 3, pp. 225-234.

Prikaz knjige (Book Review)



ŽELJKO RUTOVIĆ
POSTMEDIJI

(KRIZA SMISLA ILI MASMEDIJSKI TOTALITARIZAM)

Podgorica, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, 2017, s. 362

ISBN: 978-86-303-2062-0

NOVOMEDIJSKI APEJRON

Bremenita i voluminozna studija mr Željka Rutovića *Postmediji (kriza smisla)* predstavlja logičan i prirodan nastavak autorove višegodišnje misaone zaokupljenosti problemima medija, njihovim značenjem i bez/smislenosti svega što se dotiče fenomena medija i sadržinski ga prožima. Da bi razotkrio krizu smisla, kako naslovljava svoje najnoviju studiju, prošao je dug i temeljan put od *Estetike dijaloga*, preko upečatljivog i tematski jasno poentiranog spisa *Tolerancija i arogancija...Homo mašine* koja je bila produžena ruka u vertikali

prema *Digitalnom demosu* a sve do *Postmedija*. Autorova dela, pisana s onu stranu svake ideološko-političke ostrašćenosti, zadrnosti, a u protivstavu sa poluistinama, svakom obliku proizvoljnosti, neznanju i zatvorenom mišljenju, raskošnim značenjskim jezikom i intelektualnom superiornošću podržanom jakom istraživačkom voljom i kompetentnošću, predočava nam post istinu kao rezultat socioloških, filozofskih i kulturoloških analiza, poredjenja, postavljanja u logički niz i smislenog poentiranja.

Autor, baš kao i u svakom svom delu, poseže za obiljem argumenata iz oblasti sociologije, filozofije i književnosti kako bi nas uverio u napuštanje logosnih principa, kao metafizičkog staništa univerzalnih vrednosti te uspostavljanje dehumanizovanog, bezvrednosnog, smislom osiromašenog novog ponora u koji se neumitno survala medijska i svaka druga istina.

Autorova česta polemička strast daje dodatnu draž njegovom duhovnom umeću da nas pridobije na čitanje i razumevanje njegovih, često provokativnih te pronicljivih teza i opservacija. Tematska polja i saznanje (do)mete studije, mr Željko Rutović primereno sažima i predočava naslovom *Postmediji* (kriza smisla). Bogato dokumentovano delo sa verodostojnim empirijskim istraživanjem i analitičkim poniranjem u srž veoma zahtevne zadate teme, omogućavaju autoru da uverljivo i u logičkom poretku argumenata potvrdi i utemelji svoju hipotezu o krizi smisla i njenim konsekvencama. Zaoravši duboku brazdu na zapuštenoj njivi opšte indiferentnosti, površnosti i bezbojnog oportunitizma, autor duboko promišlja, akademski precizno utire u zastrašujuću spoznaju da smo prešli granicu u kojoj se (ljudska) subjektivnost konačno, možda i nepovratno gubi. Jer, precizno kapitalom navodjeno, tendenciozno i svrsishodno proizvodjenje paralelne/gotovo jedine realnosti putem medija nije nova pojava. Ali ono što čitamo kod Željka Rutovića jeste nova činjenica koju on naslovljava *Postmediji*, koji ne samo da proizvode sami sebe i zamenjuju postojeću (davno zaboravljenu) stvarnost, već se patvore u nove mehanizme koji zamenjuju smisao, u nove postistine koje egzistiraju u medju prostoru zaborava, odsustva dijaloga, masmedijske mitologije ili spektaklu pseudovrednosti ili smrti kako doslovce uočava autor: "Ako mit dolazi prije istorije, onda se po zakonitosti mitske matrice nužno regresira u novim formama, ovoga puta postmedijskog vremena, vremena proizvodnje postčovjeka. Ovaj mit je u paravremenu u kom se sukobljava čovjek i linearnost vremena, jedno drugog propituju kroz zadato medijsko vrijeme. Jer, npr. suština mita o vječnoj ljepoti-mladosti, hibridni je koncept metamašinskog poretka "pobjede" nad vremenom. U konceptualizaciji vremena prolazi neuhvatljivo

vrijeme. No, medijska shema vremena (p)ostvoreni je cilj ne pitati se o svom vremenu. Prividnost izbora kao simulacije slobode...”

Na planu nagoveštenom u podnaslovu studije, *Kriza smisla*, dakle u koordinatama fenomenološkog sagledavanja pojave postmedija, uvidi autora su precizni i dalekosežno sagledani. Svojim domišljto koncizno naslovljenim poglavlavljinama: Spktakl pseudovrednosti, Medijski monolog, Medijska mitologija... , autor nudi filozofsko promišljanje o post-istini nastaloj na tranzicionom putu prenosa kompetencija subjekta na tehnološki sistem u okviru globalnog manevra. Ne možemo se oteti pitanju čiji je to manevar i dokle smo i kako dovedeni do ponora smisla. Pomalo zloslutno ali sa izoštranim upozorenjima, autor ukazuje na spektakl smrti: “Mediji i tehnika uz pomoć nano, bio, info i kognitivne tehnologije objavljuju smrt smrti. Futurizam govori da će se sekvencom ljudskog genoma i upotrebom vještačke inteligencije u narednih nekoliko decenija sve bolesti izliječiti! Mediji i tehnologija kao magija. Kloniranje kao ekvivalent rođenju. Čovjek je prestao biti opozicija perfekciji mašine, pa je i digitalni trag nova promjena i nova „pobjeda” smrti. Digitalni posmrtni život, arhiviranim nalozima i profilima na društvenim mrežama i digitalnim spomenikom kao protezom sjećanja, relativizuje značenjsko prirodni okvir smrti, titulirajući nove tehničko-tehnološke ambleme koji su samo produžetak virtuelne interaktivne komunikacije svijeta otuđenosti. Otuda i smrt u novom otuđenju simbolizira tehničku reinkarnaciju novih platformi dvaju svjetova. Dva svijeta, realno živući i tehnološko-simulirajući, postavljaju svoje značenjske kodove u kojem nema prirodnog opozita, pa otuda ni smrt nije opozit životu...”

Sledeći Rutovićeve upute postavljamo pitanje da li Čovek postaje irelevantan, čak i u smislu sopstvenog postojanja? Znači li to da nas medijska nova istina ili postmediji vode ka predvorju jednog sasvim novog doba, da li smo savremenici inaugurisanja nove medijske paradigme koja će smislu smaknuti glavu na giljotini savremenih tehnologija i nadograditi joj postmedijsku farankeštajnovu svest-supstrat koju karakteriše zamešateljstvo bezličnih/besmislenih tvorevina, koji se poput želea razlivaju i zauzimaju oblik suda u kome se zadese, nezaustavljivo klizeći ka smouništenju:

“Na početku mašinu iz nužde praveći, a potom pomodno prateći, čovjek je dobrovoljno sam sebi napravio zaplet. Zaplet izbora (ne)mogućnosti. Mašinska memorija dovela je postpostmodernog čovjeka do amnezije i sve češće odsustva razotkrivanja smisla. U tragovima preostala, analogna arheologija nije podsjetnik na ko-egzistiranje sa prirodom. U prirodi je vidljivost

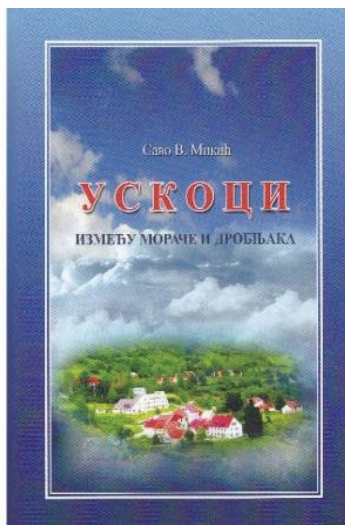
smisla a u mašini vidljivost navodnog sjaja. Takav meta-sjaj okupirao je, poništio i preoblikovao čovjeka u fenomenološku meta-emisiju nadznačenjskog karaktera, koji suštinski i nema značenja. Kao meta-medijsko svojstvo, čovjek je (p)ostvoreni medij svih medija. U sukobu prirode i suštine, postavka virtualne mrežne igre postaje samodovoljna i samodopadljiva. Misaona i smisaona inferiornost posledični je diskurs integrisane sveopšte kulture selfi samodopadljivosti. Efekat apsurdna po kome snaga integrisane mreže dezintegriše socijalnu, stvarnu komunikaciju, samo je produženo socijalno dejstvo sveopšte mehaničnosti, odsječene od mogućnosti i sposobnosti problemskog izoštravanja i socio-filozofske rekonstrukcije identiteta i „*stvarne stvarnosti*“.

Čuju li se to glasovi novog doba koje se utemeljuje na novosamovaspovstavljenim aksiomima samodovoljnosti, bezistoričnosti i samoinicijativnog kolektivnog malignog narcisoizma? Da li mr Željko Rutović ima ambiciju da odgovara na ova pitanja svih pitanja i ponudi jedan odgovor, ostaje da se vidi. Ono što je svakako jasno jeste da se na osnovu svobuhvatnog prikaza dinamične medijske situacije u ovoj knjizi može postaviti suštinsko pitanje o razlozima izmicanja medijskog smisla i mogućim konsekvencama ovakve neumitno prisutne pojave sa jasno detektovanim metastazama na već izmučeno i u segmentima očuvano zdravo telo medija.

Mediji nekad i sad? Mediji sutra? Masovni mediji kao privatna zabava nemislećih vlasničkih magnata? Da li će se mediji transformisati u medijum kroz koji ćemo se teledirigovano dokidati i transformisati u veštačku inteligenciju? Ovo su pitanja koja se iznova, i iznova, otvaraju i postavljaju. Samo jedno je sigurno: postoje mislioci koji permanentno sa svim svojim raspoloživim saznavnim i razumskim kapacitetima, mislećom radoznalošću i neprekidnom gladi za razotkrivanjem i spoznavanjem, pokušavaju da razreše enigmu medijske transformacije i metamorfoze. Jedan od plodnih tragača je, svakako, Željko Rutović.

dr Mileva Pavlović

Prikaz knjige (Book Review)



SAVO V. MIKIĆ
USKOCI IZMEĐU MORAČE I DROBNJAKA

Boan, 2017, s. 766
ISBN: 978-9940-9712-0-5

USKOČKA POVJESNICA

Uskoci su jedno od najmlađih i najdržavotvornijih crnogorskih plemena, nastalo sa obnavljanjem i sazdanjem novovjekovne Crne Gore. Ono je sa njom dijelilo istorijsku sudbinu, više od dva vijeka, u sprezi sopstvene geografije i istorije, u borbi za opstanak, slobodu i državu, život i običaje – u oreolu slave, pod pečatom mučeništva i viteštva. Saplemenjavalo se iznutra i s Crnom Gorom. Ulazilo u istoriju i stvaralo je.

Uskoci su naziv za teritoriju i ime za stanovnike koji je naseljavaju, malo pleme velike istorije. Nastali na drobnjačkom prostoru, u borbi za samoodržanje, kao amalgam došljaka – uskoka i starosjedilaca, Uskoke čini sedam sela, čiji su stanovnici vremenom postali Uskoci, narod i pleme sa velikim početnim slovom.

Uskočko pleme, između Morače i Drobnjaka, imalo je izuzetnu ulogu u povjesnici Crne Gore i dalo veliki doprinos stvaranju crnogorske nacionalne države, njenoj oslobodilačkoj borbi, razrastanju u miru, slobodi i nezavisnosti. Uskoci su uvijek stizali gdje je bilo „biti il ne biti“, gdje se odlučivalo o opstanku i budućnosti Crne Gore i Crnogoraca i o sopstvenoj sudbini. A nijesu se štedjeli ni u ratu ni u miru. Ginulo se za slobodu, vjeru i časno ime, pod barjakom uskočkim i crnogorskim, po nekoliko braće i rođaka, u istom boju, u istom danu, samo da barjak ne padne u tuđe ruke... Na frizu plemenskog panteona ističu se likovi znamenitih Uskočana i Uskočanki. U Uskocima nije bilo neznanih junaka i junakinja, kako u ratu tako i u miru.

Ova knjiga je uskočka povjesnica, nastala nakon višegodišnjeg naučno-istraživačkog rada Sava Mikića, vrsnog poznavaoца svoga zavičaja i šireg okruženja, pouzdanog historiografa i hroničara svoga kraja. Njegova voluminozna knjiga je, u stvari, sinteza znanja i sveznanja o Uskocima, teritoriji i stanovništvu, kroz istoriju i u istoriji, o životu i običajima – etnografskim, etičkim, karakterološkim i drugim odlikama i osobenostima svoga plemena. Ona se može simbolično nazvati uskočkom biblijom ili sagom o Uskocima.

Monografija Sava Vukovog Mikića Uskoci između Morače i Drobnjaka je, nema sumnje, kruna njegovog naučno-istraživačkog historiografskog rada, kao prva cjelovita sinteza o ovome crnogorskom plemenu i njegovim žiteljima.

O Uskocima je i ranije pisano, ali na pojedine teme, iz određenih aspekata. Napisane su i objavljene monografije pojedinih sela ili bratstava.

Djelo Sava Mikića o Uskocima, plemenu i narodu, predstavlja izuzetno naučno-popularno pregnuće, sintezu ukupne uskočke prošlosti i sadašnjosti, s neophodne istorijske distance, s početka 21. vijeka i trećeg milenijuma.

Autor je na istorijsku scenu izveo sve značajnije i znamenite ličnosti uskočkog plemena i za njega vezane – drobnjačke, durmitorske i crnogorske. Svako doba ima svoje ljude i junake!

Savo Mikić je istakao njihovu istorijsku veličinu, značaj i doprinos plemenu i državi. Podsjetio je na sve one vremenom neopravdano zaboravljene plemenike. U pamćenju plemenskom i crnogorskom oni su dostojni najvišeg pomena. Svi su oni, znani i neznani, pokretali velika pitanja: žrtvovanja za slobodu plemena i države, smisla ljudske borbe i otpora, moralne visine plemenske i nacionalne časti i dostojanstva.

Knjiga je, u stvari, reminiscencija na cijelu uskočku prošlost, njena rekonstrukcija, svojevrsno oživljavanje. Njan autor je i ono skoro zaboravljeno vratio u kolektivnu memoriju.

Uskoci nikada nijesu gubili svijest o vlasititoj prošlosti. A Savo Mikić zna da u opštoj prolaznosti svega što postoji ostaje samo ono što je zapisano. Uskoci su u sudbonosnim vremenima, u najdramatičnijim okolnostima pokazivali i hrabrost i mudrost, junaštvo i čojstvo, oštrinu i plemenitost, usud trenutka i dalekovidost. Oni su mačem i puškom, podvizima i imenom, patriotizmom i ljubavlju, odanošću i privženošću, branili pleme od opasnosti nestanka i zaborava. I uskočka đeca su nosila plemenski znak prepoznavanja: kad je neko upitao jednog maloljetnog uskočkog đečaka "Jesi li ti Uskok?" on je odgovorio "Ne, ja sam Poskok!". Uskoci su se kroz istoriju uzdizali u slavi, životu i radu, stradali i podizali se, vaskrsavali iz pepela, širili oslobodilačku borbu, bili oslonac na krajini Crnoj Gori i njenim vladarima, uzdanica okolnim plemenima, pokretači borbe i otpora, podvižnici slobode i vjere, posljednja linija odbrane svoje države. Ova knjiga, zapravo, čuva svijest o vlastitoj prošlosti, a podstiče odanost plemenu i otadžbini. A moralno načelo i mjera su sadržani u tri riječi: obraz iznad svega!

Čast i slava uskočka i crnogorska su uvijek išle zajedno, dok pleme i država nijesu i pored svih nevolja i iskušenja, zaboravljali na svoje borce i tvorce. U Uskocima nije bilo neznanih junaka!

Na frizu kolektivnog pamćenja svi su zajedno: ban, vojvoda i senator Novica Cerović, plemenski kapetani, sudije i činovnici, oficiri i obični borci, sveštenici i učitelji, pametari i mudraci, naučnici i umjetnici, državnici i poslanici, narodni heroji i plemenski bastaduri, junaci u ratu i u miru. I kolo uskočko, vjekovno crnogorsko, kolo na kolo – po tri pasa u istoriji, a u rodoslovu i po nekoliko puta više. U njemu su momačke delije, obdarene stasom i ljepotom i lijepe đevojke, s vijencima planinskih ljubičica, u narodnoj nošnji. U tome viševjekovnom kolu su majke i sestre, ćerke i sinovi, muževi i nevjeste, snahe i odive, đedovi i unuci – preci i potomci. U ovoj uskočkoj knjizi niko nije ostao zaboravljen, bez imena i prezimena, sažete biografije, bez pomena. U njoj je svima mjesto.

Uskočke žene nijesu samo stopanice, oslonac muškarcu, već i neodvojivi dio plemena, poštovane i voljene, banice i patnice, vučice i pametnice-ponešene za braćom, rodnom i domom, plemenom i Crnom Gorom, njenom slobodom i slavom, dostojanstvom i ponosom. U Uskocima kao i u cijeloj Crnoj Gori nema kulta žene, ali postoji njen oltar, na kome opstaju ognjište i kuća, a na njima porodica, pleme i država. Etos Uskočanki je izviraao iz njegovog mentaliteta i karaktera, odanosti svemu što je sveto, časno i vrijedno.

Iz knjige Sava Mikića emanira duh plemena, čuje se vjekovni glas pokoljenja, uz imperativ slobode. U surovoj realnosti uskočko pleme je odbovalo epske zanose, iluzije i zablude, sačuvalo svijest o sebi i svojoj prošlosti, uz strune gusala, suočeno sa izazovima budućnosti. Autor je dao cjelovitu historijsku sliku, istinu o Uskocima u prošlosti i sadašnjosti, bez romantizma, ideoloških i drugih predrasuda, tuđih naučnih projekcija.

Uskočko pleme je više puta moralo da brani svoju slobodu, istoriju i ime, osjećajući odgovornost pred svojom povjesnicom i budućnošću, prema precima i potomcima, Crnom Gorom. Uskoci su više puta, zajedno sa ostalim plemenima, odlučivali o slobodi i državnom statusu Crne Gore sa kojom nikad nijesu bili sukobljeni, i uvijek bili u odbrani njene samostalnosti, nezavisnosti i opstanka. Bili su akter svih događaja u stvaranju države, njenog historijskog, kulturnog i duhovnog identiteta. U Crnoj Gori su postali pleme i narod, subjekt istorije, a ona njima ontološki, viteški i moralni oslonac.

O motivima koji su ga podsticali na veliku i neizvjesnu avanturu pisanja uskočke povjesnice, o stepenu izučenosti teme, o oslanjanju na historijske izvore i relevantnu literaturu, o toku istraživanja, korišćenju arhiva i biblioteka, ciljevima i rezultatima istraživanja – autor je sve to lakonski kazao u svome Uvodu u knjigu, a sve ostalo što je imao da kaže on je rekao u njenom glavnom dijelu, koji je obima preko 750 stranica.

Pred čitaocima je djelo odgovornog, objektivnog i izuzetno pedantnog naučnog istraživača, ponekad i emotivnog uskočkog sina, vrsnog intelektualca i istoriopisca u zreлом dobu.

Engleski pisac Oskar Vajld je zapisao: „Bilo ko može stvarati istoriju, ali pisati je može samo veliki čovjek“.

Savo je shvatio da njegovo uskočko pleme ne bi smjelo da ostane bez svoje pisane istorije. Iako po struci nije istoričar, ali jeste po vokaciji, nervu i dužnosti, Savo Mikić je svoj zadatak izvršio vrlo odgovorno i savjesno.

Knjiga Sava Mikića Uskoci između Morače i Drobnjaka strukturirana je iz tri dijela, koja čine koherentnu cjelinu: Priroda, Istorija i Etnografija.

Prvi dio, obimom najmanji, posvećen je geografiji i geografskim odlikama uskočke teritorije, koju čine sedam sela: Bare, Krnja Jela, Malinsko, Sirovac, Strug, Timar i Tušinja. Pored definisanja imena, granica i prirodnih karakteristika Uskoka autor je dao i njihov geografski položaj i teritorijalno-administrativni istorijat kroz istoriju – od kapetanije u 19. vijeku, preko sreza i opštine, do mjesne zajednice u sadašnjoj Šavničkoj opštini.

U drugom dijelu data je istorija Uskoka u rasponu od preko dvjesta godina, od kraja 18. vijeka, kad su Trebješani, kao plemenski nukleus, došli u Gornju Moraču i njihovog naseljavanja na drobnjačkoj teritoriji te formiranja uskočkog plemena i njegovog istorijskog puta kroz vrijeme sve do današnjeg doba. U stvari, od bitke na Grahovcu 1858. i crnogorsko-turskog razgraničenja (1859) kada su ušli u sastav Knjaževine Crne Gore, dijeleći sa njom i okolnim plemenima istorijsku sudbinu i slavu, prolazeći kroz brojna iskušenja, pobjede i pogibije (Velji crnogorsko-turski rat 1876-1878; balkanske ratove 1912/13; Prvi svjetski rat 1914-1918, i kraj crnogorske državnosti; život u Kraljevini Jugoslaviji; Drugi svjetski rat i poratno vrijeme u Socijalističkoj Federativnoj Republici Jugoslaviji, sve do njenog raspada u posljednjoj deceniji 20. vijeka; i nakon toga u SRJ i državnoj zajednici sa Srbijom (oko 13 godina) sve do Referenduma 21. maja 2006. godine kada Crna Gora postaje, nakon brojnih peripetija, lutanja, zabluda i iluzija, opet nezavisna i međunarodno priznata država. Tu crnogorsku sudbinu nosili su kao krst i Uskoci i Uskočanke. Uprkos nesrećnim političkim, ideološkim nacionalnim i drugim podjelama oni su u ovoj knjizi najedno – bili i ostali. Uskoci su, iako su bratstva različitog porijekla, saplemenjavani u životu, istoriji i slavi svoga imena, pod kapom crnogorskom – jedinstveno i jednopono pleme.

Treći dio knjige obuhvata etnografske i etnološke karakteristike uskočkog plemena, njegov etnos i etos, život i običaje, prosvjetu i obrazovanje, istaknute i znamenite ličnosti, duhovnost i kulturu. Oko uskočkog ognjišta u knjizi svi su okupljeni – i oni koji u Uskocima danas žive i oni rasijani po svijetu, ali svoj zavičaj u sebi nose i uzvraćaju mu ljubavlju, poštovanjem i sjećanjem, ali i doprinosom u svim sferama života, rada i stvaralaštva. Zadivljujuća je moć knjige, jedino je ona kadra da sve okupi, sačuva i ujedini u vremenu i vječnosti. U veliki uskočki mozaik stala su sva uskočka bratstva, koja su u Uskocima živjela ili sada u njima žive, svi naraštaji, porodice i pojedinci.

Integralni uskočki rodoslov, rodovnik i pomenik čine 82 bratstva ili djelovi većih bratstava, sa precima i potomcima, kroz duže ili kraće rodoslovne lance, sa muškim rodoslovnim nishodnim nizom.

Svima njima u čast i spomen, precima i potomcima, u ranijem i novijem vremenu, posvećen je ovaj dio knjige. Savo Mikić je sačinio sumarni uskočki rodoslov po bratstvima, sa podacima o porijeklu bratstva, njegovom razvoju i grananju, rodonačelnicima i njihovom potomstvu, istaknutim i znamenitim pojedincima. Detaljnije, preciznije i sveobuhvatnije rodoslove sačinili su pojedini bratstvenički pregaoci. Istina, pojedini koji tome delikatnom poslu

nijesu dorasli i nemaju dovoljno ni iskustva ni znanja naprave više štete nego koristi.

Posebnu vrijednost knjizi daju fotografije, faksimili i drugi fotodokumentacioni materijal – slike pređela i mjesta, ljudi, kuća i druge seoske arhitekture, katuna i kulturno-istorijskih spomenika, što tekstu daje dodatnu dokumentarnu dimenziju, kao autentična svjedočanstva o vremenu, istoriji i životu. Fotografije ponekad govore više od teksta, a puno doprinose ljepoti i zanimljivosti knjige. Posebno bih izdvojio rarietne fotografije, u javnosti dosad nepoznate, kapetana Grubana Cerovića i šest portreta znamenitih uskočkih ličnosti koje je svojom imaginacijom i stvaralačkom intuicijom "oživio" slikar i književnik Ranko Krstajić.

Uskoci su zavičaj i pleme Sava Mikića koji se prema njemu odnosi s ljubavlju i pijetetom.

Uskoci su kao pleme, životna zajednica, imali svoju autonomiju u klasičnoj Crnoj Gori, kako u vršenju javne vlasti, tako i u rješavanju sporova u svojoj kapetaniji, opštini ili srezu. Živjelo se i vladalo po običajnom kodeksu i po crnogorskim pisanim zakonima. Pokazivali su solidarnost sa okolnim plemenima, kao i bratstva iznutra među sobom. Ponekad je bivalo surevnjivosti, trvenja, svađa i osveta, ali je duh plemena bio iznad svega. Kad se išlo u rat prestajale su sve zavađe. Uskoci su čuvali i sačuvali svoju stečenu plemensku nezavisnost i autonomiju u odnosu na Drobnjak, Moraču i Šarance, dok su dio plemenskih nadležnosti prenosili na državu i centralnu vlast.

Njagova knjiga Uskoci između Morače i Drobnjaka je djelo objektivnog istraživača i hroničara o uskočkom plemenu kome je ono kolijevka i ontološko uporište. Ali autor nije imao samo zavičajni odnos u pisanju knjige o Uskocima, već je njegov pristup vrlo objektivan i pošten. On je pisanju monografije pristupio vrlo odgovorno, oslanjajući se više na istorijske izvore, arhivsku građu i relevantnu literaturu, nego na predanje koje je često nepouzđano i varljivo. Obrada, opis teme i sam poduhvat više su za instituciju nego za pojedinca. Svojim knjigama Savo Mikić je izrastao u svojevrstu živu instituciju uskočkog plemena. Kroz knjigu se zapravo ogleda uskočka istorijska sudbina, ali i uloga Uskoka u novijoj istoriji Crne Gore. Ona je priča o Uskocima u širem i užem kontekstu, zanimljiva ne samo za pripadnike uskočkog plemena, nego i za čitaoce uopšte – i laike i stručnjake.

Autor je svome plemenu ostao do kraja vjeran i zavjetovan, što svjedoči i ova knjiga. Ona je i zavjetna za mlađe istraživače, istoričare i druge naučnike. Teško je rekonstruisati plemensku istoriju oslanjajući se samo na ple-

mensko pamćenje. Koliko god bilo duboko, ono je mutno i nepouzđano. Zato samo uporna istraživanja, traganje za izvorima i činjenicama mogu pouzđanije prošlost osvjetliti i rekonstruisati. Tim putem i smjerom išao je i autor ove knjige. U tome je bio uporan i istrajan, ali i iskusan i dosproman da sklopi priču o Uskocima, uveže u cjelinu i ispriča je na lijep način i lijepim jezikom. Uskoci su još prije dva vijeka priložili sebe na oltar Crne Gore, a Savo Vukov Mikić ovu knjigu prilaže na oltar uskočkog plemena, u plemensku enciklopediju kolektivnog postojanja i pamćenja. Ona je plemenski udžbenik i priručnik Uskoka o sebi, ali i značajno historiografsko pregnuće, naučnoistraživačko djelo – osnova za pisanje integralne višetomne uskočke povjesnice.

U plemenski panteon uskočki ušli su oni koji su to svojim životom, angažmanom i djelom zaslužili. A svima, znanim i neznanim, autor je ovom knjigom podigao trajan spomenik i sačuvao ih od zaborava.

Svi Uskoci su progovorili kroz ovu knjigu, kroz pero i kazivanje Sava Mikića. Ovo je, u stvari, uskočka knjiga, dar Uskoka Uskocima!

Njima u počast i slavu nastala je ova zamašna uskočka povjesnica – o Uskocima i u tradiciji i u istoriji, kao naučna apoteoza postojanju, prošlosti pred izazovima budućnosti.

Marijan Mašo Miljić



SLOBODAN VUKANOVIĆ
TUĐEMILSKI SVICI

Cetinje, Nacionalne biblioteke Crne Gore "Đurđe Crnojević", 2017, s. 207
ISBN: 978-86-7079-195-4

Ugledni crnogorski književnik – pjesnik, pripovjedač, dramski pisac i romansijer, zastupljen u većem broju antologija, panorama i literarnih izbora – Slobodan Vukanović (1944.), u svojoj majstorskoj književnoj radionici priredio je novi roman *Tuđemilski svici* u izdanju Nacionalne biblioteke Crne Gore „Đurđe Crnojević“ – Cetinje, 2017., objavljenom u okviru njene edicije „Posebna izdanja“, čiji urednik je Bogić Rakočević.

Roman *Tuđemilski svici* je svojevrsna književna dramaturgija izvedena visokim stupnjem umjetničke imaginacije, epske povjesnice o borbi za slobodu

dukljanskog naroda, tih prvotnih pređa današnjih Crnogoraca, istorijski vezan za veliku ratnu dramu ovog herojskog naroda iz vremena dukljanskog kneza Dobroslava (Stefana – Vojislava) i slavne Tuđemilske bitke 1042.g. nakon koje Duklja, iz okrilja Vizantijskog carstva, iz saveza Romeja, stiće faktičku državnu nezavisnost. Autor je lirskom ekspresijom u autentičnoj formi pripovjedanja putem dijaloga i aksioloških atribucija moralnih vrlina crnogorskih predaka izatkao svijet likova, junaka, mudraca, vitezova, mladalačkih snova, jutarnjeg bljeska sunca, predio Veljeg Dola, koji predstavlja mikrokosmos dukljanskog bića, duševni svijet i prirodu živih bića, sliku ratnog dvora dukljanskog vladara Dobroslava, i mudrost njegovih savjetnika, pripreme ratnog štaba pred veliku istorijsku bitku sa najvećim carstvom, život običnih ljudi i njihove etičke vrline, svadbe zaručnika koji jedni drugima daruju zavjete vjernosti – muškarac školjku ili šipak, a djevojka smokvu ili narandžu, živopisne slike lova na Labeatskom jezeru, poprište velike bitke, slavlje i snove dukljanskog naroda i prijekorno kaštiganje izdajnika i špijuna, tugu i spemene na poginule, sve to pretočeno na autentičnoj istorijskoj građi povjesnog događaja što putem Ljetopisa Popa Dukljanina otkriva spoljnu ekspresiju ratne dramaturgije dok nam Vukanović takvu istorijsku događajnu povjest sjedinjuje sa unutrašnjom dramaturgijom jednog kolektiviteta i negovih junaka, čime sama istorija biva istinitija.

Književna ekspresija otkriva toplinu, neposrednost i ljubav, kojom nas autor vraća u jedan znameniti istorijski događaj, kroz etičku strukturu romana što u 35 poglavlja svoju gnoseološku i aksiološku supstancu književnih poruka vezuje za ljudskost i etiku dobra: *Čovjek je da stvara dobra djela, dušu da hrani, a ne samo drob*, ali i izraziti želju za saznanjem i poštovanjem poeticum humanusa drugih naroda i njihovih kultura, što se iskazuje iskonskom žeđu dukljanskog čovjeka za knjigom i putovanje. *Zadatak slova je da govori istinu. Riječi će vrijednovati ljudi i vrijeme. Kao što ribi treba voda, tako i čovjeku trebaju riječi kao duhovna hrana... U Duklji je nepisani zakon – nekud ići, u bijeli svijet ili makar preko brda. Ko nije vidio Svač, dolinu mudrosti, Prapratnu dukljansku prijestonicu i Kotor, taj ništa nije vidio.* Time nam Vukanović oživljava, dočarava, učvršćuje i osvježava, u poetičkoj formi, putem velikog dara pripovjedanja, obogaćenom lirskom i poezijom, ne samo svoje velike dosege književne imaginacije, nego i istorijsku predstavu o naraštaju jednog vremena koje nam je podarilo dostojanstvo putem nezavisnosti kao modusom za upravljanjem sopstvenom sudbinom, sve to izraženo u saglasnosti sa istorijskim izvorima koja u književnoj ekspresiji dobija potpunu i uvjerljivu sadržinu, a neposrednošću svog jezičkog

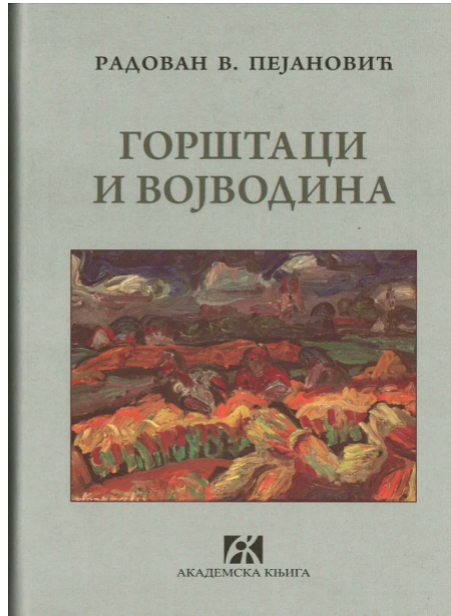
izraza i leksike kojom je obogatio crnogorski jezik, ispoljava posebiti dar da otkrije suštinu narodnog bića i njegovu tradiciju zasnovanu na čovječnosti i agonu slobode, pretačući istoriju u dramsku strukturu romansijerskog izraza i gradeći most među naraštajima kojima oni prelaze iz života u zvijezde - *kad knjiga postaje kovčeg vrijedniji od zlata*.

Ovaj roman je reflektivna epistemologija i etika, moralna čitanka, sušta aksilogija narodnog bića crnogorskog, topla i neposredna elegija o vrijednostima života – svijeta i čovjeka, to je ljetopis o grandioznom poduhvatu naših pređa za slobodu i ljudskost: *Dok je Ljetopis živ i vi ćete biti živi. Ljetopis je istina, kad ga nema nije bilo ni ljudi, pa su to glasoviti spomeinici vremena, a Duklja ište zublju da ne izgori čovjekovo potomstvo, jer ko se davi fata se za vesla, a ko davi fata se za uže*.

Autor romana *Tuđemilski svici*, Slobodan Vukanović, svoju književnu imaginaciju pretače u formu istorijskog romana koja nije romanisirana istoričnost, nego povijest uzdignuta do literature kojom se obogaćuje istorijsko i etičko nasljeđe naših predaka, i koji majstorskom naracijom slika vrijeme i njegove ljude, njihov pogled na svijet, slika orla i sokola i njihovu borbu, prateći njihov let, divi im se, jer su *krila i let - čovjekov san*. Djelo je puno životne snage autora koji nam je posvjedočio svoju ljubav za slobodarsko nasljeđe i baštinu crnogorskog naroda, ušavši u samo bilo njegovih vrlina i iskonske motive života što će preko ovog ostvarenja nastaviti da živi i traga kao istinska književnost posvećena narodu: *Prava literatura može ponići samo ako pisac uzima svoju misiju kao služenje narodu i ako vlada osnovnim predstavama o stvarnosti – svijetu i čovjeku* (A. Blok). Roman je bogata riznica crnogorskog jezičkog blaga, a autor romana učinio je i dodatni napor – rječnikom starih i manje poznatih riječi, uz one kojim je kao novim kovanicama, Vukanović, predstavio sebe kao tvoritelja riječi, čime će ovo izuzetno književno ostvarenje, uz naznačene odlike, biti rado čitano i dugo pamćeno.

dr Čedomir Bogićević

Prikaz knjige (Book Review)



**RADOVAN V. PEJANOVIĆ
GORŠTACI I VOJVODINA
(O KULTURNOM IDENTITETU VOJVOĐANSKIH KOLONISTA
IZ DURMITORSKOG KRAJA)**

Novi Sad, Akademska knjiga, 2013, s. 308
ISBN 978-86-6263-032-2

Gorštaci i Vojvodina prof. Radovana Pejanovića je stručno-naučna knjiga, kakvu su u stanju da napišu stručnjaci širokog obrazovanja i kulture, a pre svega etnolozi, geografi (ako su iz dobre cvijićevske tradicije), istoričari, sociolozi, antropolozi, demografi, etnolingvisti, filozofi-etičari, svestraniji kulturolozi (ako takvih ima, odnosno ako nisu dominantno kompilatori), ili pisci na primer, koji imaju sposobnosti da napišu hroniku s elementima esejistike, čiji autor bi bio vođen duhovitim Mihizovim naslovom „Moji memoari o drugima“.

Kada se radi o relativno bliskom a prekretničkom periodu, koji bismo eufemistički mogli okarakterisati kao niz zgusnutih istorijsko-civilizacijskih lomova, čiji smo i sudeonici i žrtve, a predmet istraživanja odnosno profil dela ima malo ili gotovo nimalo empirijski merljivog – istraživač je na velikoj mucu. (Citiraću jednu pakosnoduhovitu opasku na račun nas Crnogoraca-gorštaka: „Kod vas je veliko sve što se ne može meriti!“). Da ne bih pametovanjem oštetio autora, a prisutnima uskratilo zadovoljstvo, što su večeras ovde došli, s nadom da će ovu dobru knjigu pročitati, ako već nisu, citiraću jedan pasus iz Uvoda:

„Izvore svojih saznanja crpio sam proučavajući istorijsku prošlost Crne Gore (posebno durmitorskog kraja), kao i Vojvodine: literaturu, jezik, religiju, narodne umotvorine, poslovice, izreke, zapise, prirodu, običaje, verovanja i folklornu građu. Zaključci proističu i iz vlastitog posmatranja recidiva mnogih duhovnih, posebno moralnih tradicionalnih pojava u savremenosti. Služeći se konkretnom građom, uzetom iz realnog života i literature, nastojao sam da ovu građu, izvesnim postupkom misaone sinteze, uzdignem do apstraktnih pojmova, kategorija i moralnih principa. Koristio sam istraživački metod koji se sastoji u teorijskom uobličavanju saznanja koja pruža stvarni narodni život, njihovim prevođenjem u relativno konstantne misaone celine.“

Knjigu je napisao dvozavičajac, iz prvih generacija kolonista rođenih u Vojvodini, obrazovan, svestran, s mnogim znanjima i talentima, strpljiv bez premca u pribiranju raznovrsne dokumentacije, asocijativan, sklon reminiscencijama, koje daju smisao poduhvatu, ali ga one ponekad i opterete, u svakom detalju s dušom i Durmitorca-gorštaka i Vojvođanina-ravničara. Čini mi se da je on nastojao, i uglavnom uspevao, da se ne ogreši ni o jedne ni o druge. Ne strči sindrom „korena“, što bez sumnje nije bilo lako postići, da dodam – i retko je uspevalo drugima. Prof. Pejanoviću je pošlo za rukom da s ljubavlju predstavi oba „socijalna genotipa“. Vojvodina je data čak tematski razuđenije i teritorijalno sveobuhvatnije, kompleksnije, makar pomalo i disperzivno. Širi je spisak naučnika i umetnika koji su opisali karakter Vojvođana i njihove običaje, opevali i oslikali čari vojvođanske ravnice. S druge strane, stiče se utisak da su za njegove Durmitorce-gorštake bili skoro dovoljni Njegoš i Marko Miljanov. Ne bez pristrasnosti, da konstatujem – dovoljni da održi ravnotežu! Njegoš za univerzalnu nauku i mudrost, nacionalnu, narodnu i hrišćansku, Miljanov za etiku, sadržanu u neprevodljivoj sintagmi – *čojstvo i junaštvo*. (Nažalost, i jedan i drugi sve manje su razumljivi mlađim generacijama u nepičnim, nejunačnim i nečojstvenim vremenima. Niko u ovim smutnim vre-

menima, na primer, nije posegnuo za Njegoševom strašnom opomenom „Krv je ljudska rana naopaka!“).

Autor kaže da se većina autora slaže „oko četiri dominantne crte ličnosti kao trajnih obeležja ovog gorštačkog mentaliteta: *borbenost, inat, melanholija i trpnja*.“ (str. 32). Ja bih, verujem s razlogom, nabrojene karakterne crte dao obrnutim redom – sledeći lično iskustvo i osećanje, izdvajajući i podvlačeći – *trpnju i melanholiju*. Mislim da time sledim Todora Bakovića u njegovoj knjizi *Depresivni optimizam Crnogoraca*.

Teško je bilo graditi izabrani profil knjige sa konzistentnom idejom, uz nastojanje da se temeljno postuliraju dva „socijalna genotipa“, najpre izdvojeno, da bi ih nakon toga doveo u vezu, kao ne hoteći da ih pritom suprotstavi, jer bi to podrazumevalo, makar implicitno, da ih i odmerava i vrednuje, a on to ne želi jer su oba njegova. Zato je, za moja očekivanja, izostalo posvećivanje više pažnje susretu ta dva „socijalna genotipa“, njihovom prožimanju, eventualnoj simbiozi. Da ne zastranim, i da se opomenem, jer i toga ima. Citiraću samo jedan detalj: „Preci kolonista bili su opsednuti kamenom, a njihovi potomci ravnicom.“ (str. 64) Zapravo, do one klasične socijalne simbioze stari-naca i došljaka, kakvu je opisivao Cvijić, a preuzimali je kao pouzdan fakat na primer lingvisti, odnosno dijalektolozi, nije moglo doći. Onemogućila su to dva krupna momenta: (1) *novo vreme, nove (globalne) tehnologije* i (2) *kolektivizacija*.

U „sporijim vremenima“ po pravilu su jaču asimilatorsku moć imali starinci, posebno u privređivanju koje je davalo pečat tipu kulture, makar taj supstratski sloj bio ubedljivo tanji. Starinci su, za razliku od došljaka, živeli u prirodnom skladu s podnebljem i uvek su potpomognuti mrežom vidljivih i nevidljivih lokalnih veza. Dinarci su u Šumadiji, kao novonaseljenici u prošlosti, u turskom periodu i posle oslobodilačkih ratova, pokušavali da nastave način života iz postojbine i da egzistenciju zasnivaju na gajenju ovaca i koza, a za vašar se nagizdaju, pa u varoš s rukama na leđima, ali su već u drugoj-trećoj generaciji postajali najbolji domaćini. Socijalističke ambicije i na selu, pogotovu u (naprednoj) Vojvodini, nisu bile bez modernističkih želja u svim vidovima života. Stvoriti „novog čoveka“, sa željom da selo prati grad, bio je važan cilj novog sistema.

Kolektivizacija je verujem – osim odgovora Staljinu da se nismo uputili na restauraciju kapitalizma, kako to tumače istoričari i politikolozi – trebalo da posluži stvaranju tog novog čoveka. Ona je ubrzano obezličila skorašnje koloniste, učinila ih bezemljašima, seljacima-proleterima. A oni su zbog zemlje i

došli! Kolektivna zemlja ne može se voleti koliko svoja, iako su izvesno do- seljeni crnogorski kolonisti bili najčešće dobri zadrugari (dokaz za to su bez sumnje najbolje jugoslovenske poljoprivredne firme u Vrbasu i Crvenki). Novi Vojvođani nisu imali priliku da „urastu u zemlju“, što je svojstveno seljacima, koji su uvek gladni zemlje. Uz to, seljak zna da uživa u njenim plodovima. Ka- da je veliki projekat propao, kolonisti su se najčešće odrekli zemlje zbog, dana- šnjim jezikom rečeno, neke vrste socijale (zdravstvene zaštite, boračkih i sli- čnih dodataka).

Nekoliko reči i o susretu mentalitetâ. Pejanović ima i smisla i duha da nađe prostor za onaj vic o đedu-Crnogorcu koji potapše unuka govoreći: „Ti ćeš serdar biti!“ A mališa će njemu: „Igen, igen!“ [mađarski – dobro, dobro!]. Vojvodina ima neverovatnu asimilatorsku moć, što se najbolje vidi u ekavi- ziranju jezika. Na ekavicu su, u javnom životu pogotovu, prešli i kolonisti i kasnije pridošli Crnogorci na studije. Nasuprot tome, da opet budem aktuelan (ili ličan), moje kolege koje su studirale u Beogradu, da pomenem samo filologe Duška Ivanića, Milorada Dešića, Jovana Delića (oni bi sigurno bez većih poteškoća uspeli da pređu sa jednog idioma na drugi) – ostali su uglavnom ijekavci. Njima bih mogao da prirdružim ovde prisutnog profesora, Durmitorca, Dragišu Popovića, beogradskog studenta, Novosađanina više od pola veka, profesora Medicinskog fakulteta u Novom Sadu samo pet-šest godina manje, koji je uspeo da ostane tvrdi ijekavac, s izvornim durmitorskim dijalektom. Zato bi bilo zanimljivo istražiti do koje generacije i u kojim prilika- ma su crnogorski kolonisti, s manje ili više doslednosti, sačuvali ijekavski go- vor, odnosno doneseni dijalekat. Naravno, imajući u vidu stepen kompaktno- sti stanovništva u novoj sredini. Što se tiče leksičkog bogatstva, a leksikon je registar kulture, prof. Pejanović je dobar Vukov sledbenik, i s pozivima na nje- ga i sa navođenjem „osobitih“ reči iz starog zavičaja.

Prateći prof. Pejanovića, rizikovaću da ispovedno 'dopišem' socijalni profil našega staroga kraja (Rovca nisu daleko od durmitorskog kraja, ne mislim samo geografski), s pozivanjem na već rečeno – najviše volimo knjige koje poželimo da dopisujemo. Dakle, čitam knjigu u celosti, s pogledom na zavičaj autorovih gorštaka, birajući detalj po detalj.

Moji nisu u Vojvodinu došli „vlakom bez voznoga reda“ (nekad to ka- žem dodajući – *nažalost*, ali neretko i – *srećom*) i zato me „osma ofanziva“ češće zasmije nego zaboli. (Zato volim poneku dosetku i zaševicu iz „Državnog po- sla“). Kao da i sada čujem eho, izvornog i bolnog, roditeljskog saveta i opo- mene: „Uči, da bježiš odole!“ Bolna je samoopomena (samoprokletva): „Ubio

mi Bog nastanak!“ Nije čudo zato što se u mojim Rovcima teško prima obeležavanje rođendana! Bezmalno ceo život se svodio na surovu borbu da se održi goli život. Pokušaću to da vam dočaram škrtim, a rečitim dijalogom: *Bogato ti se udala šcer. – Jes bogami. Mogu se izimit sa svojega do Đurđeva dne ako nije zla godina.* Da „prevedem“: bogatstvo se rasprostire na najviše pola godine, a misli se na sve što zemlja i ukupan golem trud, neretko uzaludan, pruže – od krompira, ječma, raži, ovsa, kupusa, i kukuruza, ako uspeva, i uz nešto zaliha odra nije! Zato je razumljivo što bih iz prvih susreta s pravom Vojvodinom izdvojio dve-tri najupečatljivije slike, dve slike kao izraz bogatstva, treća i bogatstva i nestvarne lepote. prva, kola prepuna dugih žutih klipova kukuruza, sa stranicama produženim pobodenim klipovima, a vuku ih dva gizdava mlada lipicamera; druga, u predvečerje, u čardak elevatorom se preliva zlato kukuruzovo; i treća nezaboravna slika i za oči i za dušu na povratku u Crnu Goru, na letnji raspust – pogled, iz voza ili autobusa svejedno, na nepregledna vojvođanska polja u kojima se smenjuje pšenica koja zlati, suncokret koji se već povija pod velikim cvetnim pogačama, a kukuruz, zelen (kako bi u Crnoj Gori rekli – mrči se) i već metlički („pušta pustoklas“, kažemo tamo kuda smo se naputili). S ovim iskustvom, i iz durmitorskog i iz bačkopoljskog ugla gledano, sve što je u knjizi verno, odnosno uverljivo dato – istovremeno je i svrsishodno.

Svima koji su tamo odrastali, a došli u Vojvodinu, urezalo se u pamćenje nestvarno duboko plavo nebo i do u nedogled dalek pogled s nekog pogledala, jer u durmitorskom kraju (i mojem rovačkom, kolašinskom) ili je vedro ili se *provale nebesa, pucaju gromovi, padaju ćuskije, štene se đavoli!* Dotle u Vojvodini zna da narasta led, a ništa ne pada, magla pritiska i zaturi nebo, skriva sunce (u prvim studentskim, i vojvođanskim, novosadskim godinama činilo mi se nedeljama i mesecima). Divlju lepotu kamena, brda i kanjona tamo smo imenovali, nenaklonjeno i bez oduševljenja, *bobijama, sutulijama, lomom i slomovratom.* Ako nešto od te „divote“ otimaš da bi preživeo, kaže se da *obijaš i kami i drvo, obijaš bubrege.* Ipak, gorštaci su poneli i sačuvali u srcu svaki zavičajni krajičak, brijeg i izbrežak, dolinu, udolinu i dočić, vrtaču, progalinu i lazinu, škrip i škrapu, proslap, štrbinu i preslijež, šumu i šumarak, šiprag, avrik, izvor, pištalinu, briždalinu, bistijernu i sniježnicu, pećinu i zapećak... I svaki taj oblik tla ili onog što je ljudska ruka stvorila ima ime, važno za ono malo ploda što pruža ili samo služi kao orijentir, da se i rečima može dati obavest dokle si stigao, gde da se sretnete, u kom pravcu da goniš stoku, gde se ona sada nalazi ili se nalazila. Svaki san doseljenici u novom zavičaju uporno smeštaju tamo gde su pali čelom na zemlju i vrlo rano mukom i s mukom tekli tvr-

du koru hleba. Pripovedanjem se u snoviđenje ne dolazi. Više je to od profane nostalgije. A ovde su im rekli da se susedno *Zmajevo* najpre zvalo *Ker* (ili *Kiš Ker*), pa *Pašičevo* (znaju zašto i po kome). Staro hoće da „naški“ protumače, pa ispredu celu priču (koja je i zapisana u jednoj knjizi istoričara Ilije Petrovića): Novonaseljenici su se gubili u močvari obrasloj ševarom i gustom travom, pa im je jedini orijentir bio privezani *ker*. A verovatno je u osnovi motivacije mađarska reč koja znači „krug, okruglica“, slično, možda, motivacionoj bazi *Obedske bare* (prema *obvesti, obvoditi*, iz kojeg je izvedena reč i toponim (i geografski termin) *Obod*, kao i obod šešira na primer).

U durmitorskom kraju se sa pet-šest godina počne privređivati i ubrzo se, kako se prirasta, zbiljom življenja, a ne „pedagogije“, u potpunosti savlada i stočarska i kosačka i mlekarska i ratarska terminologija, i terminologija u vezi sa kućom i pokućstvom (a bilo je domaćinstava za koje smo govorili da se s trnom obrneš, ne bi imao šta zakačiti!), i one u vezi sa vunom, kožom, krećanom i japijom (drvenom građom za kuću i drugi majstorluk), i ona za poslove oko pčela... Imao je šta prof. Pejanović da zapisuje iz staroga kraja, zapisi su to po čuvenju, nastali sigurno u zadnji čas. Sudeći po nekim emisijama na crnogorskoj televiziji, đetići, rođeni i uzrastali u novim varošima, mogli bi iz ove knjige o sebi i svom zavičaju, nadomak tom istom gradu, iz ove knjige učiti.

Ali da se vratimo knjizi konkretnije. Autor pominje i smicanje koza, ali ne zna da je laknulo deci, glavnim čobanima-kozarima. Osim toga, mnoge porodice su se „najele mesa“ samo one godine kada su pod pretnjom vlasti smicane koze da sva Crna Gora ponovo bude pod visokom šumom i opravda ime koje nosi (pre nego što će postata još golija i promeniti ime u Montenegro).

Dozvoliću sebi jednu digresiju, kao pomalo surovu šalu, kojom nemam nameru da osporim, kao moralnu vrlinu, *poštovanje dostojanstva najamnika*, koji su tretirani kao ravnopravni članovi porodice, istaknuto u knjizi kao moralna vrlina. Često su to bivala iznajmljene mlađe osobe, nažalost najčešće deca. Čuo sam predanje u anegdodskoj formi, ne znam da li je zapisana. Porodica Aleksića (glasovita kao i Cerovići ili na primer Sočice u Pivi, za te prilike i dobrostojeća) okupila se za večerom. Izvadili meso na trpezu da se ladne, a ono se isparava. Za drugom trpezom promrzli najamnici, srču čorbu, koja ovde nema visoku cenu, i bečkaju na meso. A gazda će: „Jete Ralovići supe, imaće ko jes meso!“

Još ponešto o životu, kojeg se danas, naivno naravno, sećamo s nostalgijom.

Davala se, i tamo i ovamo, rekvizicija po „razrezu“, poneko je dopao i zatvora ili prošao udbašku proveru, išlo se dobrovoljno-obavezno na velike „državne radove“, bio „napredan“ ili „nazadan“, posebno ako nisi hteo u zadruhu (vredne porodice nisu htele da se udružuju s onima, kako su govorili, čiju čeljad, i kad nije svetac, sunce zatiče u krevetu), jer se drukčije nisu mogle dobiti tačkice da se kupi makar nekoliko metara tekstila (odeća od oštre vune ispleta ne može da se nosi na goljoj koži; mislim da su taj „postav“ zvali *porket*, i sad bih ga prepoznao pipanjem, bio je nekako „udrčen“, krut.) Deljena su i tamo *Trumanova jaja*, deci je i prvi i jedini zaslad bilo odnekud tamo „mudrom“ distribucijom vlasti upućeno mleko u prahu (a samo u mleku nismo oskudevali). Često se nije moglo doći ni do bilo kakvog žita ili brašna. (I danas osećam kako mi je krajičke dečjih žvala sekla kora od prohladenog kačamaka od kukuruznog brašna – valjda je tih godina do državnih magazina došao prvi hibrid, iz pomoći koju je, kažu, od Amerike izmolio Tempo – verovatno tamo namenjen za stočnu ishranu).

Da lično posvedočim ponešto i o opisivanim običajima, veri i verovanjima.

Sećam se da sam s ocem jednom ili dva puta na Badnji dan ujutro išao da sećemo badnjak (ceo voz iz šume, a ne sadašnji gradski – grančica-dve, uvezane crvenim koncem, kakav smo, nestašni kao sva deca, privezivali jednoj sirotoj starici na struzi ispred savardaka, a ona je mislila da neko na nju baca čini. Nekad su badnjak-voz uvlačili volovi na otvoreno ognjište i ako bi vo riknuo, nagovestio bi rodnu godinu (vo je bio simbol plodnosti). Otud izreka: *Nijesi mi riko na Božić*, u značenju – *Nisi me ničim debelo zadužio*). Ranio sam na Božić kao polaznik, na Lučindan s ocem išao na slavu, a na Nikoljdan smo dočekivali slavare, s najbogatijom „ikebanom“ od jela i pića, što se moglo daleko od puta i u siromaštini stvoriti. Za slavu uvek smo imali pravu domaću medovinu, čak i pravu kavu, ponekad čak i vina. Uvek se znalo da su najvažniji gosti, za decu šta ostane. S mukom se od usta odvajalo za taj dan, deci je bilo mesto ili u nekom ćošku ili u drugoj sobici, ako je druge sobe i bilo. Zamiranje običaja je počinjalo tako što su članovi Partije za taj dan izbivali iz kuće na „neodložni“ put u Kolašin ili u Ni(k)šić, da ne bi bili sudeonici ideološkog greha. A bivalo se i sve siromašnije, pa se i na gubljenju običaja (i sebe samoga) štedelo. Znam da je zato mnogima gubljenje običaja i dobrodošlo, kao izgovor, koliko god ih bolelo! Ipak, ostajali su živi tragovi straha od sve-moćnog i sveprisutnog Boga, i od greha. I najpravoverniji partijci zazivali su Boga, Svetoga Iliju, Ognjenu Mariju i Svetog Vasilija Ostroškog kad zatrešte

gromovi (nigde kao tamo žestoko ne grmi!), a na „propisani“ svetac čak ni „organizovani“ nisu radili nijedan ozbiljan posao, osim u mobi da pomognu sirotinji. Od ovoga običaja se odustalo kada su se počele graditi vikendice. Zapamtio sam u formi anegdote pedagošku pouku narodnog učitelja sa zalaska verujućih vremena. „Zašto Bog ne kažnjava one koji griješe, oni često i bolje prolaze?“ Odgovarao im je: „Nije Bog žandar, on sve radi polako!“ Praznoverje je bilo otpornije. Kad dođe neko sa strane, ne zna da se snađe od silnih zabrana, kao da su beskonačni spiskovi u stilu, i u formulaciji: *Valja se – ne valja se*. (Npr.: kako seći hleb i kako ga postavljati, posle zalaska Sunca ne davati vatru iz kuće, za pozajmljeni kvasac obavezno dati istu količinu varenike, ovce ne brojiti jednim prstom – smanjiće im se broj, jaja ne pronositi kroz ovce da ne obole od vimena, ne pronositi prazan sud kroz ovce, da ne izgube mleko („zapragnu“), ne valja pominjati vuka pred strugom za vreme muže ovaca (pominjanjem se divina zaziva), ne valja se udarati goveda oguljenim prutom da se ne ošogaju.. (Koreni praznoverja se lepo prepoznaju u Antonijevićevoj knjizi „Mitovi i verovanja balkanskih Vlaha stočara“).

Svadba i svatovi su uistinu bili za tamošnje oskudne prilike živopisni. Pravih svatova nije bilo bez konjâ. Sva događanja su imala „propisane“ postupke, do detalja. Npr. đeveri su, uz natezanje oko prepoznavanja, davali otкуп za mladu njenim sudrugama. Svatovi su pri kraju svadbe darivali nevestu (u novcu). To je bila *polijevna*, kao uzdarje nevesti, koja je prvo jutro svatovima sipala vodu da se umiju, verovatno trag pranja ruku od praiskonskog greha. Otuda iz Srema kod Vuka *polivaći peškir*, ali nema reči *polijevna*. Sahrane u Crnoj Gori su imale još strože urećene postupke, kao savršeno planirana režiji, do najsitnijeg detalja.

Pokriće za ovde izrečeno nalazim u autorizovanoj samodijagnozi (koju bih mogao pripisati i autoru ove knjige): *presađen i živi s uverenjem da se u vojvođansku sredinu sasvim solidno primio!* Ili tako mislimo? Ožiljaka bi se bez sumnje našlo, ali ih mi potisnemo (*zamozoljaju*, kako bi se u Crnoj Gori kazalo). Ali i za autora i za sebe imam još jednu pripomoć citiranjem Gastona Bašlara iz Pejanovićevog Predgovora:

„Kad nam se u novoj kući vrate uspomene na stare domove, mi odlazimo u zemlju nepokretnog Detinjstva, nepokretnog kao što je nepokretan Praiskon, i doživljavamo fiksacije sreće.“

Osećanje je to koje bi autor želeo da podeli s čitaocima. Mene je već pridobio.

Da zaključim: Knjiga prof. dr Radovana V. Pejanovića *Gorštaci i Vojvodina*, s podnaslovom *O kulturnom identitetu vojvođanskih kolonista iz durmi-*

torskog kraja, u izdanju uglednog izdavača „Akademske knjige“ iz Novog Sada, mnogo je više od traženja korena i avanture kroz detinjstvo i pamćenje predaka. Nju je mogao napisati autor retke intelektualne snage, radinosti i temeljnosti, jednako iskren zaljubljenik u durmitorski krš i u vojvođansku bačku ravnicu, odnosno u njihove ljude, istoriju, tradiciju i kulturu. Zato će ona biti čitana, u kućama zemljaka držana na počasnom mestu, od stručnjaka citirana, biće im i izvor i podsticaj za najraznovrsnija traganja. A ja sam je pred vama ocenjivao i, možda i više – dopisivao, s nadom da nisam oštetio autora.

Prof. dr Mato Pižurica

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.