

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

Godina XII
Broj 33
Podgorica
Mart 2019.
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 Hrvatina (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 Nedeljkić (Srbija), Radenko Šćekić (Crna Gora), Marko M. Đorđević (Srbija), Dejan Donev (Makedonija), Mirza Mahmutović (BiH), Goran Bulatović (Srbija), Ljiljana Bulatović (Srbija), Mirko Jakovljević (Crna Gora)

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

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

Tehnički urednik / Technical Editor: Milojko Pušica

Prevod / Translation: IVPE

Časopis *Medijski dijalozi* je neprofitnog karaktera

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, Цетинье 659.3/4

ISSN 1800-7074 = Medijski dijalozi (Podgorica)

COBISS.CG-ID 12734480

SADRŽAJ / CONTENTS

mr ŽELJKO RUTOVIĆ (Crna Gora) : Lažne vijesti - evolucija manipulacije ili posledica digitalizacije? <i>Fake News - Evolution of Manipulation or Consequences of Digitalization?</i>	7
IŠTVAN KAIĆ (Srbija) : Analiza: Negativno pozicioniranje medija prema inicijativi predsednika Republike Srbije o rešavanju kosovskog pitanja i unutrašnjem dijalogu (jun 2017 – oktobar 2018) <i>Analysis: Negative Media Positioning to Initiative by the President of the Re- public of Serbia About Resolving the Kosovo Issue and Internal Dialogue (Jun 2017 – Oktober 2018)</i>	29
dr MIODARKA TEPAVČEVIĆ Linguistic Specificities of Media Headline Discourse - in the Case of Montenegrin Newspapers <i>Jezičke osobenosti medijskog diskursa naslova– na primjeru crnogorskih novina</i>	65
dr STANIMIR ĐUKIĆ (Srbija), dr NENAD AVRAMOVIĆ (Srbija) : Mediji i medijski rat i ugrožavanje bezbednosti <i>Media and Media War and Endangering Safety</i>	81
dr SRĐAN VUKADINOVIĆ (Crna Gora) : Medijska pozornost kvaliteta života <i>Media Attention to Quality of Life</i>	
DARIA MARJANOVIĆ (Hrvatska) : Multijezični multimedijски sadržaji u hrvatskom javnom mediju HRT- studija slučaja: Međunarodni radijski kanal „Glas hrvatske“ u razdoblju 2013 – 2017 <i>Multilingual Multimedia Contents in Croatian Public Media HRT - Case Study: International Radio Channel „Voice of Croatia“ from 2013 to 2017</i>	107

mr DRAGAN MILANOVIĆ (Hrvatska) :	115
Uloga medijske pismenosti u spriječavanju negativnih medijskih utjecaja na djecu	
<i>Media Literacy Role in Prevention of Negative Media Influence on Children</i>	
	149
dr MIRKO JAKOVLJEVIĆ (Crna Gora) :	
Medijska pismenost u sistemu obrazovanja u Crnoj Gori	
<i>Media Literacy in the Education System in Montenegro</i>	157
mr MARIJANA ZEČEVIĆ (Crna Gora) :	
Komercijalizacija štampanih medija	
<i>Commercialization Of Printed Media</i>	165
mr ENITA ČUSTOVIĆ (BiH) :	
Interpersonalna komunikacijska kompetencija	
<i>Interpersonal Communication Competence</i>	173
MLADEN OBRENOVIĆ, MA (BiH) :	
Vijesti o migrantima u službi populizma i političke manipulacije	
<i>Media Reports about Migrants in the Service of Populism and Political Manipulation</i>	187
dr RADOVAN PEJANOVIĆ (Srbija) :	
Kreativna i preduzetnička (agro)ekonomija - značaj preduzetničkog obrazovanja	
<i>Creative and Entrepreneurial (Agro)economy - the Significance of Entrepreneurial Education</i>	207
dr ZORAN KOPRIVICA (Crna Gora) :	
Film „Između dana i noći“ Andra Martinovića – komparativno - imagološki ogled	
<i>Andro Martinovic's Film "Between Day and Night" – Comparative - Imagological Vision</i>	221
mr ĐENITA KUŠTRIC (BiH) :	
Analepsis hronologija - kako je razvoj tehnologije vodio budućoj prošlosti	
<i>Analepsis Chronology – how did Development of Technology Lead to the Future Past</i>	229

mr Hadži - MILOŠ GAČEVIĆ Istorijski primjeri dijaloga i tolerancije islamskih i hrišćanskih vladara <i>Historical Examples of Dialogue and Tolerance of Islamic Caliphas and Christian Kings</i>	241
MARIJA PUTICA (BiH) : Ergodički tekst – utjecaj tehnologije na književno stvaralaštvo <i>The Article in Ergodic - the Influence of Technology on Literary Creativity</i>	261
dr ZORAN KOPRIVICA (Crna Gora), mr JELENA MIŠELJIĆ (Crna Gora) : Dramaturški aspekt poetike Živka Nikolića - dokumentarni vs igrani filmovi <i>Dramaturgical Aspect of Zivko Nikolic' s Poetics - Documentary Vs Played Films</i>	275
dr DIJANA GUPTA (BiH) : Medijski diskurs u savremenom društvu <i>Media Discourse in a Modern Society</i>	311
Prikazi	
Časopis: MEDIJSKA KULTURA Prikazivač: ZORAN BOŠKOVIĆ Časopis „Medijska kultura“ - edicija Teorija medija	317
Časopis: FOKALIZATOR Prikazivač: VLADIMIR VOJINOVIĆ Fokalizator: Časopis namijenjen budućnosti	321
Autori: VESELIN DRAŠKOVIĆ, RADISLAV JOVOVIĆ, MIMO DRAŠKOVIĆ Prikazivač: ZORAN JOVOVIĆ Uloga paradigme znanja u kreiranju nove ekonomije	325

Autor: RADOVAN PEJANOVIĆ

Prikazivač: JELENA JEŠIĆ

Ogledi iz političke ekonomije - Ekonomija i politika u globalnom društvu

329

Autor: MIRKO JAKOVLJEVIĆ, RADENKO ŠČEKIĆ

Prikazivač: VUKAJLO MIŠO GLUŠČEVIĆ

Mediji i novinarstvo u praksi

335

Autor: VESELIN KONJEVIĆ

Prikazivač: MARIJAN PREMOVIĆ

Kazivanje Ahmed-bega Mušovića

337

Obavještenje o naučnom skupu XII crnogorski medijski dijalozi

241

Uputstvo autorima (*Notes for the contributors*)

343

LAŽNE VIJESTI - EVOLUCIJA MANIPULACIJE ILI POSLEDICA
DIGITALIZACIJE?

FAKE NEWS - EVOLUTION OF MANIPULATION OR CONSEQUENCES
OF DIGITALIZATION?

mr ŽELJKO RUTOVIĆ

direktor Direktorata za medije, Ministarstvo kulture Crne Gore

Apstrakt: *Prostor digitalne demokratije otvorio je neograničenu količinu govora i izražavanja. Posledično, time su se otvorili problemi krize istine, eskalacije lažnih vijesti i načina borbe sa ovim fenomenima, koji su doveli do slabljenja tradicionalne medijske uloge. Rad referira na kritičko preispitivanje uloge novomedijske industrije kao platforme promocije „hijerarhije istina“ manipulacija i lažnih vijesti. Takođe, lažne vijesti se problematizuju iz ugla postmoderne relativizacije vrednosnog koncepta istine kojom se komercijalizuje zarad političko-ekonomskog profita. Uticaj lažnih vijesti na političke izbore otvorio je pitanje globalne (ne)mogućnosti regulacije sadržaja na društvenim mrežama, jer sve postaju politika EU kojom se suzbijaju lažne vijesti na mreži kada sadržaj nije po sebi nezakonit. Konačno, lažne vijesti štete društvu time što ometaju demokratsku debatu.*

Ključne riječi: *Lažne vijesti, manipulacija, digitalizacija, novi mediji, (samo)regulacija, izbori, internet, demokratija*

Abstract: *The space of digital democracy has opened an unlimited amount of speech and expression. As a result, the problems of the crisis of truth, the escalation of fake news and the ways of struggle with these phenomena were opened up, which led to the weakening of the traditional media role. The paper refers to a critical review of the role of the new media industry as a platform for the promotion of the "hierarchy of truth" of manipulation and fake news. Also, fake news is problematized from the point of postmodern relativization of the*

value concept of truth which is commercialized for the sake of political and economic profit. The influence of fake news on political elections opened the issue of global (in)ability to regulate content on social networks because they all become an EU policy that counteracts false online news when content is inherently unlawful. Finally, fake news damages society by hindering a democratic debate.

Key words: *Fake News, Manipulation, Digitization, New Media, (Self) Regulation, Elections, Internet, Democracy*

1. Uvod

*„Pažnja, a ne informacija. To je ona sitnica koju treba zadobiti“
- Joseph S. Nye -*

Fabrikovanje lažnih vijesti u vidu propagande i drugih oblika manipulacije nezavisno od platforme sa koje se distribuiraju imaju dugu istoriju tokom koje se njen javni oblik transformisao i upodobljavo civilizacijskom razvoju. Po Merijan Vebsteru termin “lažne vijesti” – u upotrebi je još od posljednje decenije XIX vijeka. No, lažne vijesti su u vremenima iza nas bile skoro neprimjetne i zastupljene u malom broju medija, dok danas postistine, poluis-tine, alternativne istine, lažne vijesti i hibridni rat, čine sumarni postmedijski univerzum kojim se čovjek teško snalazi u čitanju medija kao proizvođača javnog znanja. Diseminacija lažnih vijesti je veća nego ikada, a brzina hiperprodukcije informacija svaku ispravku čini suvišnom. Savremena postmoderna civilizacija je period kada lažne vijesti, tako reći, vladaju medijskim prostora. Po ispitivanju javnog mnjenja Fondacije „Vodafone” (oktobar 2017.) mladi su najmanje jedanput nedjeljno suočeni sa lažnim vijestima i govorom mržnje. Kolinsonov rječnik je za 2017. izraz lažne vijesti proglasio za riječ godine uz opasku da je od 2016. godine upotreba tog termina porasla za 365%.

Pojava "lažnih vijesti" koje se šire sve dublje i brže od istinitih informacija snažno je generisana napretkom tehnologije, odnosno njihovom industrijskom proizvodnjom. Kako je to savremeni problem sa kojim se treba suočiti na javnoj sceni, zagovaraju se predlozi i načini, kojim će se (samo)regulisati ova oblast. Najveće posledice ovog fenomena odražavaju se na političku scenu, gdje se preko onlajn medija kao suplementa tradicionalnih kampanja može uticati na političko tržište svih zemalja. Lažne vijesti su posebno aktuelne i uspješne u izbornim kampanjama čemu doprinosi kratak vremenski peri-

od trajanja kampanje, a posebno su efikasne lažne vijesti koje su "puštene" nekoliko dana pred izbore. U „ratu četvrte generacije“ posredovanom digitalnim progresom, dezinformacije – lažne vijesti predstavljaju stratešku osovinu koja je po svom sadržaju globalnog karaktera. Kako su "lažne vijesti" posljedica razvoja informacionog društva, tako rješenja za ovaj problem nemaju ni najrazvijenije zemlje EU. Društvene medijske kompanije u strahu od kritike zbog cenzure čine sve da izbjegnu regulaciju. Dodatno, ovaj problem teško je riješiti zato što bi potencijalna regulacija pretpostavila kompromise između vjekovnih prihvaćenih vrijednosti slobode govora kao temeljnog ljudskog prava. Problem u potencijalnoj regulaciji predstavlja i definisanje lažnih vijesti, tj. kako prepoznati lažne vijesti.

Lažne vijesti po svom karakteru mogu biti namjenjene sakupljanju prihoda od oglašavanja „*Clickbait*“ putem trećih strana, one jesu i manipulativno izmišljeni sadržaj o pitanjima javnog značaja koja kao takva utiču na život građana, zatim tu su i dezinformacije usmjerene ka destabilizovanju rada demokratskih institucija kao i propagande finansirane od strane drugih država koje imaju za cilj uticaj na političke izbore.

2. Fenomenološki kontekst

Istorija propagande, manipulacija, dezinformacija i srodnih pojmova iz arsenala medijske industrije stara je koliko i sama profesija. Kazali bi i prije nastanka industrijske, serijske proizvodnje, ljudska komunikacija posredovana primitivnim oblicima prenosa nije bila imuna na razne oblike laži. Socio – istorijski, demokratski i ekonomski konteksti društva situirali su i problemske socio-posledične aspekte fenomena kojeg danas globalno definišemo lažnim vijestima. Ovim hoćemo reći, opet ništa novo, da je lažnih vijesti uvijek bilo i da će ih uvijek biti. No, koliko je njihova vidljivost i posledičnost bila alarmanantna, opet će referirati na pitanja moći, prevage interesa i posebno koga te lažne vijesti „pogađaju“. I opet zakonito bili bi na terenu nemoći. Fenomenološki kontekst prevashodno upućuje na kulturu istorije koju u problemskom duhu trebamo posmatrati kontinualnom, modifikovanom, ciljano upotrebljivom i u moći distribucije posledičnom. U tom duhu filozof Bernar – *Anri Levy* kazaće da „dekonstruktivizam“ postničeanaca, istorizacija „volje za istinom“ (*Mišel Fuko*) stavljanje istine „u navodnike“ (*Žak Derida*) odvajanje znaka od značenja (*Luj Alistar*), utapanje očiglednog u mijazme grafikona i tabela (*Klod Levi – Stros*) ili njegovo vezivanje u konopce Boremea (*Žak Lakan*), je „*dovelo do toga da smo izgubili kontakt sa jednostavnim tvrdim i neupitnim aspektima istine*“.

Razvodnjavanje, preoblikovanje, izmještanje, dezavuisanje istine i otpor objektivnosti iskustva kao datosti argumenta, u dobu postmoderne relativizacije, nužno je fabrikovanje informacija odvelo u „višeznačnost“ istina. Po principu dokazivosti iz sfere interesne, saznajne, čulne, manipulativne dopadljivosti inauguriše se javnost „istinitosti“ sa ekstremnim primjerima lažnih vijesti. Uvođenje u etar, javni dijalog, i u konačnom problem eskalacije političkog diskursa lažnih vijesti, samo potvrđuje prostor koji se preformulisao u nebitnosti istinitosti.

Dodatno, lažne vijesti nijesu samonikli javni proizvod, naprotiv, one su „prirodni“ informacioni poredak kulturološkog konteksta u kome se saznanost, činjenična datost zasnivana na iskustvu razuma poništava i transfigurira u lakše prijemčive zone sveopšte neupitanosti. Postulati empirijskog Kantovog mišljenja po kojima „ono što se slaže sa formalnim uslovima iskustva (prema opažanju i prema pojmovima) jeste moguće, odnosno da ono što stoji u vezi sa materijalnim uslovima iskustva jeste stvarno“ disolucirani su, odnosno filozofski nekoegzistentni sa kvazirealitetima u kojima „istinitost“ ne traži kritičko viđenje objektivnog – provjerenog saznanja. Lažne vijesti poništavaju realno i formiraju nerealno saznanje – iskustvo.

U inicijativi „Pakt o informisanju i demokratiji“ od strane dvadeset pet javnih ličnosti, među kojima je više dobitnika Nobelove nagrade, upućene šefovima više od 60 država i vlada, sa centralnom porukom „demokratskih garancija za informisanje i slobodu mišljenja“ u kontekstu globalizacije, digitalizacije i narušavanja javnog prostora, između ostalog se ukazuje na „masovno dezinformisanje na internetu“. Ovim hoćemo kazati da se demokratske zemlje u raznim izazovima kolokvija „kriza demokratije“ nesumnjivo suočavaju sa fenomenima tehnoloških izazova u kojima vidno mjesto zauzima širenje dezinformacija. Očito je da multinacionalne tehnološke kompanije podstiču posredstvom (ne)skrivenih oblika dezinformisanja i hibridnih oblika ratovanja razne oblike političke i društvene polarizovanosti. Na bazi jasnih iskustava i dubine problema ovog fenomena ljudima je sve teže donositi racionalne odluke. Priznanje Fejsbuka da je 126 miliona Amerikanaca tokom izborne kampanje 2016. moglo da vidi lažne informacije, bjelodano govori o vrsti i karakteru problema. Svakako da je fundament ljudskih prava-slobodna volja, nagrižena, bolje reći ugrožena pod dejstvom kako lažnih informacija tako i dejstvom novotehnoloških algoritama, gdje „tehnologije zamagljuju komotnu razliku između otvorenih i zatvorenih društava“, kazaće Mark Leonard, (2017) direktor Evropskog savjeta za spoljne odnose.

Lažne vijesti (fake news) definišu se kao oblik propagande i žute štampe, nastale korištenjem namjernih dezinformacija plasiranih u javnost putem novina ili društvenih mreža. Najčešće se objavljuju u svrhu dezinformisanja i zastrašivanja javnosti ili jednostavnog privlačenja pažnje tj. senzacionalizma, a praksa pokazuje da vijesti koje sadrže lažne skandale privlače više korisnika nego istinite informacije. Novitet u ovom području predstavljaju pojedinci koji lažne vijesti namjerno šire, ali ne iz političkih uvjerenja već isključivo radi zarade. U kontekstu ovog panela treba kazati da lažne vijesti ne mogu biti nečiji komentari, iznošenje vrijednosnih stavova – lažna vijest je kada neko svjesno i namjerno, znajući šta je istina, objavi lažan podatak kako bi manipulirao javnošću. Takođe, lažne vijesti ne uključuju manju novinarsku grešku ili djelimično izostavljanje činjenica. Istorija ovog fenomena govori da je Harper's Magazine 1925. godine objavio članak o opasnosti od „lažnih vijesti“. Kažimo i to da su npr. za proteklih par decenija, gotovo svi ratovi od zalivskih, preko rata na prostoru bivše SFRJ, Iraka, Libije, bili poprište proliferacije laži i manipulisanja informacijama.

Lažne vijesti su podijeljene na nekoliko „nivoa“:

- lažna vijest može biti obična dezinformacija koja, sama po sebi, nije istinita ali nije ni štetna;
- postoje lažne vijesti koje manipulišu i čine ciljanu štetu;
- i one koje nijesu lažne ali čine štetu, jer se radi o privatnim materijalima koji su „pušteni“ u javnost bez dopuštenja aktera.

U dobu postistine, postmedija, alternativnih činjenica, blijede i krhke samoregulacije, građanskog novinarstva, „*lažne vijesti*“ su se našle na svom terenu na kojem žele kapitalizovati moć manipulacije. Sinergetski faktori koji izmještaju osovinu medija iz njenog prirodnog tradicionalnog ležišta, zakonito su i u vertikali i horizontali razodjenuli manipulativnu zonu velike moći koja se u krajnjoj instanci titulira lažnom viješću.

Digitalna povezanost predstavlja glavni razlog zbog kojeg su lažne vijesti postale veliki problem. Prema podacima jednog istraživanja laž na Tvi-teru imala je 70% više šansi da bude pregledana nego informacija koja je istina. Sloboda govora je zagarantovana svima, a razvoj interneta je donio nove širine. Mogućnost komentaranja i analize ima svako bez obzira na nivo medijske pismenosti. Tako su društvene mreže predstavljane kao „motor demokratije“ pokazale svoje naličje jer su postale prostor za širenje govora mržnje i lažnih vijesti, a posle američkih izbora (2016.) i platforme za podrivanje de-

mokratije. Tako se njemačka ekstremna desnica hvali da je pomoću *Fejsbuka* konačno ušla u parlament na poslednjim izborima. Studija o demonstracijama u Njemačkoj (2018) otkrila je da je *YouTubeeov* algoritam sistematično usmjeravao korisnike prema ekstremističkom sadržaju, jer se na taj način dobijalo najviše klikova te sljedstveno tome i dobiti.

Lažne vijesti su posebno dospjele u centar pažnje tokom poslednje predsjedničke kampanje u SAD-u (2016), kada je grupa Makedonaca iskoristila lažne vijesti za zaradu. Naime, iz grada Velesa pokrenuto je više od 140 sajtova koji se bave američkom politikom. Nazivi portala imali su američki prizvuk npr. "WorldPoliticus.com", "TrumpVision365.com", "DonaldTrum news.com", "USADailyPolitics.com" i slični. Svakodnevno su proizvodili agresivan protrampovski i sadržaj sa naslovom koji privlači pažnju (istinitost nije uslov) i objavljivali ih na društvenim mrežama. Što je naslov primamljiviji, tekst je primjećeniji, više se dijeli, veća je interakcija sadržaja s korisnicima, ima više komentara, a samim tim na njihove račune sliva se više novca. Ovi sajtovi, zahvaljujući (dez)informacijama, otvaraju ogromnu priliku za zaradu. Njihov interes da šire dezinformacije je prvenstveno ekonomski, jer im nepoštovanje pravila profesije omogućava da svojoj publici nude 'zapaljive' naslove i obećavaju informacije koje 'niko drugi nema' - a nema ih jer su ili potpuno izmišljene, ili do te mjere neprovjerene da ih nijedan kredibilan medij ne bi objavio.

U susret predsjedničkim izborima u SAD 2016. Agencija za internet istraživanja iz Sankt Peterburga – Rusija, potrošila je više od godinu dana na otvaranju desetina naloga na društvenim mrežama prurušavajući ih u lokalne američke novinske agencije. Izvještaji su nekada favorizovali određenog kandidata ali su često stvarali utiske haosa i odbojnosti prema demokratiji na način kako bi smanjili izlaznost birača. Odašiljane su poruke koje produbljuju najosjetljivije podjele američkog društva. Podsticani su LGBT aktivisti, rasisti, ali i progresivci različitih orijentacija. U cilju podsticanja sukoba plaćani su oglasi za obje strane. Tako je tim povodom „u zajedničkom izvještaju CIA, FBI-ja i NSA stajalo da je ruska vojna obaveštajna služba GRU kreirala Fejsbuk nalog Guccifer 2.0 navodno nezavisnog hakera iz Rumunije i stranicu DCLeaks na kojima su objavljeni hakovani dokumenti demokrata" (Trikoš.Đ.2017/62). U ovom kontekstu osnivač Fejsbuka Mark Zukerberg će za SI-EN-EN kazati da su Rusi vjerovatno uspjeli da naprave pometnju na mreži plasiranjem lažnih vijesti tokom izbora u SAD 2016. Takođe, on će priznati da 2016. godine Fejsbuk „nije bio spreman za koordinisane informacione operacije s kojima se redovno susrećemo". Na

osnovu tog iskustva tokom izbora u Francuskoj nekoliko mjeseci kasnije Fejsbuk je aktivirao nove alate i sofisticirane sisteme zasnovane na vještačkoj inteligenciji u namjeri da se pronađu lažne vijesti, odnosno spriječi miješanje niskokvalitetnih sajtova u izbore putem njihovog servisa. „*Rusi su napravili pometnju... Natjerali su ljude da zauzmu stranu, a taktika je bila da se zajednica podijeli... imali smo grupu ljudi koja je bila protiv migranata i drugu koja je bila za. Te grupe su se onda našle na udaru lažnih vijesti i botova*“, rekao je Zuckerberg.

„*Za ruske zvaničnike glavni cilj je nepovjerenje javnosti prema njihovoj političkoj eliti i medijima kako bi zaustavili donošenje odluka*“ kaže Žilijen Noseti, istraživač na Francuskom institutu za međunarodne odnose. (The New York Times / internacional report 2018 (Nedeljnik BG, str.6)

Sljedeći podaci, a u predmetnom referatu lažnih vijesti, potvrđuju koliko digitalna povezanost mijenja živote ljudi, način informisanja i kulturu komunikacije širom svijeta:

- Više od polovine ljudi na svijetu (50,5%) koristi internet;
- Skoro dvije trećine ljudi na svijetu (66%) koristi mobilni telefon;
- Od ukupnog broja ljudi na svijetu koji koriste mobilni telefon, više od polovine (55%) koristi „pametni“ telefon;
- Polovina ukupnog saobraćaja na webu (50%) dolazi sa mobilnih telefona;
- Više od polovine svih mobilnih veza na svijetu su „širokopojasne“ (broadband);
- Više od trećine ljudi na svijetu (37%) koristi društvene medije;
- Više od trećine ljudi na svijetu (34%) koristi društvene medije na mobilnom telefonu;
- 80% vremena provedenog na društvenim medijima je preko mobilnog telefona;
- Svaki peti stanovnik Zemlje (22%) kupuje nešto preko interneta.

U cilju edukacije, medijske pismenosti i preveniranja posljedica lažnih vijesti njemački stručnjak za lažne vijesti *Aleksander Zengerlaub* poručuje: „*Kad koristite medije otvorite četvore oči! Da li informacije stižu iz ozbiljnog izvora? Mogu li da vjerujem tom mediju?*“ Veliki podaci i vještačka inteligencija omogućavaju ciljanu informaciju na mikro nivou, tako da se informacija koju će ljudi dobiti ograničava „filter balonom sličnih korisnika“, kazaće Joseph S.Nye (Project Syndicate,2018). Kao primjer (s)uočavanja sa posledicama lažnih vijesti na američkom univerzitetu Kolumbija 2018. otvoren je zanimljiv novinski štand

na kojem se mogu kupiti novine koje sadrže samo i isključivo lažne vijesti. Novine sadrže lažne vijesti koje su zaista i bile objavljivane kao prave. Cilj ovog čina odnosi se na upozorenje javnosti na veliki broj pokušaja plasiranja takvih vijesti, kao i da pokaže ljudima kako da ih prepoznaju. Tako neke od naslovnih strana donose priče o bivšoj državnoj sekretarki SAD *Hilari Clinton*, koja je navodno naredila FBI da dostavi uran Rusima, kao i priču o dječjem vrtiću u kojem su organizovane borbe djece. Takve „vijesti“ bile su među najčitanijim u svijetu.

Kao jedan od primjera lažnog novinarstva govori i slučaj njemačkog novinara *Klasa Relocijusa*, čija npr. reportaža iz Sarajeva iz aprila 2012. pod naslovom „Rat u glavi“ sadrži fiktivne djelove, po kojima je ovaj novinar posjetio sastanak traumatizovanih ratnih veterana koji su se u Sarajevu našli 20 godina poslije rata. U svom izmišljenom tekstu Relocijus citira hrvatskog veterana Dušana Novakovića koji je navodno kazao da su vojnici na Kosovu igrali fudbal sa razbijenim lobanjama. „Nekima nedostaje ruka, drugima stopalo ili cijela noga“ opisuje Relocijus šta su pričali navodni učesnici konferencije.

Razmišljajući o modelima strateških ideja borbe protiv lažnih vijesti *Bernar-Anri Levy*, između ostalog predložiće stvaranje „dvorane srama“ u kojoj bi se u partnerstvu sa 50, 100 ili 200 najvećih listova svijeta u realnom vremenu pratio spisak najopasnijih lažnih vijesti... „Posjetioci veba mogli bi da predlože dokument, video ili drugi materijal čija snaga istine ili satire omogućava neutrallizovanje najštetnije lažne vijesti“, kazaće Levi i o ideji konkursa po modelu onih koje su organizovale akademije u Francuskoj u 18.vijeku, po kojem bi pobjednik dobio finansije za realizaciju predloženog radu.

3. Lažne vijesti protiv medija?

Pogledajmo fenomen lažnih vijesti i sa druge strane, što bi bilo prirodno i normalno posmatrati stvari u opozitu. Da li se fenomen i izraz „lažne vijesti“ i legitimnost najširih rasprava možda sada koristi, namjerno i više, kao alat za napad na medijske kritičare. Da li se npr. u zemljama u kojima je sloboda štampe ograničena ili ugrožena, lažne vijesti koriste kao opravdanje za napad na medije. Da li sumarno takav izgovor za napad podriva demokratske institucije jačanjem populizma i autoritarizma.

Pitajmo se da li se takođe npr. proizvodnjom „pozitivnih“ lažnih vijesti inspiriše patriotizam za domaću upotrebu. Tako je ova tema stigla i do samih centara moći EU. Predsjednik Evropske komisije Žan-Klon Juncker nakon samita, decembra 2018., šefova država i Vlada zemalja EU, kazaće: „*Ja sam u*

Evropskom savjetu jasno stavio do znanja da su pojedini premijeri, koji u njemu sjede, i sami izvor lažnih vijesti". Kazaće on „Kada gospodin Orban kaže da sam ja odgovoran za brexit, i kriv, onda je to lažna vijest. Kada kaže da su migranti odgovorni za brexit, onda je i to lažna vijest” (Braj, Tomas. Deutsche Welle, decembar 2018).

Kazali bi ne bez razloga da se fenomen lažnih vijesti kod dijela političke elite (i ne samo) umjesto smjera pravca rješenja, dodatno usmjerava, u pravcu problema. S jedne strane političko – medijske klijentelističke formacije (ne)skrivano će indukovati proizvodnju *lažnih vijesti* kao napadačko – odbrambenog mehanizma tekuće stvarnosti, tekuće politike. Opet, od smjera gledanja, ovaj fenomen će se nekritički, kontraargumentu povlačiti po potrebi u konfliktu visokog napona, politika – društvo – mediji. Ova disproporcija, javnog, političkog i korporativnog interesa od posebnog upozorenja i dodatnog problema je vidljiva u karakterologiji tranzicionih društava mladih demokracija, u kojima su institucionalni mehanizmi, kritički percepti, odgovornost prema javnosti pod latentnim udarom populizma, iracionalizma crno – bijelih tehnika pretpolitičkog areala.

I prije ekspanzije globalnog „doživljaja” lažnih vijesti, vodile su se sa nesmanjenom žestinom debate o ulozi i odnosu politike i medija. Dodatno, sa novim obolom, novim hukom i novim promatranjem zakonske regulacije paradigma napetosti izdiže se na novi, problematičniji nivo.

Negdje realna osnova, a negdje poštapalica, tek sintagma *lažne vijesti* kao moneta iznjedrena iz novotehnološkog svijeta postaje okvir u kom je moguće smjestiti različite nivoe, potrebe, sumnje, (ne)opravdane namjere promatranja djelatnog smjera rješenja ovog pitanja – problema. No, ima li zaista realnog i svrsi djelotvornog rješenja? Kazasmo u tekstu da istorija ovog pitanja nije nova – nove su samo tehnike, pomagala, alati... Suštastvo, pa ma šta god, i pod bilo šta se podvodilo, ostaje isto. Tu istost i nije potrebno detaljnije elaborirati.

4. Regulacija lažnih vijesti? (izazovi i komparacije)

4.1 Izvori regulacije na temu lažnih vijesti

Rezolucija Evropskog parlamenta 15 jun 2017. Internetske platforme i jedinstveno digitalno tržište(2016/2276(INI)) poziva Komisiju da detaljno analizira trenutnu situaciju i zakonski okvir i da utvrdi mogućnost zakonodavne intervencije da ograniči diseminaciju i širenje lažnih vijesti. Izvodi iz Rezolucije:

33. podstiče internetske platforme da postrože mjere za borbu protiv nezakonitog i štetnog sadržaja; pozdravlja stalan rad na Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama te namjeru Komisije da predloži mjere kako bi se zaštitili maloljetnici i uklonio sadržaj povezan s govorom mržnje na platformama za razmjenu videosadržaja; napominje da ne postoje reference za sadržaj povezan s poticanjem terorizma; poziva da se posebna pozornost posveti borbi protiv vršnjačkog nasilja i nasilja nad ranjivim osobama;

34. smatra da bi pravila o odgovornosti internetskih platformi trebala dopuštati svrsishodno rješavanje problema povezanih s nezakonitim sadržajem i robom tako što će na primjer provoditi dubinsku analizu, no istovremeno zadržati uravnotežen pristup kojim se potiču inovacije; potiče Komisiju da definiše i dodatno pojasni postupke prijavljivanja i uklanjanja sadržaja i da pruži vodstvo o dobrovoljnim mjerama usmjerenima na uklanjanje takvog sadržaja;

35. naglašava da je važno poduzeti mjere protiv širenja lažnih vijesti; poziva internetske platforme da korisnicima pruže alate za prokazivanje lažnih vijesti i to na taj način da drugi korisnici mogu biti obaviješteni o sadržaju sporne vjerodostojnosti; istodobno ističe da je sloboda razmjene mišljenja od temeljne važnosti za demokraciju i da se pravo na privatnost odnosi i na sferu društvenih medija; ističe važnost slobode medija u pogledu pružanja provjerenih informacija građanima;

36. poziva Komisiju da temeljito analizira trenutno stanje i pravni okvir u pogledu lažnih vijesti te da ispita mogućnost zakonodavne intervencije u cilju ograničavanja distribucije i širenja lažnog sadržaja;

37. ističe da se internetske platforme trebaju regulatornim mjerama nadopunjenima učinkovitim mjerama samoregulacije (kao što su jasni uvjeti korištenja i odgovarajući mehanizmi za identificiranje recidivista ili donošenje posebnih pravila za upravljanje sadržajem i praćenje opasnih proizvoda) boriti protiv ilegalne robe i nepoštenih praksi (kao što je preprodaja koncertnih karata po pretjerano visokim cijenama);”

4.2 Evropska komisija

Za dio globalne političke elite regulacija lažnih vijesti postaje pitanje i hitnosti i važnosti. S druge strane treba podvući da u ovom trenutku ni jedna međunarodna organizacija – institucija koja se bavi slobodom izražavanja nema odgovor na ovo pitanje. Idemo korak dalje, kako to izgleda u praksi – u slučaju da je lažna vijest objavljena na društvenim mrežama (npr. Facebook)

nacionalna država ne može napraviti praktično ništa kako bi spriječila širenje dezinformisanja, govora mržnje ili diskreditacije pojedinaca i grupa. No, treba kazati da previše tvrde ili nedosljedne svrsi u demokratskom društvu, posljedice regulacije po slobodu izražavanja biće negativne i kontraproduktivne. Donošenje zakona i potencijalna regulacija *lažnih vijesti*, po ocjenama analitičara, sa sobom povlači i niz drugih pitanja i problema kao npr. ko će odlučivati koje vijesti su lažne, srazmjeru štete i odgovornosti, ali i pitanje da li je regulacija prostor za snaženje ili slabljenje slobode izražavanje? Prilikom regulacije lažnih vijesti, mora se voditi računa o potrebi da se zaštiti sloboda govora i povjerenje ljudi. Veliku ulogu na ovom polju ima i medijska pismenost i kvalitetno novinarstvo kao alati za rješavanje širenja lažnih vijesti na mreži.

Evropska komisija koja u Rusiji vidi glavni izvor dezinformacija zbog zabrinutosti da bi lažne informacije mogle uticati na izbore u članicama Unije formirala je radnu grupu *East Stratcom* sa ciljem da identifikuje, analizira, izloži i predloži način za rješavanje ovog problema. Tim od 39 stručnjaka treba da ustanovi koliki je problem, ko treba da se bori protiv lažnih vijesti i na koji način.

Komisija podržava proces koji obuhvata više strana: platforme, medije, istraživačke organizacije i organizacije civilnog društva – kako bi pronašli odgovarajuća rješenja u skladu sa osnovnim načelima, koja bi se koherentno primjenjivala širom EU. Komisija je početkom decembra 2018. godine predložila Akcioni plan za medije (dezinformacije) i mehanizme za samoregulaciju kako bi se riješilo širenje i smanjio uticaj dezinformacija u Evropi, ali i kako bi se osigurala zaštita evropskih vrijednosti i demokratskog sistema. Komisija razmatra izazove koje stvaraju online platforme na planu demokratije i to u pogledu širenja lažnih informacija, uz razmišljanja o tome šta bi bilo potrebno na nivou EU kako bi se zaštitili građani. Na djelu je „*pravi izazov za naše demokratske sisteme*“ upozoriće šefovi država i vlada zemalja EU na posljednjem samitu 2018. u Briselu.

Između ostalog, u Akcionom planu se navodi, da nakon hemijskog napada u Salzburiju i zaključaka Evropskog Savjeta na tu temu (zaključci od 22. marta 2018. g. kojima su Komisija i Visoka predstavnica za spoljnu politiku zaduženi za rad na Strategiji kojom će se jačati otpornost u odnosu na hibridne prijetnje) u decembru 2018. godine prezentovani su konkretni predlozi za koordinisani odgovor na izazove koji se odnose na medije. Kampanje koje podrazumijevaju dezinformisanje, naročito sprovedene od strane trećih zema-

lja, često predstavljaju dio hibridnog rata, te uključuju mjere poput sajber napada i napada na internet mreže u različitim zemljama.

Obzirom na činjenicu da su u prethodnom periodu dezinformacije (produkovane i širene od strane Ruske federacije ili finansirane njenim sredstvima) primijećene u kontekstu više izbornih kampanji i referenduma u EU, Evropska Komisija je u susret ovogodišnjim izborima za Evropski parlament i izborima koji će biti održani na tlu EU tokom 2019 i 2020. godine (više od 50 izbornih procesa će biti održano tokom ove dvije godine u zemljama EU) donijela zaključke kojima su usvojene preporuke koje između ostalog podrazumijevaju uvođenje sankcija, za npr. slučajeve nelegalne upotrebe ličnih podataka sa ciljem uticaja na ishod izbora.

Akcioni plan EU odgovara na poziv Evropskog Savjeta da se uspostave mjere kojima bi se zaštitio demokratski sistem Unije, odnosno borilo protiv dezinformacija, naročito u svjetlu izbora za Evropski parlament(2019), takođe njime su objedinjeni inputi dobijeni od strane zemalja članica EU, kako kroz diskusije na Savjetima EU, komitetima stalnih predstavnika, sastancima relevantnih radnih grupa odnosno nivou političkih direktora Ministarstava vanjskih poslova zemalja članica.

Predloženi Akcioni plan EU koji se odnosi na borbu protiv dezinformacija ima tri osnovna pravca:

1. Promociju Evropske politike prema istočnom susjedstvu,
2. Jačanje medijskog okruženja u istočnom okruženju ali i svim zemljama članicama, i podrazumijevaće podršku za medijske slobode i jačanje nezavisnosti medija,
3. Jačanje kapaciteta Unije da predvidi, adresira i odgovori na aktivnosti iz domena dezinformacija. U tom cilju, u okviru EEAS(Evropska služba za spoljne poslove) ustanovljena je strateška komunikaciona grupa(Strategic Communication Task Force), sastavljena od eksperata sa relevantnim jezičkim i drugim sposobnostima da odgovore na postavljene izazove. Obzirom na djelovanje trećih strana i širenje dezinformacija na teritoriji van EU, u okviru Komunikacione grupe naknadno su formirane dvije dodatne grupe – za Zapadni Balkan i grupa „Jug“ zadužena za zemlje Bliskog Istoka, Sjeverne Afrike odnosno Golfskog zaliva.

Akcioni plan EU podrazumijeva kako kratkoročno tako i dugoročno djelovanje. Kratkoročno, u susret evropskim izborima, očekuje dupliranje

budžeta za ove potrebe kao i povećanje broja zaposlenih, dok se srednjoročno gledano očekuje širenje i jačanje pozicija kako u EU *Hybrid Fusion Cell* (koja u zadatku ima prikupljanje informacija i obavještajnih podataka iz država članica) tako i u okruženju.

Plan EU u ovom kontekstu podrazumijeva četiri stuba, a u okviru svakog od njih predviđene su specifične aktivnosti sa ciljem ispunjenja zadataka:

4.2.1. Jačanje administrativnih kapaciteta Unije

- u susret izborima 2019.godine administrativno jačanje strateške komunikacione grupe, osobljem osposobljenim da primijeti, analizira i raščlani dezinformaciju.

- analiziranje mandata strateške komunikacione grupe za Zapadni Blakan i Jug, sa ciljem da se osposobe za djelovanje protiv dezinformacija u ovim regionima.

4.2.2 Zajednički odgovor na dezinformacije

- od posebnog značaja je uspostavljanje Sistema za rano upozorenje (*Rapid Alert System*) koji će biti usko vezan za postojeće 24/7 EU sposobnosti kao što su Koordinacioni centar za hitne intervencije (*Emergency Response Coordination Centre*) (radi se o mehanizmu za civilnu zaštitu i koordinirano pružanje pomoći zemljama pogođenim katastrofama, kroz slanje pomoći, ekspertize, timove za civilnu zaštitu i specijalizovanu opremu. Centar osigurava brzo raspoređivanje hitne pomoći i djeluje kao povezujuća tačka država članica, zemlje u potrebi i humanitarnih stručnjaka. Centar radi 24/7 i može pružiti pomoć bilo kojoj zemlji u ili van Evropske Unije, na zahtjev nacionalnih vlasti ili tijela UN-a) i Situaciona soba EEAS (Situaciona soba EEAS-a je prva kontakt tačka EU do koje stižu informacije o mogućim kriznim situacijama. Radi se o stalnom tijelu koje prikuplja i pravi izvještaje na osnovu informacija dobijenih od strane EU delegacije, država članica EU, operacija i Misija EU, timova EUSR, te međunarodnih organizacija) obzirom da su prvi sati po „otpuštanju“ dezinformacije ključni za odgovor na istu.

4.2.3 Mobilizacija privatnog sektora u cilju borbe protiv dezinformacija, kroz implementaciju aktivnosti i procedura prepoznatih u Kodeksu ponašanja (koji je potpisan 16. oktobra 2018. godine i kojim se zemlje potpisnice obavezuju da će se pridržavati najboljih praksi vezanih za dezinformisanje. Potpisnici uključuju online platforme (Facebook, Google, Youtube, Twitter), pružaoce softvera

(Mozilla), oglašivače, kao i veliki broj privrednih subjekata koji predstavljaju online platforme. Kodeks prakse ima za cilj da se stvori transparentniji, pouzdaniji i odgovorniji online "ekosistem", zaštite korisnika od dezinformacija. Konkretno, očekuje se da velike online platforme budu u mogućnosti da prepoznaju i osiguraju nadzor reklama političkog karaktera, na osnovu identiteta sponzora reklama, kao i da blokiraju djelovanje lažnih naloga na svojim serverima, odnosno identifikuju internet botove i označe ih u skladu sa tim.

4.2.4 Podizanje svijesti i jačanje društvene otpornosti na dezinformacije od ključnog je značaja za jačanje otpornosti društva na dezinformacije. Aktivnosti u tom smislu predviđene su predlogom *Horizon Evropa* programa. Akcionim planom predviđene su kampanje za javnost, te treninzi za medije i kreatore javnog mnjenja u EU i susjedstvu, sa ciljem da se podigne svijest o značaju i negativnim konsekvencama dezinformacija, te podsticanje prekogranične saradnje medija.

4.3 Njemačka

U Njemačkoj se od početka 2018. godine primjenjuje *Zakonu o jačanju sprovođenja zakona o društvenim mrežama (The Network Enforcement Act – Netz DG)* koji internetske kompanije obavezuje da brže i sistematičnije brišu poruke mržnje i lažne vijesti sa interneta. Ovim zakonom se se utvrđuje već postojeća obaveza brisanja poruka mržnje i lažnih vijesti sa internet. Sporazum nalaže društvenim medijima da brzo reaguju na način što će sadržaj biti uklonjen u roku od 24 sata, a u "složanim slučajevima" u roku od nedjelju dana a u protivnom slijede kazne u visini do 50 miliona eura. Visoke kazne opravdane su činjenicom da internetske kompanije dosad nijesu same bile aktivne u brisanju spornih sadržaja. Zakon je takođe definisao da su korisnici društvenih mreža odgovorni u slučaju zloupotrebe svojih stranica kada je u pitanju zločin iz mržnje ili kažnjive lažne vijesti. Ove kompanije se moraju organizovati sa posebnim naglaskom na sistem prigovora, kako bi isti omogućili brzo uklanjanje očigledno kaznenog sadržaja. Njemačko ministarstvo pravde objavilo je na svojoj internet stranici formulare putem kojih građani mogu prijaviti sadržaj koji nije dopušten zakonom ili koji nije uklonjen na vrijeme. Facebook je u Njemačkoj zaposlio više stotina ljudi koji obrađuju izvještaje o sadržaju koji nije u skladu sa zakonom i koji će pratiti objave korisnika. Ovaj zakon je izazvao brojne komentare jer neki smatraju da bi mogao dovesti do nenamjerne cenzure i ograničavanja slobode govora. Ovo je, ujedno, i najekstremniji prim-

jer nastojanja vlada i regulatora da "obuzdaju" društvene medije u pogledu govora mržnje. (izvor: N1, vecernji.hr).

4.4 Francuska

Francuska nastoji da razvije pravni sistem kako bi zaštitila demokratski život od lažnih vijesti na internetu. Naime, na zahtjev predsjednika Emanuela Makrona njegova skupštinska većina usvojila je paket zakona protiv ciljanog širenja lažnih informacija tokom predizbornog perioda. Upitan za mišljenje u povodu regulacije ove materije posredstvom Zakona o dezinformisanju Državni savjet 19. aprila 2018. godine će kazati da „*francusko zakonodavstvo već sadrži nekoliko odredaba u biti namijenjenih borbi protiv širenja lažnih informacija*“. Naime riječ je ponajprije o zakonu kojim je 29. jula 1881. godine uređena sloboda štampe a koji dopušta suzbijanje širenja lažnih vijesti, klevetanja i vrijeđanja. Skupštinski predlog po kojem će sudija u roku od 48 sati tražiti da se „*zaustavi vještačko masovno širenje podataka koji predstavljaju lažnu informaciju*“, Državni savjet smatra da ih je „*teško zakonski kvalifikovati, posebno imajući u vidu da sudija mora da reaguje u veoma kratkom roku*“. Makronova uredba propisuje – učvršćuje nužnost „*dužne saradnje*“ sa tijelima koja uređuju internet servis provajdere, veb – hostove, budući da na sve „*lažne informacije*“ primjenjuje ograničenje koje bi u startu trebalo da spriječi „*apologiju zločina protiv čovječnosti, podsticanje mržnje i širenja pornografije*“. U ovom kontekstu Makron ističe da će „*platforme imati obavezu veće transparentnosti svih plaćenih sadržaja, kako bi se otkrio identitet naručitelja i onih koji ih kontrolišu*“. Francuski Senat razmatra uvođenje internet ombudsmana čija aktivnost ne bila isključivo ograničena na pitanje lažnih vijesti.

Novinari i opozicija žestoko su protestovali protiv ovih zakona, strahujući da se radi o „*cenzuri*“ i „*zabrani slobode mišljenja*“. Najavljeno je i povećanje ovlašćenja regulatornih tijela kako bi se borili protiv pokušaja da televizije pod kontrolom ili uticajem stranih država pokrenu destabilizaciju. Na primjer, hiljade internih dokumenata iz Makronove kampanje objavljeno je na društvenim mrežama, što je nazvano pokušajem destabilizovanja demokracije kao što se dogodilo u Sjedinjenim Državama tokom posljednje predsjedničke kampanje. (izvor: slobodnaevropa.org).

4.5 Velika Britanija

Velika Britanija donijela je odluku da će uspostaviti jedinicu kojom će pojačati borbu protiv "lažnih vijesti" i tako pokušati da spriječi dezinformati-

vne kampanje drugih država. Vlada će odgovoriti jačom i boljom upotrebom komunikacija nacionalne sigurnosti kako bi se borila protiv tih međupovezanih kompleksnih izazova I u tom cilju pojačaće postojeću komunikacionu jedinicu nacionalne sigurnosti. Zadatak jedinice u borbi protiv dezinformacija biće sistematičnije zaustavljanje neprijatelja i pomoć u ispunjavanju prioritetne državne sigurnosti (*izvor: Al Jazeera Balkan*).

4.6 Češka

Češka je otvorila centar za borbu protiv lažnih vijesti i dezinformacija na internetu CTHH. Ovaj centar zapošljava oko 30 lica čiji je posao da indentifikuju lažne vijesti i da se bore protiv propagande stranih vlada. Tokom probnog rada, centar je identifikovao i označio lažnim tadašnje izvještaje o terorističkom napadu u Pragu, a koji su došli nakon napada kamionom na božićni sajam u Berlinu u decembru 2017. godine (*izvor: N1, slobodnaevropa.org*).

4.7 Brazil

Brazilski zvaničnici su odlučni da spriječe svaki organizovani pokušaj namjernog zavođenja birača, ističući da pravo na slobodu ne može da se sprovodi po cijenu nelegalnog ishoda izbora. Ponekad se pretjerana briga o slobodi izražavanja završi sa ugrožavanjem važnijeg principa – demokratskog principa. Naloženo je da se formira *jedinica koja će se boriti protiv lažnih vijesti*.

Pravosudni zvaničnici su objasnili da bi ova jedinica trebala da konsultuje i pregovara sa američkim tehnološkim kompanijama, kao što su Gugl, Tviter, Fejsbuk i Vocab u nadi da će im postati partneri u borbi protiv lažnih vijesti.

Ipak, javili su se problemi sa pravnim, tehnološkim i etičkim pitanjima, a ključni je zakon iz 2014. koji korisnicima interneta u Brazilu garantuje privatnost i slobodu izražavanja.

4.8 Hrvatska

Hrvatska zagovara zakonsko rješenje koje bi regulisalo govor mržnje, podsticanje na nasilje i širenje lažnih vijesti na internetu. Na zakonskom rješenju radiće Radna grupa Središnjeg državnog ureda za razvoj digitalnog društva u kojoj su državni sekretar i predstavnici Ministarstva unutrašnjih poslova, Agencije za elektronske medije, Ministarstva nauke i obrazovanja, Ministarstva za demografiju, porodicu, mlade i socijalnu politiku, CARNeta, Pučke pravobraniteljice te HAKOM-a. U radu će učestvovati i profesori sa Pravnog

fakulteta te predstavnici GONG-a, Kancelarije za ljudska prava, Hrvatskog novinarskog društva i izdavača.

Zakonsko rješenje će slijediti smjernice vezane za suzbijanje nezakonitog sadržaja na internetu, koje je u septembru prošle godine objavila Evropska komisija. Intencija je više na preventivi, ali vjerovatno se može očekivati i zakonsko rješenje koje će propisivati i kazne za ilegalni sadržaj koji na vrijeme ne uklone globalne kompanije poput Fejsbuka, Gugla i Tvitera.

4.9 Facebook

Kada je Edgar Medison iz Sjeverne Karoline upotrijebio vatreno oružje u vašingtonskoj piceriji Comet Ping-Pong, navodno vjerujući lažnoj vijesti da se tu odvija dječja prostitucija u organizaciji Hilari Klinton, Zakerberg je lažne vijesti, doveo u kontekst sa finansijskim institucijama. No, to nije i jedini i pretežni interes koji se lažnim vijestima plasirao preko Fejsbuka.

Kada je *Buzz Feed* objavio nalaze da je u tri mjeseca kampanje top 20 lažnih vijesti podijeljeno više puta nego top 20 pouzdanih vijesti, Fejsbuk je morao da odgovori sistemskim rješenjem. Zakerberg je u tom cilju organizacijama *Politifact*, *FactCheck.org*, *Snopes.com*, *Asociated press* i *ABC News* povjerio provjeru tačnosti prijavljenih medijskih sadržaja na *News Feedu*, dok bi Fejsbuk algoritam uz svaku vijest čiju tačnost ospore makar dva provjerivača automatski nalijepio upozorenje „Osporeno“ (Disputed) i link ka obrazloženju. No nekima je to bio i znak da tako obilježenu lažnu vijest masovno dijele. Korisnik je i dalje imao izbor da podijeli dati sadržaj, ali uz informaciju o njegovoj pouzdanosti; Fejsbuk je na taj način izbjegao cenzuru, jer za Zakerberga (i inače) lažne vijesti su test balansa između cenzure i slobode izražavanja. No, da stvari nijesu jednoznačne i linearno predvidive govore, psiholozi Dejvid Rand i Gordan Penikuk ustvrdivši da zbog nemogućnosti da korisnici prijave, a provjerivači obrade sve problematične naslove, među obrađenim grupacijama dolazi do kontraintuitivnog efekta: postojanje oznaka „osporeno“ na nekim, ali ne i svim lažnim vestima proizvodi „impliciranje istine“ za sve neoznačene lažne naslove“ (Trikoš. 2017; str. 63).

U oktobru 2017. godine najavljeno je da će kompanija *Facebook* ispitivati aplikaciju na koju se može „kliknuti“ i lako doći do dodatnih informacija, koje će biti biti od pomoći korisniku da „ocjeni da li objave dolaze od urednika kojima mogu vjerovati i da li je sama vijest vjerodostojna“.

Sofisticirani sistemi ove kompanije u cilju spriječavanja lažnih vijesti i vidljivosti niskokvalitetnih sajtova uključuju automatske programe za pronala-

ženje i uklanjanje lažnih naloga; provjeru državljanstva onih koji postavljaju političke reklame; zapošljavanje 10.000 dodatnih ljudi za rad u sferi bezbjednosti i poboljšanja koordinacije sa sudskim organima i drugim kompanijama radi uklanjanja sumnjivog djelovanja.

U borbi protiv proglašenja islamske države inženjeri ove kompanije razvili su softver koji prepoznaje video-objave sa crnom zastavom ISIS-a.

4.10 Google i You Tube

U saradnji sa stranicama koje se bave provjerom podataka *Google* se odlučio da ubaci link koji vodi na stranice na kojima se nalaze provjerene činjenice, ali sa ograničenim opsegom i dosegom, dostupnim u Sjedinjenim Državama i Ujedinjenom Kraljevstvu.

Ipak, *Google* je odlučio da proširi ovaj alat na način da će provjera podataka biti dostupna u rezultatima pretraživanja u *Guglovoj* pretrazi. U agregatoru vijesti *News*, oni članci koji su prošli provjeru dobiće oznaku *fact check*.

You Tube je najavio da će uz video zapise početi da prikazuje tekstove sa *Wikipedije* i drugih web stranica i da će na taj način pokušati da suzbije lažne vijesti i teorije zavjere. Prikazan je model sa "informativnim znakovima", kojima će se predstaviti alternativna gledišta.

4.11 Mond i BBC

Među mnogim medijskim organizacijama koje pokušavaju da čitaocima predstave i verifikuju činjenice je "*Mond*" koji je 2017. godine pokrenuo program *Decodex* na svom sajtu, kao i *BBC* koji je, takođe, pokrenuo program koji učenicima treba da pomogne da identifikuju prave vijesti.

5. Perspektive?

Stavovi da je neophodno naći balans koji bi na pravi način regulisao ovaj problem, te da je potrebno da profesionalizam i novinara i vlasnika medija bude na visokom nivou, odnosno da je neophodno kredibilno samoregulatorno tijelo i visok stepen medijske pismenosti kazaćemo da djeluju prilično romantičarskoutopistički, nerealno i naivno. „*Bitka sa lažnim vijestima će, najvjerovatnije, ostati igra mačke i miša između onih koji ih postavljaju i kompanija čije platforme koriste. To će biti deo pozadinske buke na izborima u cijelom svijetu. Neprestana budnost biće cijena naših demokratija*”. (J.S.Nye)

Po Branku Milanoviću, u ovom kontekstu „moguća su dva ishoda. Jedan je da američka javnost shvati da sa globalizacijom čak ni najveće zemlje, kao što je SAD nisu zaštićene od uticaja drugih; čak i SAD je u odnosu na ostatak sveta „mala zemlja“. Druga mogućnost je da histerija dovede do fragmentacije prostora interneta, što Kina, Saudijska Arabija i drugi već čine. Onda ćemo umjesto globalne platforme otvorene za različita mišljenja dobiti situaciju, koja je prethodila 1945.godini, svet nacionalnih „radio stanica“, lokalnih interneta, zabranu stranih jezika(možda i stranaca) na nacionalnim mrežama – čime će se globalizacija slobodnog mišljenja okončati i završićemo u pravovremenom nacionalizmu”(Global inequality – Peščanik net).

Guy Verhofstadt, bivši premijer Belgije, u kontekstu ovog pitanja kazao da „Baš kao što samoregulacija banaka nije uspjela spriječiti finansijsku krizu iz 2008.godine, tako ni samoregulacija u tehnološkom sektoru nije uspjela nazvati Facebook odgovornim akterom... Potrebne su nam nove regulative, da osiguramo odgovornost i transparentnost u algoritamskom procesuiranju informacija od bilo kojeg aktera privatnog ili javnog”.(Projekt Syndicate; balkans.aljazeera.net)

Uprkos strategijama, mjerama (samo)regulacije, priručnim mehanizmima odvratanja od destrukcije dezinformacije - koncept, figurativni i suštinski fenomen lažnih vijesti žilavo će opstajati u različitim pojavnim modalitetima. Na relacijama prevage javnog i privatnog – korporativnog interesa koji konvergira sa političkom, moć medija ne preza da u „odlučujućim“ trenucima, vremenima, odstupi od naivnih školskih uvjerenja o ulozi medija koji objektivno informišu, edukuju i zabavljaju.

Pogledajmo iz ugla ovog rama, da li su mjere i strategije EU dovoljno operativan i iole siguran mehanizam borbe protiv lažnih vijesti. Nije li riječ u znatnom dijelu, više o načelu, proklamaciji, deklaraciji i birokratizaciji? Konkretnih, provjerenih, održivih i egzaktnih mjera-koraka, ipak nema.

6. Zaključna razmatranja

Pristup pouzdanim informacijama osnov je djelotvorne demokratije, no mnogim ljudima u dobu neimenovanih izvora, anonimnih „novinara“ i komentatora botova danas je teško razlikovati činjenične informacije i dobro novinarstvo od propagande. Sve više netačnih informacija dijeli se na društvenim mrežama koje kao takve i ponavlja sve veći broj medija, što je prepoznato opštim globalnim fenomenom lažnih vijesti.

Činjenica je da nam odavno nije dozvoljen luksuz da razmišljamo, djelujemo i zaključujemo lokalno. U medijskoj sferi posebno. Multiplatformski

servisi i na njima rastući sadržaji uz interaktivnost sa publikom pomjerilo je ne samo linearno informisanje, nego shodno tome i linearno promišljanje medijskih fenomena i problema. U tom kontekstu moramo, htjeli to ili ne, izaći iz svojih „medijskih soba“ ako hoćemo istu, bolje da vidimo i čujemo. Svijest o analizi i (zlo)upotrebi velike količine podataka i njihove interesno globalne difuzije, pomoći će nam da se iz tog okvira, lakše vratimo svojoj „medijskoj sobi“. Ovim hoćemo kazati da informacije o pretplatnicima i podaci povučeni iz više izvora uključujući „*Social TV*“ nijesu daleko od fenomenologije lažnih vijesti. Naprotiv. Na svjetskom ekonomskom forumu 2011.godine o ličnim podacima se počelo govoriti kao o novoj klasi aktive! Digitalna ekonomija i politički život nijesu se ničim distancirali od ove „active“. Suprotno od otklona, proizvodni lanac digitalne informacije sa ciljanim sadržajem upućenim korisnicima sve više se fuzioniše sa „novom aktivom“. Platforma upravljanja podacima prepoznala je to kao svoj kapitalni resurs. Distribucija individualizovanog sadržaja, ciljani sadržaji, diskutabilni sadržaji, traže mnogo veću angažovanost u tumačenju medijske ponude u odnosu na onu iz prastarih jednodimenzionalnih kanala komunikacije. Sve rečeno je i svijet lažnih vijesti! Sa opšte perspektive ova pojava otvara šira pitanja vezana za komercijalizaciju i privatnu kontrolu javne sfere od strane društvenih medija.

Civilizacija u kojoj živimo proizvodi najšire fenomene mnogo brže nego što ih čovjek može pravovremeno razumjeti. Raširenošću interneta kao izuzetno popularnog sredstva političke komunikacije kreirao se i odgovarajući diskurs na društvenim mrežama sa distribucijom i prijemom informacija u realnom vremenu. Za razliku od „tradicionalnih medija“ koji su podvrgnuti striktnoj regulaciji, platforme za koje važe samo pravila telekomunikacijske regulacije nemaju nikakvih odredbi koje se odnose na slobodu izražavanja i slobodu medija.

U kontekstu lažnih vijesti u pitanje su dovedeni temelji demokratije, odnosno slobode izražavanja. Otvaraju se problemi na globalnom nivou, koji se dominantno ogledaju kako u definisanju lažnih vijesti, tako i u institucionalnoj arbitriraži koja odlučuje šta je istina, te kolika je šteta lažnim vijestima učinjena. Takođe, ne postoje opšte prihvaćeni mehanizmi niti jasne preporuke kojima se države mogu voditi prilikom regulacije kojom se ne bi ugrozila i narušila demokratija tj. sloboda izražavanja. Lažne vijesti sve učesnike ove oblasti stavljaju na test balansiranja između cenzure i slobode izražavanja. Zakonska rješenja ni na koji način ne treba da narušavaju dosegnute evropske standarde, demokratiju i slobodu izražavanja.

U svakom slučaju borba protiv dezinformacija podrazumijeva aktivnosti na svim nivoima (između ostalih, nivoima zaduženim za borbu protiv sajber kriminala, obavještajne službe, službe zadužene za zaštitu ličnih podataka, medije, samoregulatorna tijela, kao i one zadužene za izbore), za šta je potrebno obezbijediti dodatno, specijalizovano osoblje, kao što su eksperti za prikupljanje i analizu relevantnih podataka. Izuzetno važno pitanje u ovoj oblasti odnosi se i na oblik koregulacije sa tijelima koji uređuju internet servis provajdere i web hostove.

Literatura

Bernard – Anri Levy (2019), *Google, Lažne vijesti i kriza istine*, Project Syndicate.

Braj, Tomas (2018), "Lažne istine oko nas", *Deutsche Welle*, 23. decembar 2018.

Leonard, Mark (2017), *Iluzija slobode u digitalnoj eri*, Copyright: Project Syndicate.

Milanović, Branko (2018), „Lažne vesti: kraj monopola na pričanje priče“, *Global inequality – Peščanik net*

The New York Times / internacional report 2018, *Nedeljnik BG*, s.6

Trikoš, Đorđe (2017), "Rat protiv lažnih vijesti - mračne strane internet propaganda", *Nedeljnik*, ss. 62-63, 19.oktobar 2017

Al Jazeera Balkan

N1, vecernji.hr

N1, slobodnaevropa.org

UDK: 316.774(497.11)

ANALIZA: NEGATIVNO POZICIONIRANJE MEDIJA PREMA INICIJATIVI PREDSEDNIKA REPUBLIKE SRBIJE O REŠAVANJU KOSOVSKOG PITANJA I UNUTRAŠNJEM DIJALOGU (JUN 2017 – OKTOBAR 2018)¹

ANALYSIS: NEGATIVE MEDIA POSITIONING TO INITIATIVE BY THE PRESIDENT OF THE REPUBLIC OF SERBIA ABOUT RESOLVING THE KOSOVO ISSUE AND INTERNAL DIALOGUE (JUN 2017 – OKTOBER 2018)

IŠTVAN KAIĆ, analitičar medija
Beograd

Apstrakt: U radu je predstavljena analiza koja treba da detektuje određene društvene devijacije i ponudi odgovor na pitanje kakvo javno mnjenje mediji formiraju kada je reč o temi od ključne važnosti za budućnost zemlje – pitanju Kosova. Takođe, analiza će pokušati da odgovori na pitanje u kojoj meri takvo pozicioniranje medija ometa izvorne ciljeve unutrašnjeg dijaloga i samim tim rešavanje kosovskog pitanja.
Ključne reči: Srbija, mediji, Kosovo, unutrašnji dijalog

Abstract: The paper presents analysis which should detect certain social deviations and offer the answers to the question of what public opinion media forming when it comes to the topic of crucial importance for the future of the country – Kosovo issue. Also, the analysis will try to answer the question how much that media positioning interferes with the original objectives of the internal dialogue and therefore the resolution of the Kosovo issue.

Key words: Serbia, the Media, Kosovo, Internal Dialogue

¹ Analiza je završena 16. decembra 2018. godine

1. Uvod – opšti deo

Ukoliko postavimo pitanje, da li postoji tema u srpskoj politici toliko relevantna i determinantna da od nje direktno ili indirektno mogu da zavise sve druge, tzv. pitanje svih pitanja, onda je to, bez sumnje, poslednjih gotovo dve decenije problem Kosova i Metohije. Iako na prvi pogled izgleda spolja nametnuto, pre svega iz razloga što podrazumeva određenu nelagodnost, pitanje odnosa prema Kosovu i Metohiji ujedno treba da odredi i definiciju državnosti republike Srbije ili njenu konačnu institucionalizaciju i univerzalizaciju kao države sa jasnim granicama, kako bi kao pojam mogla biti precizno shvaćena bilo od onih koji je posmatraju van ili unutar domaće javnosti, a ne jednostrano i na različite načine u zavisnosti od ugla gledanja, kako je do sada bio slučaj. Sintagma koja se u našoj javnosti etablirala i koristi da bi najbolje označila ovako definisan cilj glasi – *trajno rešenje*.

Ono, međutim, ne podrazumeva odluku u vidu svršetka nakon kojeg bi svi procesi koji podrazumevaju takvo rešenje bili instantno okončani, već pre postavljanje okvira čijim su ustanovljavanjem procesi usmereni, dakle, trasirani ka tome da se u budućnosti do nekog vida svršetka (u javnosti okarakterisanog kao rešenje kojim nijedna od strana nije zadovoljna ili zarad kojeg obe strane moraju nešto da izgube, itd.) uopšte može doći. Ovakav koncept najzad bi garantovao da će se začarani krug nerešavanja problema (tzv. *zamrznuti konflikt*), u kojem Srbija najdirektnije perpetuirala od okončanja rata na Kosovu 1999. godine, jednom moći prekinuti kao direktna posledica uspostavljanja ovog okvira, tj. da buduće generacije konačno neće morati da se bave istim pitanjima, ili pre istim modalitetima pitanja, kojima se mi bavimo danas.

Na ovaj način bi se, minimalizovano, mogla naznačiti logika inicijative rešavanja kosovskog problema, koju je aktuelni predsednik Srbije Aleksandar Vučić zajedno sa Vladom Srbije, na čelu sa premijerkom Anom Brnabić, u užem smislu konkretizovao i pokrenuo sredinom 2017. godine. U širem smislu, pak, može se reći da ona, ili makar njeni primordijalni oblici, traju još od dolaska Srpske napredne stranke na vlast sredinom 2012. godine, preko potpisivanja Briselskog sporazuma 2013. i nastavka dijaloga Beograda i Prištine u okviru Berlinskog procesa, odnosno evrointegracija. Ključna i najdelikatnija komponenta, međutim, bez koje nijedna od navedenih radnji ne bi mogla da dobije realno političko uporište niti primenu u stvarnosti, tiče se dimenzije kojom se ono što se nastoji učiniti predočava i objašnjava građanima Srbije radi pokušaja uspostavljanja opšteg značenja i konsenzusa u vezi sa javnim značajem onog što se radi i pokušava učiniti zarad tih istih građana.

Zbog toga napori čelnika vlasti, a pre svega predsednika Republike, da se domaća javnost takoreći ekscituje i osvesti da mora da participira u izboru sopstvene budućnosti i kvaliteta života za generacije koje dolaze, da je neophodno sada i ovde podići odgovornost koja će, za razliku od ranijih momenata u istoriji, počivati na realnim očekivanjima i racionalnim osnovama – deluju abnormalno, jer u Srbiji nikada do sada nisu bili realizovani sa naročitim uspehom. Taj okvir stalnog interpretiranja i neumornog reinterpretiranja, koji u stopu mora da prati prethodno opisani okvir rešavanja kosovskog pitanja i biti njegov deo kao svojevrсни postupak dešifrovanja ili dekodiranja problema bez kojeg nema ni njegovog rešavanja, nazvan je, pak – *unutrašnji dijalog*.

Unutrašnji dijalog možemo, dakle, definisati kao kapacitet, tj. kao realnu meru ostvarivosti uspeha u rešavanju kosovskog pitanja ili kao neku vrstu merača verovatnoće za postizanje trajnog rešenja između Beograda i Prištine. Bez podrške u domaćem društvu, koja nije ništa drugo nego forma razumevanja onog što po tom pitanju čini vlast, i u tom smislu identifikacije sa njenim naporima, uspeh na međunarodnom planu, tj. na planu iznalaženja rešenja sa kojim bi se složili ključni međunarodni subjekti, postaje nemoguć. Ovo znači da je kako za Beograd tako i za Prištinu nemoguće usvajanje ma kakvog okvira koji ne bi mogao adekvatno da se objasni stanovništvu.

Za primer u skorašnjoj istoriji, Vlada Srbije od 2001. do 2003. godine, a posebice nakon proglašenja državne zajednice Srbija i Crna Gora, bila je identično orijentisana prema iznalaženju trajnog rešenja kosovskog problema, ali je, pokrenuvši takvu inicijativu, bez ključne komponente razumevanja u javnosti završila tragičnim političkim porazom. Iz straha da se takav ishod ne ponovi, nekoliko idućih garnitura vlasti nije se ni usuđivalo da pokuša da rešava *pitanje svih pitanja*, gurajući ga pod tepih ili još preciznije, predstavljajući građanstvu da takvo pitanje uopšte i ne postoji. Tek od sredine 2012. godine, sa rastućom natpolovičnom podrškom u biračkom telu, po prvi put se, makar kada je o Beogradu reč, stiču uslovi za realizaciju oba okvira: politička volja čelnika vlasti za trajnim rešenjem i rad na tome da ta volja svoju refleksiju, odnosno svoje pokriće dobije i u želji javnosti.

Od sredine 2017. godine, kada je neformalno iniciran u javnom diskursu, unutrašnji dijalog kao neizostavni pojavni oblik rešavanja kosovskog pitanja ciljano izaziva koheziju javnog mnjenja prema kojoj se sva politička pitanja na javnoj sceni Srbije svode, u krajnjem, na jedno jedino, što je prvi i osnovni uslov za ekscitaciju javnosti da tom problemu posveti alarmantnu pažnju. Na taj proces kohezije, čije konture nameću državnici-inicijatori, srpski mediji

odgovorili su različitim pozicioniranjem koje u ovoj analizi shvatamo isključivo simptomatično. Pozicioniranje, u tom širokom smislu, znači nemogućnost medija da se na ovu sveopštu inicijativu ne odgovori na određeni način ili ne zauzme određeni stav, odnosno nemogućnost da se ona ignoriše, što je uslov koji nam je potreban da bismo način tog pozicioniranja shvatili kao svojevrsan odgovor vlastima koji na ovu inicijativu žele da upute mediji i time formiraju javno mnjenje.

Tu se, dakle, najjasnije uviđa distinkcija između poruke koju vlast želi direktno da pošalje građanima, sa jedne, i medijske obrade kojom se, uz interesna tumačenja, neminovno manipuliše porukama vlasti i u toj formi konačno ispostavlja konzumentima, sa druge strane. U tom kontekstu, na primer, treba razumeti nepoverenje prema medijima i kategorična nastojanja predsednika Srbije da se građanima, u vezi sa ovim, najčešće obrati putem konferencija za štampu koje se prenose uživo, a zatim i integralno repriziraju na što većem broju televizija, upravo kako bi se izbegle devijacije koje su posledica namerne ili nenamerne medijske obrade. Prvi zadatak ove analize je, zbog toga, da, na patosu ovako postavljene distinkcije, detektuje ona glavna iskrivljenja i, s obzirom na način na koji su se pozicionirali, determiniše kakvo javno mnjenje mediji formiraju kada je reč o temi od ključne važnosti za budućnost zemlje. Drugi zadatak biće da pokušamo da odgovorimo na pitanje u kojoj meri takvo pozicioniranje medija ometa izvorne ciljeve unutrašnjeg dijaloga i samim tim rešavanje kosovskog pitanja.

2. Medijski deo

Analiza je zasnovana na izdvajanju svih priloga koji u sebi sadrže ovako definisanu devijaciju, a koji u konačnom rezultuju negativnim odnosom prema inicijativi Predsednika i samim tim emituju negativnu poruku, te izazivaju ili potpomažu da se izazove negativno raspoloženje u javnosti prema modalitetima koji su predloženi za rešavanje kosovskog pitanja, kao i prema samom okviru unutrašnjeg dijaloga. Period koji pokriva analiza obuhvata početak juna 2017. godine, kada državni zvaničnici u javnosti prvi put naglašavaju potrebu za kohezijom političke scene oko ovog pitanja kao najrelevantnijeg, zaključno sa krajem oktobra 2018. godine, tj. reakcijama na ocenu Predsednika o tome kako je na njegovu inicijativu u proteklom periodu reagovala domaća javnost, što čini raspon od ukupno 17 meseci.

U metodologiji uzorkovanja pošlo se od pretpostavke da su prilozima koji su od najveće važnosti za ovu temu objavljeni najčešće u pisanoj formi, te da

osnovni motivi za propagandu protiv Predsednikove inicijative dolaze iz štampanih i internet medija koje zatim, tako stečenim povodom, šire elektronski mediji, odnosno televizije u svojim programima, tj. emisijama. Kada je reč o štampanim novinama, razmatrani su sledeći mediji: *Afera, Alo!, Blic, Danas, Ekspres, Informer, Kurir, Nedeljnik, NIN, Novi magazin, Pečat, Politika, Tabloid, Večernje novosti i Vreme*. Što se tiče, pak, uzorka onih medija čiju delatnost po-najbolje ili isključivo reflektuju portali u njihovom vlasništvu, analizom su obuhvaćeni: *Autonomija, Deutsche Welle, N1, Nova srpska politička misao, Peščanik i Radio Slobodna Evropa*. Ukupan broj izdvojenih priloga za naznačeni period iz 21 medija prelazi cifru od 1.450.

Kriterijumom po kojem su izdvajani tekstovi sve vreme se u vidu ima pojmovna razlika između kritičkih i negativnih priloga, odnosno novinarstva uopšte, po kojoj kritički podrazumevaju one priloge koji u sebi sadrže crtu konstruktivizma, pisane dobronamernim i neostrašćenim tonom kakav od sebe pokušava da odbije svaku propagandu i političko svrstavanje, odnosno sve ono što upravo definiše negativne priloge. U grupu negativnih spadaju, međutim, i oni koji nisu nužno subjektivnog tona (stavovi), već i koji, formalno gledano, samo prenose informaciju koja ne ide u korist rešavanja kosovskog pitanja kako ga je predeterminisala vlast (npr. prilozi o izjavama najviših crkvenih velikodostojnika). Ovako širok, ali strogo postavljen kriterijum odabira priloga zahtevao je poseban napor tokom analiziranja naročito onih priloga iz čijeg se preloma, opreme, naslova ili lida na prvi pogled ne može ustanoviti u koju od ove dve grupe spadaju.

Budući da analiza ima za cilj da izdvoji negativne tekstove u najširem smislu reči, ali ne i kritičke, ako govorimo o autorskim kolumnama ili komentarima, ponekad se dešava da isti autori u zavisnosti od konkretnog priloga ispoljavaju negativan, a nekad kritički stav prema Predsednikovoj inicijativi ili pojedinim njenim segmentima (Boško Jakšić, Veselin Simonović, Mijat Lakićević, Čedomir Antić, Jelka Jovanović...), pa su neki njihovi tekstovi ušli u selekciju, dok drugi nisu, iako veliku većinu u odnosu na taj ipak predstavlja profil autora koji se o ovoj temi neprestano izjašnjava ili isključivo negativno ili isključivo pozitivno.

Na osnovu ovakve raspodele sadržaja i gotovo zanemarljive količine *borderline* situacija, imajući u vidu da je tema Kosova i Metohije najproduktivnija politička determinanta (okosnica masovnog društvenog opredeljivanja), analiza usput pokazuje i da široko upotrebljavana, i uvek autoupućujuća, sintagma „mediji koji se kritički odnose prema vlasti“, a koja se najčešće koristi

kako bi se domaćoj i stranoj javnosti ocrtale konture represivnog režima, predstavlja najčešće samo eufemizam za negativno delovanje prema vlasti, a istovremeno i prema sopstvenoj novinarskoj profesiji, jer podrazumeva neobjektivnost, političku opredeljenost, ostrašćenost, tendencioznu manipulaciju, a sve češće i neskrivene oblike omalovažavanja, vređanja, sadizma, bezobrazluka, pakosti i mržnje. To znači da svaki onaj ko u ovom kontekstu upotrebljava termin „kritički“, želi u najvećem broju slučajeva sebe i svoje delovanje da zamaskira, a zapravo da abolira, standardizuje i postavi za prihvatljivu normu sve ono što inače spada u domen negativnog i necivilizovanog javnog ophođenja. Mogli bismo, dakle, u tom smislu reći da realan broj onih aktivnih novinara za koje se danas javno ne zna kako su se tačno odredili prema vlasti ima limes u apsolutnoj nuli.

Da li će neki prilog biti izdvojen kao negativan, ne zavisi, međutim, samo od njegovog tekstualnog sadržaja, u striktnom smislu reči, jer postoje priloge koji postaju negativni tek pošto se, takoreći, medijski upakuju, najčešće tako da se iz njih izdvoji detalj podložan relativizaciji, dok ponekad čak i na način što se naslovom, opremom ili drugim novinarskim elementima (susednim prilogom uz koji je prelomljen u štampi) potpuno dodaje nešto što tekstom decidno nije ni rečeno, ili se interesno i parcijano iz njega zaključuje ili čak ni to. Moguće je, dakle, da autor-kolumnista ili pak intervjuisana ličnost, lice koje je dalo izjavu i time učestvuje u prilogu uopšte nema nameru niti korespondira sa tim kako prilog izgleda po njegovom objavljivanju. Zbog toga ova analiza izvodi klasifikaciju negativnog priloga samo na osnovu krajnje posledice, ne osvrćući se na eventualne namere ili slučajnosti kontributora, novinara ili čak urednika odgovornih za to kako prilog finalno izgleda, već isključivo uzima u obzir kakva se poruka šalje konzumentima i kakve konsekvence iz toga proizilaze po javno mnjenje.

Sve to objedinjeno, pitanja koji mediji i novinari koriste koja lica za proizvođenje sebi i svom čitalaštvu shodnih manipulacija i obmana, te zašto je jednim medijima nahodnija jedna, a drugima druga vrsta obrade, gde se one uzajamno preklapaju, a gde variraju i zbog čega, dovode nas do definicije pozicioniranja u užem smislu reči. Kako je tema rešavanja kosovskog pitanja i unutrašnjeg dijaloga usled napora predsednika Republike Aleksandra Vučića i Vlade Srbije premijerke Ane Brnabić ostavila traga na sve medije, to znači da njihovo pozicioniranje po ovom pitanju za nas predstavlja ujedno i najbolje mapiranje uloge određenog medija u kreiranju javnog mnjenja, mozaik aktu-

elne situacije u novinarskoj profesiji i njenog odnosa prema državi i društvu i po svakom drugom pitanju.

3. Rezultati

Analiza „Negativno pozicioniranje medija prema inicijativi predsednika Republike o rešavanju kosovskog pitanja i unutrašnjem dijalogu (jun 2017 – oktobar 2018)“ izvodi zaključke na osnovu dve vrste rezultata: kvantitativnih i kvalitativnih. Svi rezultati koji poreklo vode od brojeva izdvojenih negativnih priloga i njihove dalje obrade kroz poređenja i klasifikaciju medija formiraju numerički tip pozicioniranja i tiču se kvantitativne analize. Ono što, pak, ona nije u stanju da nam pokaže jesu osobine medija ponaosob, šta je ono što u, uslovno rečeno, metodološkom i interesnom smislu definiše njihovo delovanje, formiranje takvih priloga, i kako se po tim kriterijumima razlikuju jedan od drugog, po čemu su slični, a po čemu različiti. To objašnjavamo u odeljku kvalitativne analize.

3.1 Kvantitativna analiza

Budući da je analizom obuhvaćen period u trajanju od 17 meseci, taj interval izdvojen je na četiri kvartala, od kojih svaki obuhvata četiri meseca, osim poslednjeg u koji je morao biti ubačen dodatni mesec, dakle, pet meseci, i to: prvi kvartal (jun – septembar 2017), drugi kvartal (oktobar 2017 – januar 2018), treći kvartal (februar – maj 2018) i četvrti kvartal (jun – oktobar 2018). Periodično raščlanjivanje broja priloga omogućava nam da ustanovimo da li postoji nekakva logička relacija u produkciji negativnih priloga na temu Kosova i Metohije u zavisnosti od perioda koji je u pitanju, odnosno da li je uočljiv određen trend ponašanja na osnovu konkretnih prilika i događaja unutar jednog kvartala, te da li takav trend slede i drugi mediji. Drugi fokus koji analiza pruža jeste ukupna, tj. sabrana produkcija negativnih priloga za ceo period, gde posmatramo onu sirovu efikasnost u širenju negativne percepcije o Predsednikovoj inicijativi i pokretanju unutrašnjeg dijaloga, te u tom smislu učinak svakog medija ponaosob.

Svaki od fokusa propušten je kroz tri kategorije, odnosno grupe: štampani mediji, internet mediji i svi mediji, dok su štampani podeljeni na dnevne i nedeljne prilikom prikaza međusobnog udela negativnih priloga u svakoj od ovih potkategorija. Prilog kao jedinica izdvajanja u analizi ne podrazumeva uvek ekvivalenciju 1 prilog = 1 tekst; prilozi u nedeljnicima često su duži i protežu se i do osam stranica, pa se u tim slučajevima uzima jedinica koju zapra-

vo definiše pogled čitaoca, odnosno maksimalan prostor koji oko konzumenta zahvata kao vizualnu celinu, te se tako svaka dupler-strana tretira kao jedan prilog. Nekada tekst po sebi ne mora biti uvršten u prilog, ali može stranica na kojoj se on nalazi u kombinaciji sa susednim tekstom, kao što je već rečeno, tj. koji usled neslučajnog preloma može emitovati negativnu poruku. Svaka karikatura ili zasebna boks-celina, naslovna stranica ili njen deo, takođe se ubrajaju u priloge. Većina štampanih medija ima i svoje portale, te je neretka pojava da određeni prilozi budu objavljeni samo na portalima, dakle, bez objavljivanja u štampanom izdanju. Takvi prilozi nisu obuhvaćeni analizom.

Tabela 1.

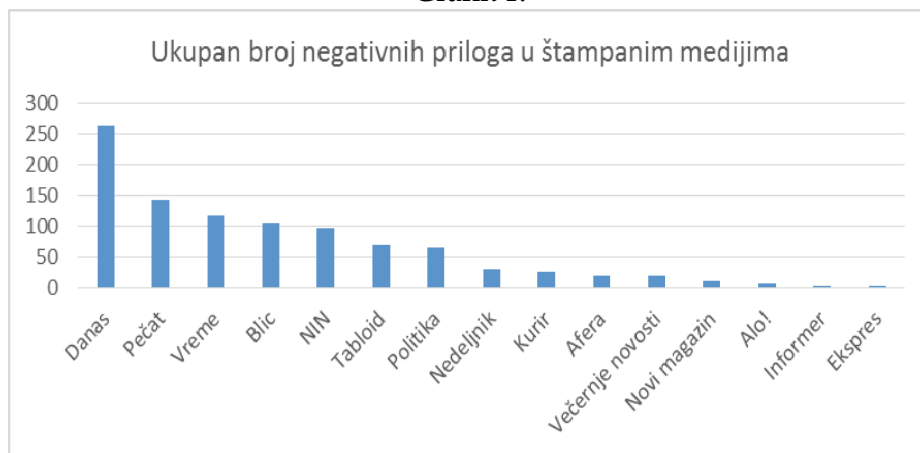
ŠTAMPANI MEDIJI	KVARTAL 1	KVARTAL 2	KVARTAL 3	KVARTAL 4	UKUPNO
Danas	44	40	50	130	264
Pečat	20	22	41	60	143
Vreme	17	21	34	45	117
Blic	14	19	18	54	105
NIN	18	15	25	39	97
Tabloid	16	15	18	22	71
Politika	12	15	15	23	65
Nedeljnik	2	12	9	8	31
Kurir	23	0	2	2	27
Afera	4	9	0	8	21
Večernje novosti	5	3	8	4	20
Novi magazin	1	5	2	4	12
Alo!	2	0	3	3	8
Informer	0	0	3	1	4
Ekspres	1	0	1	1	3
ZBIR	179	176	229	404	988

U tabeli 1 prikazana je raspodela analiziranih štampanih medija po kvartalima, njihov zbir po svakom mediju, a zatim i njihove ukupne sume po kvartalima. Značajne događajne tačke koje ovde treba imati u vidu su: u prvom kvartalu – ulazak predstavnika Srpske liste u najviši izvršni organ vlasti u Prištini, prvi talas kohezije medijskog polja na temu rešavanja kosovskog pitanja i inicijalno otvaranje unutrašnjeg dijaloga; za drugi kvartal – formalizacija procesa unutrašnjeg dijaloga (razmena mišljenja, okrugli stolovi...) i ubistvo Olivera Ivanovića; u trećem kvartalu – probna reaktualizacija ideje o podeli Kosova od strane ministra spoljnih poslova Ivica Dačića, prve reakcije

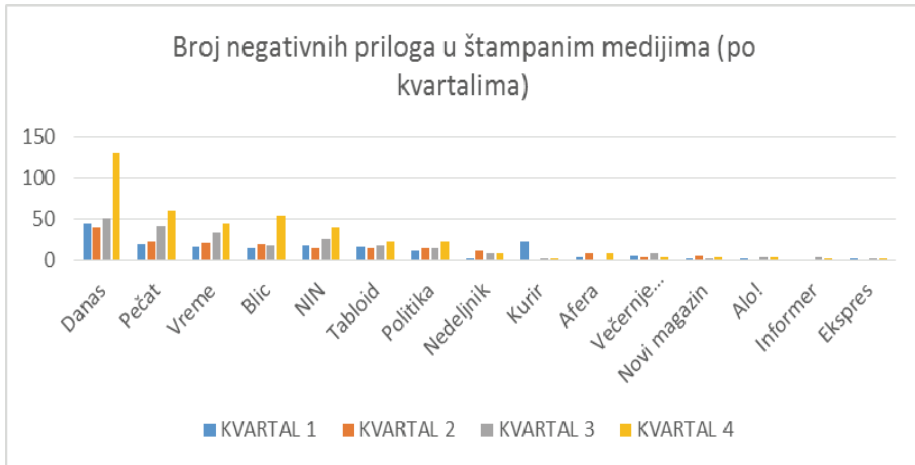
međunarodne zajednice, hapšenje Marka Đurića u Kosovskoj Mitrovici; za četvrti kvartal – afirmacija koncepta *razgraničenja* koji je predložio predsednik Vučić, uz modalitete koji naginju teritorijalnoj podeli ili razmeni teritorija, paralelna podrška nekih od ključnih zemalja međunarodne zajednice za kompromisno rešenje koje bi bilo rezultat dogovora Beograda i Prištine.

Mediji u tabeli stratifikovani su prema poslednjoj koloni, odnosno prema ukupnom broju priloga; najveći broj negativnih priloga ima dnevni list *Danas*, gotovo dvostruko više od prvog narednog, nedeljnika *Pečat*. Ako se u obzir uzmu sve kolone prvog i drugog medija na ovoj listi, uviđa se da *Danas* prednjači u svakom od kvartala, a proporcionalno najviše u četvrtom kvartalu, gde produkcija naglo raste i postaje skoro dva i po puta veća u odnosu na prethodni kvartal, dok kod *Pečata* postoji ravnomeran rast za po 20 priloga od drugog do četvrtog kvartala. Nesrazmeran skok produkcije u poslednjem kvartalu, ako se sad pogleda čitava tabela, karakterističan je samo za *Danas*, što govori o njegovom nesumnjivo tendencioznom karakteru, tj. o finansiranju tematske antikampanje od Predsednikovog predloga o *razgraničenju*. Sličan procentualni skok između trećeg i četvrtog kvartala ima i list *Blic*, ali količinski sa skoro tri puta manje priloga od *Danasa*. Ako se, pak, pogleda sveukupni učinak u zbirnom redu, jasno se vidi da je, kada je o štampanim medijima reč, ukupna produkcija u prvom i drugom kvartalu ujednačena, da rast počinje od trećeg kvartala (kada se prvi put pojavljuju predlozi rešenja), dok u četvrtom raste oko 80 odsto u odnosu na treći. Grafikoni ukupne i kvartalne raspodele negativnih priloga iz tabele 1 prikazani su na grafiku 1 i grafiku 2, respektivno.

Grafik 1.

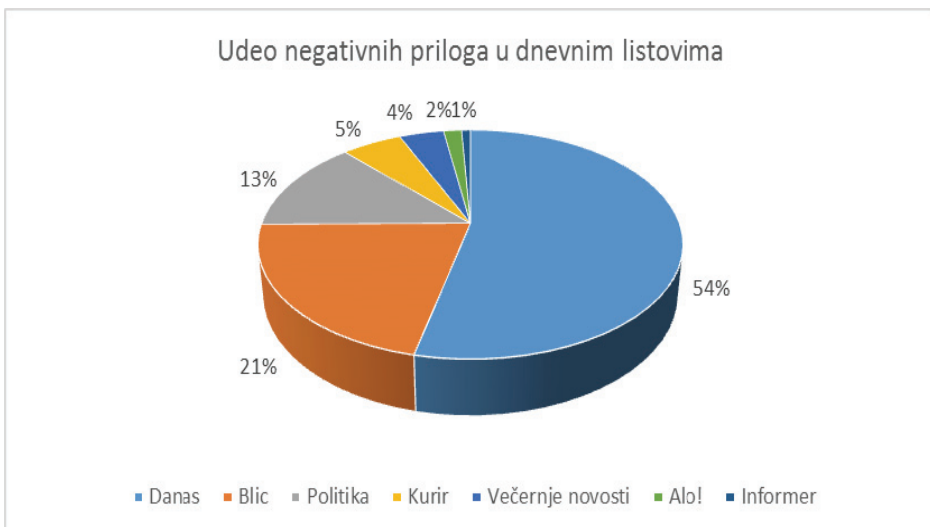


Grafik 2.

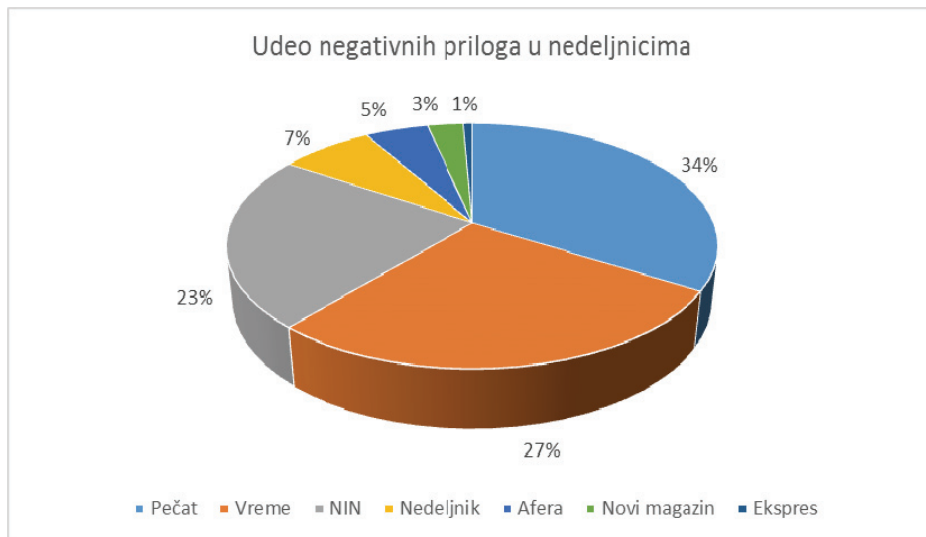


Kada se iz tabele 1 posebno grupišu dnevni listovi, a posebno nedeljnici, dolazi se do sledećih interesantnih podataka. List *Danas* ima natpolovični udeo u ukupnoj proizvodnji negativnih priloga u vezi sa inicijativom rešavanja kosovskog problema od 54 odsto, naredni je *Blic* sa više od dva puta manjim (21%), dok je na trećem mestu *Politika* sa udelom od 13 odsto. Situacija sa nedeljnicima u udelu negativnih priloga je takva da tri nedeljnika okupiraju zajedno čak 84 odsto, na prvo mesto izbio je *Pečat* sa 34 odsto, dok *Vreme* i *NIN* drže ukupno polovinu udela (27% i 23%, respektivno). Grafikonu udela negativnih priloga u dnevnim listovima i nedeljnicima na osnovu tabele 1 prikazani su na grafiku 3 i grafiku 4, respektivno.

Grafik 3.



Grafik 4.

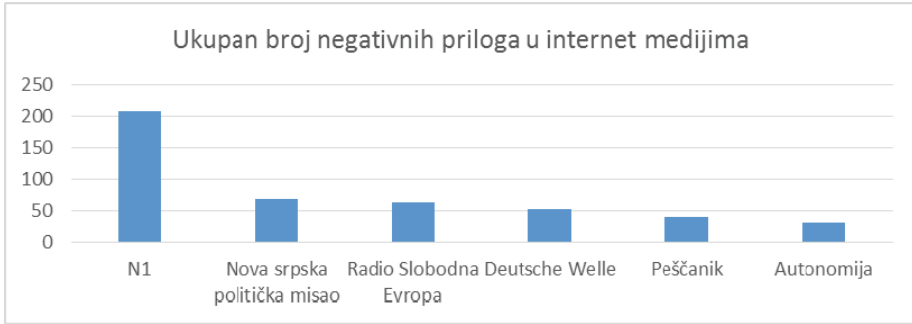


U tabeli 2, po istom principu stratifikacije, prikazani su mediji čije se delovanje ostvaruje isključivo ili pak dominantno putem internet prezentacija. Najveći broj negativnih priloga u ovom domenu medija ubedljivo produkuje portal televizije *N1*, ukupno 207, što je gotovo tri puta više od sledeće rangirane *Nove srpske političke misli*, koja je objavila 69 takvih priloga u periodu od 17 meseci. Odmah iza ovog medija sledi portal *Radio Slobodna Evropa* sa 64, dok sajt srpske redakcije nemačkog medija *Deutsche Welle* ima 53 negativna priloga. Ukupan broj proizvedenih priloga sa negativnom konotacijom prema inicijativi rešavanja kosovskog pitanja iznosi 465.

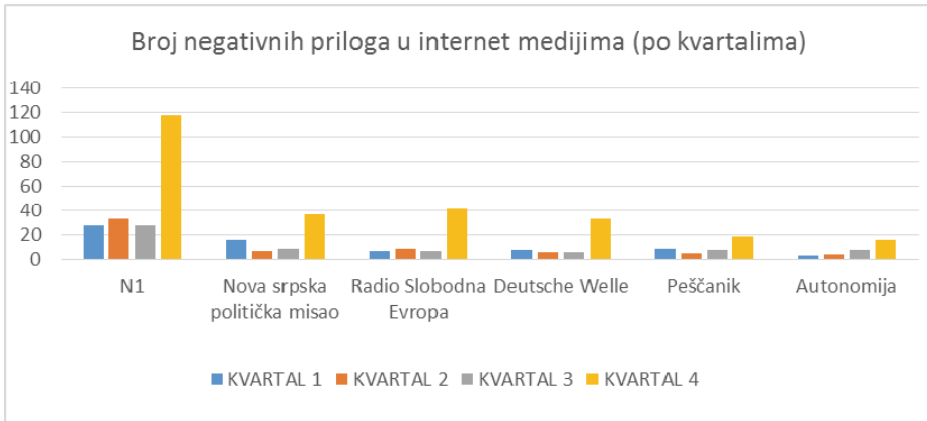
Tabela 2.

INTERNET MEDIJI	KVARTAL 1	KVARTAL 2	KVARTAL 3	KVARTAL 4	UKUPNO
N1	28	33	28	118	207
Nova srpska politička misao	16	7	9	37	69
Radio Slobodna Evropa	7	9	7	41	64
Deutsche Welle	8	6	6	33	53
Peščanik	9	5	8	19	41
Autonomija	3	4	8	16	31
ZBIR	71	64	66	264	465

Grafik 5.



Grafik 6.

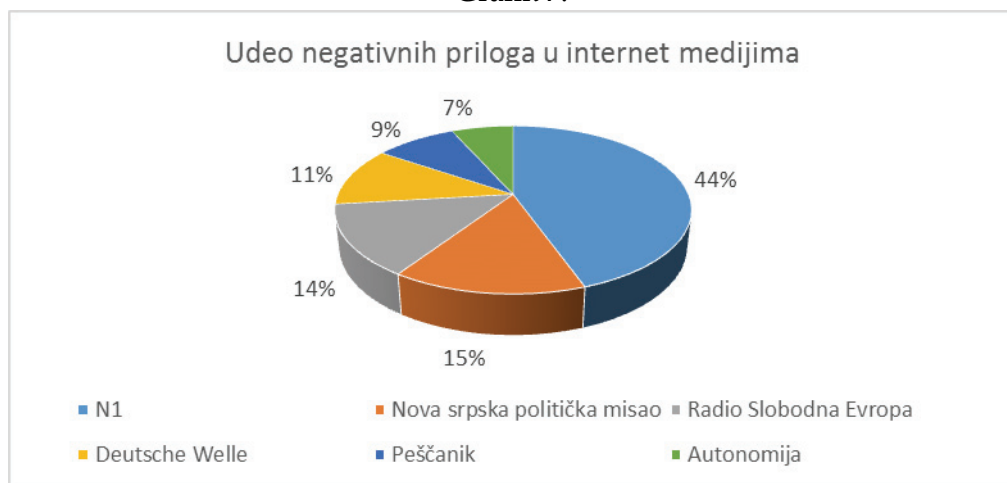


Kvartalno gledano, stvar je u domenu internet medija još drastičnija nego kada je reč o štampanim, što se tek donekle može objasniti nepostojanjem uslova ograničenog prostora od kojeg štampani mediji zavise, i time nižim troškovima objavljivanja. Ovde baš svi mediji imaju izrazitu produkciju priloga u poslednjem kvartalu, što ponovo odgovara periodu u kojem je Predsednik izneo ideju *razgraničenja* u smislu okvira u kojem treba rešavati kosovski problem. Premda u prva tri kvartala ima ujednačen broj negativnih priloga, sajt *N1* u četvrtom kvartalu ima čak preko četiristo odsto veću produkciju negativno intoniranog sadržaja u odnosu na treći, što nije zabeleženo ni u slučaju lista *Danas* među štampanim medijima, iako taj list ukupno ima brožčano veću produkciju priloga zbog gotovo dvostruko veće produkcije u svakom od prethodnih kvartala. *Nova srpska politička misao* produkuje takođe četiri puta više priloga u poslednjem u odnosu na prethodni kvartal, ali je njihov broj tri puta manji nego na sajtu *N1*. Sledeće rangiran, *Radio Slobodna Evropa* ima gotovo šest puta, dok *Deutsche Welle* pet i po puta više negativnih priloga u če-

tvrtom nego u trećem kvartalu. Grafikoni ukupne i kvartalne raspodele negativnih priloga iz tabele 2 prikazani su na grafiku 5 i grafiku 6, respektivno.

Što se raspodele udela u internet medijima tiče, sajt televizije *N1* zauzima 44 odsto, *Nova srpska politička misao* 15 odsto, sajt *Radio Slobodna Evropa* procenat manje, dok *Deutsche Welle* 11 odsto. Premda od svih medija ima najveći priraštaj u četvrtom kvartalu, *N1* nema natpolovični udeo u ukupnom udelu proizvodnje negativnih priloga među internet medijima, kao što ga ima *Danas* u dnevnim listovima, zbog toga što je razlika u produkciji između prvog narednog i poslednje rangiranog u tabeli internet medija značajno manje izražena nego ona u štampanim. Grafikon udela negativnih priloga u internet medijima na osnovu tabele 2 prikazan je na grafiku 7.

Grafik 7.



Najzad, tabelom 3, spojeni su rezultati iz prethodne dve tabele da bi se izvršilo finalno rangiranje medija po produktivnosti negativnih priloga, bilo da oni dolaze iz sfere štampanih ili internet medija. List *Danas* i u ovom preseku, dakle, ubedljivo prednjači u odnosi na drugoplasirani sajt *N1*, sa preko 60 priloga razlike, upravo onoliko za koliko se *N1* razlikuje od trećeplasiranog *Pečata*. Svi daljerangirani mediji, za razliku od prva tri, opadaju gradijalno, dakle, sa znatno manje izraženijom razlikom, kao što je to slikovito prikazano na grafikonu 8. ukupne raspodele negativnih priloga.

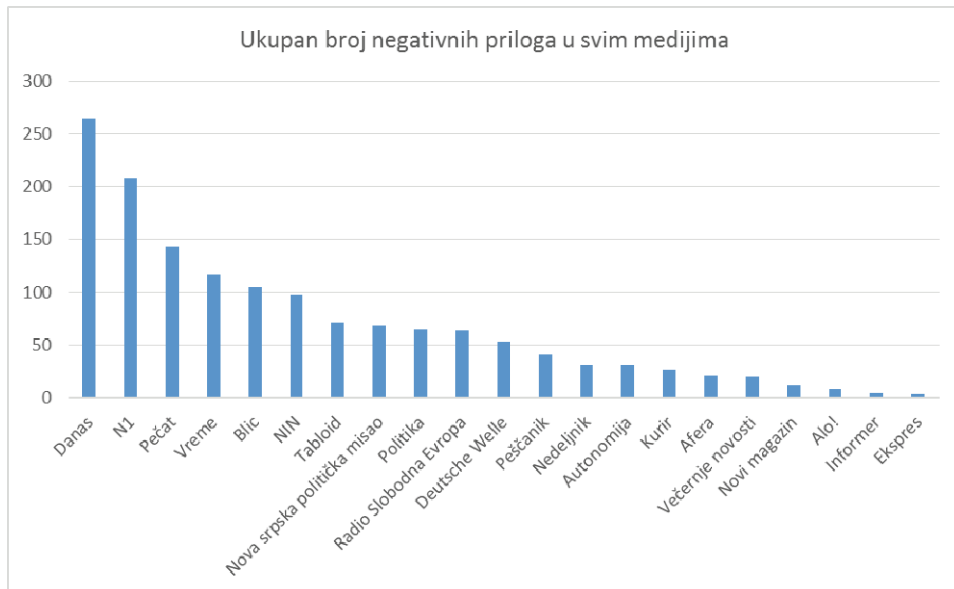
Međutim, ukupna, ne mala razlika između *Danasa* i *N1* od oko 60 priloga praktično više nije ključna ako se pogledaju vrednosti u koloni za četvrti kvartal, gde razlika iznosi svega 12 priloga, što se najbolje vidi na grafikonu 9 kvartalne raspodele negativnih priloga. Sa druge strane, razlika u produktiv-

nosti u ovom kvartalu između *N1* i prvog narednog *Pečata* iznosi gotovo 60 priloga i drastična je u odnosu na sve ostale razlike daljerangiranih u tom kvartalu. Budući da je već u prvom delu kvantitativne analize generalni trend najveće produkcije negativnih priloga u vezi sa rešavanjem kosovskog pitanja registrovan u četvrtom kvartalu, grafikon 9 jasno pokazuje da taj trend prati gotovo dve trećine analiziranih medija, odnosno čak 13 od ukupno 21, što čini 62 odsto od svih medija, pa tako hiperprodukcija tekstova u tom periodu, izuzev *Nedeljnika* i donekle *Tabloida*, praktično diktira i raspored prvih 14 rangiranih medija kako na grafikonu 8, tako i na grafikonu 9. Ako se u tabeli 3 pak pogleda red ukupne produkcije u četvrtom kvartalu, dolazi se do zaključka da ona čini čak 46 odsto od ukupnog broja izdvojenih tekstova za analizirani period od 17 meseci i u proseku je 250 odsto veća od produkcije u svakom od prethodnih kvartala.

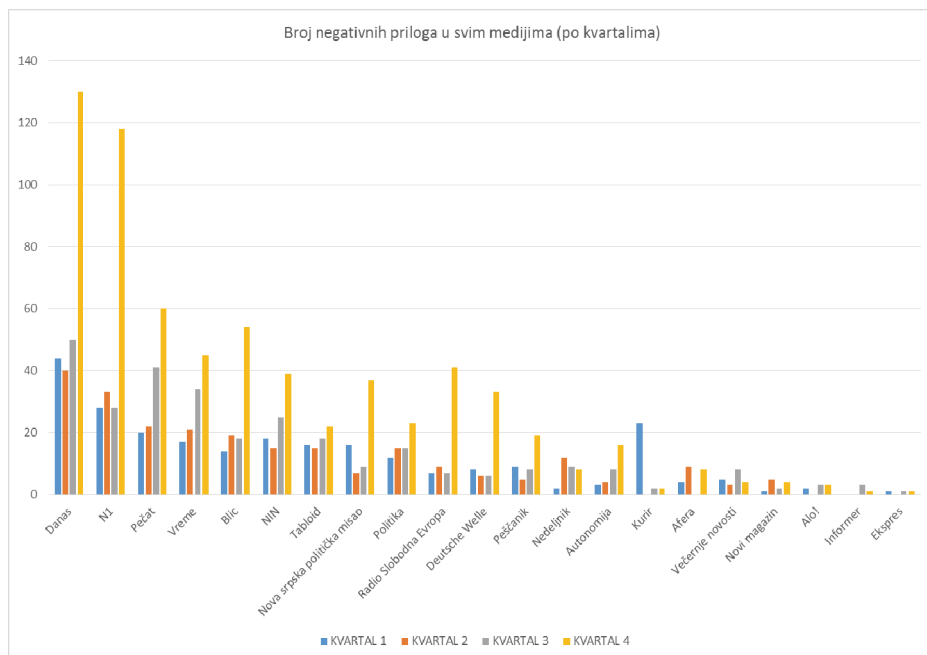
Tabela 3.

SVI MEDIJI	KVARTAL 1	KVARTAL 2	KVARTAL 3	KVARTAL 4	UKUPNO
Danas	44	40	50	130	264
N1	28	33	28	118	207
Pečat	20	22	41	60	143
Vreme	17	21	34	45	117
Blic	14	19	18	54	105
NIN	18	15	25	39	97
Tabloid	16	15	18	22	71
Nova srpska politička misao	16	7	9	37	69
Politika	12	15	15	23	65
Radio Slobodna Evropa	7	9	7	41	64
Deutsche Welle	8	6	6	33	53
Peščanik	9	5	8	19	41
Nedeljnik	2	12	9	8	31
Autonomija	3	4	8	16	31
Kurir	23	0	2	2	27
Afera	4	9	0	8	21
Večernje novosti	5	3	8	4	20
Novi magazin	1	5	2	4	12
Alo!	2	0	3	3	8
Informer	0	0	3	1	4
Ekspres	1	0	1	1	3
ZBIR	250	240	295	668	1453

Grafik 8.



Grafik 9.



Ovako ekstremni rezultati većine medija u poslednjem kvartalu, a posebno za prva dva rangirana koji produkuju skoro trećinu (32,4%) od ukupnih negativnih priloga svih medija, opet upućuje na ponašanje direktno povezano sa ključnim događajem u tom periodu. Ono uzima maha tek pošto ključno lice, predsednik Srbije Aleksandar Vučić, iznosi prvu konkretizaciju okvira za rešenje, pa se stiče utisak da je većina medija pripremljeno i horski čekala na momenat kada će ekstremizovati svoju antikampanju. Ona kao da je tu više da bi kontrirala Predsedniku, na šta ukazuje prilično iznenadna i neravnomerna, dakle, neprirodna distribucija rezultata, nego što odražava nekakvo suštinski argumentovano, a kamoli odgovorno ponašanje prema temi od ključne važnosti za budućnost srpskog društva i države.

3.2 Kvalitativna analiza

U ovom delu govorimo o onom aspektu analize bez kojeg je proces odabiranja priloga nezamisliv, o onome što sadržajno čini njegovo negativno određenje, kao i o mehanizmima i motivima koji doprinose tome da se takvi kakvi jesu nađu u određenom mediju. Dakle, o onim rezultatima koji nemaju nikakve nužne veze sa brojkama. Kvalitativna analiza dopunjuje kvantitativnu jer joj pridodaje ono što ova ne može da ispostavi – profil, odnosno karakter antikampanje koja mobilise njene izvršioce radova, te utiče na konzumente. Bez određenja karaktera antikampanje, determinacija koordinata medijske scene po pitanju pokrenute inicijative za rešavanje kosovskog pitanja, ali i uopšte, nema nikakvog smisla. Slede u glavnim crtama prikazi nekih od, u tom smislu, najkarakterističnijih medija.

3.2.1 Afera i Pečat

List *Afera* spada u red desničarsko-nacionalističkih medija sa vezama u vojnim i državnim bezbednosnim službama i kriminogenim strukturama, a kadrovski gledano, uglavnom među ljudima u ranijim režimima iz vremena Slobodana Miloševića i Vojislava Koštunice. Njegov glavni urednik Gradiša Katić svojom biografijom predstavlja oličenje ovakvog opisa, budući da je bio blizak pripadnicima nekadašnje Jedinice za specijalne operacije, kao i „zemunskom klanu“, te urednik lista *Identitet* koji je zabranjen tokom vanrednog stanja 2003. godine. Katićeva uređivačka politika u *Aferi*, petnaest godina kasnije, premda obiluje gorenavedenim motivima i izvorima, konspirativnom tematikom i antizapadnjačkim diskursom, međutim, dozirana je i modelirana tako da uglavnom ne ide na uštrb i ne konfrontira se sadržajno pre svega sa

ličnosti Aleksandra Vučića, bilo kada je bio na mestu premijera ili kada je aktuelni predsednik Srbije, te desničarsko-orijentisanim članovima Vlade Srbije ili političarima tog tipa, bilo da su u vlasti ili opoziciji. Ovaj list posvećuje svega desetak strana aktuelnoj politici, još nekoliko istoriji, a ostalih tridesetak strana popularnoj kulturi, estradi, zabavi, crnoj hronici, sportu, što odgovara klasičnoj tabloidnoj strukturi, sa jačim, senzacionalističkim naslovima i prelomom karakterističnim za žutu štampu. *Afera* je, dakle, nedeljnik jeftinog sadržaja i cene namenjen čvrsto nacionalističkim biračima, dobrovoljcima u ratovima i ljubiteljima teorija zavere, prokazanim pojedincima koji su podržavali režime navedenih prošlih lidera, i koji se, čitajući ga, mogu osećati familijarno, ali bez raspirivanja negativnog raspoloženja prema vodećem čoveku vladajućeg režima i njegovoj nacionalnoj i regionalnoj politici, što ga po dejstvu čini umereno prorežimskim sa blago pacifističkim dejstvom u ultradesničarskom spektru populacije.

Zbog toga je u periodu od 17 meseci izdvojeno 20 negativnih priloga u vezi sa temom rešavanja kosovskog pitanja i jedna naslovna strana, što je relativno mali broj, ali ipak veći od onog iz *Informera* ili lista *Alo!* Uprkos tome što se ličnost predsednika Vučića ni u jednom tekstu direktno ne napada, a njegova politika ne poredi sa „izdajom“, stavovi u njima nisu u saglasnosti sa modalitetima koje podrazumeva trajno rešenje, a kamoli sa *razgraničenjem* prema kojem granice države koju je priznala većina zapadnih zemalja ne mogu u potpunosti biti one koje bi činile južnu granicu države Srbije. Najveći prostor u tom smislu dobijaju predstavnici političkih organizacija kao što su Zavetnici (Milica Đurđević), Narodni slobodarski pokret (Miroslav Parović), Srpska liga, ali i parlamentarne opozicione grupe Dveri (Boško Obradović). Svima njima zajednička je neupitna vera i odbrana političkih stavova Crkve, kao i nastojanje da se javnost uveri kako je jednog dana moguća reintegracija celokupne teritorije Kosova i Metohije u okvir države Srbije, po svemu sudeći izvedena oružanom akcijom; neke od navedenih ličnosti reinterpreteriraju Vučićevo nastojanje samo kao prvi korak u tom pravcu, dok mu se drugi potpuno suprotstavljaju konceptom „zamrznutog konflikta“.

Sve ono na šta *Afera* stidljivo implicira ili što bi, takoreći, drage volje pojačala, međutim, nikakav problem nema da približi *Pečat*, nedeljnik dopao u ruke grupe novinara iz, prema rečima Ljiljane Smajlović, „zlatnog doba“ nedeljnika *NIN*, nekadašnje postave koja je činila medijsko jezgro uticaja Demokratske stranke Srbije iz vremena vlasti Vojislava Koštunice i novog talasa narastajućeg nacionalizma nakon tragične pogibije premijera Zorana Đinđića –

Nikole Vrzića, Slobodana Ikonića, Igora Mekine, Slobodana Reljića i drugih. Kada poziciju glavnog urednika ovog lista u jesen 2017. bude napustio Milorad Vučelić, da bi je od Ratka Dmitrovića preuzeo u *Večernjim novostima*, u *Pečatu* glavnu reč praktično počinje da vodi Vrzić, dotadašnji Vučelićev zamenik, u vreme nakon atentata posebno blizak tadašnjem direktoru Bezbednosne informativne agencije Radetu Bulatoviću, kada je zajedno sa Ikonićem, Aleksandrom Tijanićem, Božom Prelevićem (Pokret slobodnih građana) i Milanom Veruovićem (Narodna stranka) najdirektnije osporavao optužnicu za ubistvo premijera i radio na relativizaciji sudskog procesa, zagovarajući postojanje dodatne grupe atentatora čiji su naručioci sa druge strane Atlantskog okeana. Ovo lice danas stoji iza najvećeg broja tekstova suprotstavljenih inicijativi predsednika Srbije za rešavanje kosovskog problema i unutrašnjem dijalogu, dok uređivačka politika nedeljnika sasvim transparentno ukazuje na onu grupu resantimanom prošlosti povezanih opskurnih figura čiji su ne samo interes, već i ideologija mračnjaštva, te svi razlozi postojanja ovom inicijativom najozbiljnije ugroženi.

Ovu ugroženost i neku vrstu nametnute, nemile ambivalencije u kojoj se aktuelnom politikom režima našlo sve ono što ovaj list reprezentuje možda najbolje ilustruje citat iz Vrzićevog teksta od 11. maja 2018. pod indikativnim nazivom „Dva Vučića“: „Jedan Vučić, očevidno, isključuje drugog. Jednoga se pribojavamo jer nema nikoga da ga spreči ako je odlučio da se preda, drugome se nadamo, jer u današnjoj Srbiji, zato što je tako glasala, nemamo kome drugom da se nadamo.“ Budući da pitanje pokrenute inicijative doživljava kao egzistencijalnu opasnost, za redakciju *Pečata* najčešći metod manipulacije je sugestija koja stalno, a vrlo često i istovremeno ide u dva smera: prva prema Predsedniku kojem se želi ukazati da treba da se vrati na pravi, nacionalistički put i da ne sme „izdati nacionalne interese“, dok je druga upućena čitaocima kojima se pokušava sve jasnije staviti do znanja da Vučić, s obzirom na ono što radi i za šta se zalaže po pitanju Kosova i Metohije, ne bi trebalo više da bude njihov izbor, što je indirektno ponovo poruka, tj. sugestija prvom primaocu. Stalna bojazan u formi dileme koja se postavlja u podtekstu najvećeg broja priloga mogla bi se izraziti rečima: da li će Vučić biti više kao Koštunica ili, pak, kao Boris Tadić koji je dozvolio da bude „marioneta u rukama Zapada“, kao što se to najdirektnije apostrofira u članku „Malo sutra?“ od 1. decembra 2017. godine.

Zbog toga je ovaj list vrlo često u stanju da vrši falsifikaciju u tumačenju Vučićevih izjava i trudi se da dopuni sva mesta na kojima je Predsednik

ostao nedorečen u vezi sa konkretnim modalitetima rešenja ili se izrazio nedovoljno precizno. Eklatantan primer falsifikacije kroz sugestiju viđen je u jubilarnom, petstotom broju *Pečata* od 15. decembra 2017. gde je Predsednikov autorski tekst pod nazivom „San o slobodi“ prelomljen dvostrano zajedno sa izjavom patrijarha Irineja „Kosovo je naš Jerusalim“ pri desnoj margini, čime se u ukupnom efektu postiže nivelizacija Vučićeve poruke i usmerava, tj. prema nastojanjima redakcije sugeriše čitaocima kako je treba razumeti, premda njegova inicijativa nema ništa zajedničko sa političkim stavovima Crkve. Za *Pečat*, sledstveno tome, pišu ili intervju daju ortodoksni akademici i konzervativni intelektualci, gde objavljuju i svoj Apel za odbranu Kosova i Metohije, kao vrhovno moralno načelo ističe se tzv. kosovski zavet, Putinova Ruska Federacija doživljava se kao neka vrsta srpske identifikacione prapostojbine, a svaki nepravičan gest zapadnih zemalja prema Srbiji prikazuje se kao samo još jedan od razloga za odustajanje od evrointegracija. Ovaj list, dakle, daleko je od funkcije pacifikovanja biračkog tela i pre bi se reklo da teži potpuno obrnutim radnjama, o čemu svedoči i broj od 143 izdvojenih negativnih priloga, što je, kao što je već rečeno, više i od *Vremena* i *NIN-a*. Interesantna je činjenica da je potreba za uredničkom sugestijom kao ekvivalentom opasnosti toliko ekscesivna da se umeće čak i u lidove članaka, boldiranjem tačno odabranih delova rečenica, preko kojih se odmah otključava formula na osnovu koje uredništvo želi da kompletan prilog bude shvaćen, što je postupak na koji ova analiza nije naišla ni u jednom drugom mediju.

3.2.2 *Alo! i Informer*

Nešto komercijalniji od nedeljnika *Afera*, dnevni list *Alo!* takođe spada u red tabloida koji koketira s nacionalističkim motivima, ali sa manje izraženim uplivom bezbednosnih službi i pod kontrolom je Željka Mitrovića, vlasnika *TV Pink*. Ove novine preuzimaju trendove političkih članaka koji imaju i *Informer* i *Srpski telegraf*, a koji se račva u dva segmenta: tekstovi o srpskoj opoziciji i tekstovi o susednim državama i njihovim rukovodstvima, od kojih su prvi intonirani tako da idu u korist vlasti, dok druga grupa, premda neretko obiluje momentima izazivanja netrpeljivosti prema drugim narodima (najčešće Albancima, Hrvatima i Crnogorcima), u kontekstu ovog istraživanja ide delimično naruku inicijativi rešavanja kosovskog pitanja jer podstiče želju da se ne želi živeti, a zatim i realnost da se ne može živeti u istoj državi sa kosovskim Albancima i njihovim rukovodstvom.

Alo! proizvodi oko trećinu strana političkog sadržaja, dok ostatak otpada na crnu hroniku i estradu. U okviru analize izdvojeno je svega sedam priloga i jedna naslovna strana, sa sadržajem, koji, kada je reč o kolumnistima, najviše podseća na *Aferu*: tu su apeli da se ne sme „izdati“ Kosovo i manipulacije kosovskim sentimentom Ivane Borić iz Srpske desnice, čija kolumna nosi naziv „Snajperom u metu“, kao i Zavetnica Milica Đurđević. Među člancima se izdvajaju intervju nekadašnje savetnice predsednika Tomislava Nikolića, Stanislave Pak, pod naslovom „Toma bi dijalog vodio bolje od Vučića!“ od 2. avgusta 2017, zatim favorizovanje i konfrontiranje Crkve potpredsednici Vlade Zorani Mihajlović iako stav Crkve ne podržava ideju *razgraničenja*, kao i tekstovi koji se najpre pozitivno odnose prema izjavi prvog potpredsednika Vlade Ivica Dačića da treba povući potpis sa Briselskog sporazuma, a zatim isto lice stavljaju u negativan kontekst spram Crkve koja ne prihvata njegovu inicijalnu ideju o podeli Kosova, od 3. maja 2018. godine. I za ovaj tabloid, dakle, Crkva često ima neprikosnoveni autoritet i nikakva kritička intonacija prema njoj nije dozvoljena – sve do momenta direktnih disonanci sa Aleksandrom Vučićem.

I kad je u pitanju najtiražniji dnevni list u Srbiji, *Informer*, situacija se ne razlikuje mnogo; za 17 meseci izdvojena su samo četiri negativna članka, što govori u prilog tome koliko je uređivačka politika ovog tabloida na čelu sa Draganom J. Vučićevićem sinhronizovana ili makar podilazi potrebama državnih nosilaca inicijative. Ovaj list odlikuje lepršav i prenapumpnan način plasiranja priloga, sa najvećim akcentom na tzv. visoku politiku (Istok–Zapad), koja je i ovde, kad god je to moguće, prelomljena u korist Ruske Federacije i njenog lidera Vladimira Putina. Kategorija istinitosti ne igra presudnu ulogu u formiranju priloga, već se stiče utisak da je list koncipiran, takoreći, za ljubitelje određenih tema – radi navijanja za tradicionalne prijatelje i omalovažavanja isto tako tradicionalnih neprijatelja. Otuda pojačan, adrenalinski naglasak na militarističkim motivima, opasnostima po ratove, razne pretnje svetskim kataklizmama, rad tajnih službi, što u hiperprodukciji ovog lista za čitaoce poprima dimenziju zabavnog, poput, uzmimo, gledanja akcionih filmova. Drugim rečima, oni „istraživači medija“ koji iz sebi interesnih razloga „otkrivaju toplu vodu“ saznanjem da tabloid poput *Informera* obmanjuje javnost neistinitim informacijama i na taj način pokušavaju da ga kodifikuju u normative, potpuno promašuju suštinu; koncept o kojem je ovde reč nikada nije ni bio osmišljen da funkcioniše u okvirima dihotomije istina–laž. Mogli bismo reći da kao da sam list i njegovi urednici svojim nategnutim preterivanjima između redova

upozoravaju da je shvatiti većinu priloga previše ozbiljno – jedna, za zdrav razum, sasvim neozbiljna stvar.

Informer, još više nego *Alo!*, napadno gasira tekstove koji govore o opoziciji i kosovskim Albancima, Hrvatima i Bošnjacima, većinom u direktnu i indirektnu korist aktuelnog političkog režima, baš kao što to čini i *Srpski telegraf*, koji je po svojoj uređivačkoj politici najbliži *Informeru*. Među četiri izdvojena negativna priloga spadaju članak o izjavi „ruskog eksperta“ Viktora Kolbanskog pod naslovom „Srbi, ako želite mir, spremajte se za rat“ od 30. marta 2018, a zatim i prilog „Aleksandar Čepurin: Kosovo srpski Krim“ koji je ukrašen nadnaslovom „Jasna poruka ruskog ambasadora u Beogradu“ od 12. septembra iste godine, koji su rezultat očajničkog vaganja i balansiranja kako se ne bi razljutili proruski čitaoci. Tu je i svečano prelomljena uskršnja poslanica patrijarha Irineja sa latentnim i nedovoljno određenim porukama namenjenim državnom vrhu i njegovoj politici prema Kosovu i Metohiji. Zbog toga ovaj list od svih ostalih okupira najizrazitiju funkciju pacifikacije kojom, po svemu sudeći, uspešno prevodi ekstremno desničarsko i desničarsko biračko telo (SRS, DSS i derivati), i predstavlja opciju Srpske napredne stranke, ili makar njenog lidera, kao prihvatljiviju i razumniju.

3.2.3 Večernje novosti i Politika

Dva najdugevećnja mejnstrim dnevna lista, *Politika* i *Večernje novosti*, sasvim verno odražavaju državotvornu nacionalnu politiku po pitanju rešavanja kosovskog problema i prednost daju formi objektivnog, neutralnog izveštavanja i klasičnih informativnih vesti, koje su građanima u principu najkorisnije i najpotrebnije, a kojih sve manje ima u drugim medijima. Oba lista, u tom smislu, takođe uvažavaju i prenose stavove Crkve i njenih velikodostojnika, s tim što *Novosti* to ipak čine izraženije, pak im češće ustupaju prostor za intervju u kojima se izražavaju nazori koji su u suprotnosti sa Predsednikovom inicijativom, te na taj način utiču na javno mnjenje.

Iz ovog lista je zbog toga izdvojeno 20 priloga i naslovnih strana, a primeri naklonjenosti uređivačke politike prema Crkvi i verskom sentimentu mogu se videti u tekstovima „Mislimo svojom glavom i nećemo ćutati o Kosovu“ od 19. septembra 2017, koji predstavlja reakciju episkopa bačkog Irineja na izjavu potpredsednice Vlade Zorane Mihajlović da Crkva treba da poštuje Ustav Srbije i da se ne meša u državnu politiku, potom u intervjuu istog sveštenog lica „‘Stara Srbija’ je naša tapija za Kosovo“ od 24. decembra 2017, u sličnoj formi i sa mati Atanasijom iz igumanije manastira Devič „Ima nade da

Kosovo ostane naše“ od 28. januara 2018, uskršnja poslanica patrijarha Irineja naslovljena sa „Ne smemo dati teritoriju za ulaz u Evropu“, te izveštaj sa Sabora SPC od 11. maja 2018, sažet u rečima „Crkva protiv podele Kosova“ koju prati fotografija čitavog sastava Sabora preko cele širine novina. Izdvojeni su i intervjui sa nekim od potpisnika Apela za odbranu Kosova i Metohije poput Svetomira Arsić Basare i Ljubiše Ristića. Dolaskom Milorada Vučelića na čelo lista očekivao se veći akcenat na nacionalističkom motivu u odnosu na prethodni period, ali ova analiza u tom smislu ne uočava nikakvu očiglednu promenu.

Sličnu vrstu naklonjenosti prema Crkvi pokazuje i *Politika*, gde članci takođe uvek sadrže ključnu poruku u vezi sa Kosovom i Metohijom, pa tako izveštaj sa okruglog stola na tu temu u Matici srpskoj od 18. novembra 2017. nosi naslov „Dogodine u Prizrenu“, intervju sa patrijarhom Irinejem od 7. aprila 2018. naslovljen je „Niko ne sme da se saglasi sa otuđenjem Kosova“, od 21. avgusta iste godine „Kosovo ne smemo dati, ako hoće neka ga okupiraju“, dok je vest da je Sabor SPC „protiv podele Kosova i Metohije“ od 11. maja identično kao u *Novostima* prelomljena grupnom fotografijom svih članova Sabora, koja je iz Crkve i stigla. Najveći broj negativnih priloga u *Politici*, međutim, stiže iz rubrike Pogledi u kojoj je otvorena javna debata o inicijativi Predsednika, naročito od jeseni 2017. kada je prvi put javno izražena potreba za unutrašnjim dijalogom kao neizostavnim aspektom rešavanja kosovskog pitanja u trajnom smislu reči.

Premda tekstovi u ovoj rubrici nesumnjivo daju veliki doprinos razmeni ideja, i u njima se, nažalost, najčešće primećuje odsustvo konstruktivizma, pa tako najveći broj autora izražava ili apriori pozitivan ili negativan stav prema modalitetima inicijative najviših državnika, i to na način što tačno određene grupe autora repliciraju jedna drugoj u potrebi da što više puta ponove već ranije izražene stavove o istom pitanju, umesto da prostor za pisanje možda bude ustupljen novim autorima i originalnijim rešenjima. Tako se javna debata na stranicama *Politike* mestimično pretvara u uzajamni rat dobro poznatih autora, što ih dalje neminovno više čini političkim agitatorima i netrpeljivim politikantima, nego istinskim učesnicima u intelektualnoj debati koja je otvorena radi opšteg dobra i poboljšanja političke situacije u zemlji. Negativni prilozi u ovoj rubrici potiču od sledećih autora: Radomana Jovića, Slobodana Samardžića, Dragana Maršićanina, Đorđa Vukadinovića, Miloša Kovića, Boška Jakšića, Miše Đurkovića, Čedomira Antića, Nikole Jovanovića, Alekse Nikolića, Slobodana Orlovića, Lazara Babića, Miodraga Kreculja, Ratka Mar-

kovića, Živadina Jovanovića, Dragomira Anđelkovića, Nikole Stojanovića, Zorana Vučinića, Zorana Ivoševića, Branka Pavlovića, Muharema Bazdulja, Dragiše Bojovića, Vladimira Prvulovića i Novaka Bjelića.

Izvestan broj ovih autora, kao deo poraženog resantimana Vojislava Koštunice, oglašava se na istu temu i u nedeljniku *Pečat*, ali i u drugim medijima; *Politika* je, takođe, jedini list, pored *Pečata*, koji je na Badnji dan, 6. januara 2018. godine, objavio Apel za odbranu Kosova i Metohije sa listom njegovih potpisnika. Od otkaza koji je nakon svoje ostavke sa mesta glavnog urednika ovog lista sredinom 2016. dobila Ljiljana Smajlović, primećena je nešto manje agresivna snishodljivost prema Rusiji; istovremeno, urednik političke rubrike u *Politici*, Bojan Bilbija, takođe je i redovan autor *Pečata*. Ukupan broj izdvojenih negativnih priloga dostiže 65, a od njih je samo šest van rubrike Pogledi; poznati disklejmer „prilozi objavljeni u rubrici ‘Pogledi’ odražavaju stavove autora, ne uvek i uređivačku politiku lista“ u prelomu stoji, slučajno ili ne, najčešće ispod nekog od negativno intoniranih tekstova.

3.2.4 *Vreme, NIN i Nedeljnik*

Kada govorimo makar o nedeljnicima *Vreme* i *NIN*, važno je znati da time ujedno stupamo na teren koji u strogom smislu reči više nema inicijalnih veza sa novinarstvom kao informativnom i izveštavalačkom delatnošću. Jedina rudimentarna stvar koja je preostala, a i ona je tu samo da bi ispunila formu, jeste intervju, koji je u ovim medijima po pravilu predefinisana na način što se uvek vodi sa istomišljenicima, tj. sa licima koja sa novinarom koji ih intervjuiše poseduju najmanji zajednički sadržalac kada je reč o domaćoj politici – negativan (a ne kritički) odnos prema aktuelnoj vlasti, koji je takođe po pravilu uvek u krajnjem izveden samo iz odnosa prema političkoj ličnosti Aleksandra Vučića. Odlika ovih medija je, dakle, to što su bukvalno izgrađeni na negativnim priložima; sve što postoji, osim intervjuja, jesu novinarske kolumne, dok reportaže pre liče na autorske tekstove od kojih je napravljen poligon za forsiranje sopstvenih stavova.

Višedecenijsko iskustvo u novinarskim manipulacijama ovde je presudnije od formalnog obrazovanja; dobar deo novinara ne samo što nema završen odgovarajući fakultet, nego krije da radi sa srednjom stručnom spremom. Istovremeno, ovaj ambijent poprište je nikada veće arogancije i intelektualističke umišljenosti, gde se novinari, osim toga što i sami nisu edukovani za posao kojim se bave, ali veruju da je baš ono što čine nekakva viša forma novinarstva, ponašaju i kao veći znalci drugih javnih profesija od onih koji su ih stekli

stručnim obrazovanjem i usavršavanjem. Tako se stiče utisak da misle da se bolje razumeju u politiku od samih političara, u ekonomiju od ekonomista, u istoriju od istoričara, itd, što posebno važi za ton kojim odiše *Nedeljnik* Veljka Lalića. Mediji o kojima u ovom delu govorimo indiferentni su na svako ideološko očajavanje, ne poznaju problem u kakvom se, uslovno rečeno, nalazi *Pečat*, jer su, po pravilu, pod direktnim uticajem krupnog kapitala iz privatnih tokova (pre svega Miroslava Miškovića, Dragana Đilasa i Dragana Šolaka), što znači da su prisiljeni da provlače interese svojih finansijera u sopstvenim tekstovima, a tuđe stavove da prekodifikuju u svoje. Sve ovo je uslov da jedan medij počne da funkcioniše po principu „sve ide“ i da nevažno postane ko je iz koje sfere i kojih su političkih boja kontributori, dok god je sve koncentrisano na zajedničku metu. Novinarstvo izveštavanja ovde je sasvim zamenjeno novinarstvom lansiranja, a novinarstvo informisanja novinarstvom efekata; norma uspeha u novinarstvu postaje mera odjeka i uticaja, umesto mera istinitosti, čast smenjuje prljavština i bezobrazluk, dok se listovi takmiče ko će pod plaštom „istraživačkog novinarstva“ da otvori više afera – sve to jer se navodno više nema vremena za gubljenje u uzajamnim razmiricama, budući da je na kocki nečiji već uložen novac. Sve ostalo samo su nijanse u razlikama.

Tako su u *Vremenu* dominantne dve vrste ukombinovanog delovanja: relativizacija i kafanski cinizam: potonje je samo aroma da bi se izvršila simulacija inteligencije i ozbiljnosti, dok se relativizacija najčešće vrši zamenama teza i obrtanjem fokusa. Time je postepeno, višegodišnjim kontinualnim pisanjem takve vrste o jednom režimu, formirana paralelna stvarnost, koja se zatim etablira kao patos da bi sve drugo, tj. realni potezi čelnika vlasti redovnim čitaocima delovali kao neprestana i nesnosna laž. Tema Kosova i Metohije ovde je, dakle, najčešće samo jedna od mnogih pozornica za izvođenje ovakvog manipulativnog delovanja, što znači da konkretan odnos na taj način zasnovanog medija prema ovoj temi (ili nekoj drugoj) kao takav ni ne postoji. Pravi primer za to su kolumne glavnog urednika Dragoljuba Žarkovića, čiji domen podrazumeva posprdan osvrt na nedeljni izbor scena i ništa više od toga. U takvim okolnostima svaka nova tema ili događaj postaju samo povod koji se uvek može navući na svoju vodenicu, te jedino u kontekstu tih i takvih izopačenja npr. prilog o hapšenju Marka Đurića od 29. marta 2018. može dobiti naslov „Kosovsko proleće Aleksandra Vučića“, a smrt Olivera Ivanovića, dva dana pošto se desila, biti opisana kao „Politika najavljenog ubistva“. Iz ovog nedeljnika, u kojem je, dakle, postupak relativizovanja vrlo često samo korak do još milije kriminalizacije, izdvojeno je ukupno 117 priloga.

Jednostranost kao odlika svakog od ovih listova podrazumeva mnogo više od toga da se afirmativan prostor ustupi samo opozicionim liderima ili njima bliskim pojedincima. Ona uključuje uslov da i sami novinari poklanjaju nepodeljenu ličnu naklonost upravo njima i da za osnovu istinitosti i relevantnosti u svojim priložima bezrezervno uzimaju upravo ili isključivo ono što od istih tih predstavnika opozicije dolazi. To znači da ne postoji intervju u kojem se prećutno čak i nešto neugodnija pitanja ne fingiraju kao samo usputna i prisutna jedino radi privida objektivnosti. Oni pak tekstovi koji ne spadaju u intervjue, u *NIN-u* su, na primer, prinuđeni da budu prepuni ironije jer za svoje polazište uzimaju upravo gore opisano. Da tome nema granica, te da zapravo ničega nema što ne bi bilo podložno odbrani, samo ako to može nekako da se okrene protiv režima, svedoči tekst Sandre Petrušić od 18. januara 2018. pod nazivom „Crkva može sve samo da ne dira vlast“, gde se optužba Amfilohija Radovića da je Vučić na putu da počini veleizdaju, kada je reč o Kosovu i Metohiji, izvrće i prećutno opravdava posledicama, tj. napadom na odgovore koji su usledili od državnih zvaničnika i medija bliskih vlasti zbog izjave Radovića.

Na taj način se tema teksta manipulacijom šiftuje i više nije reč o novinarkinoj nameri da eventualno ispita utemeljenost i motive izjave mitropolita crnogorsko-primorskog, nego o silovanju konteksta da se u centar stavi „medijska mašinerija“ koja se zbog izjave Radovića (ili Save Janjića) pokrenula radi odbrane Predsednikove inicijative. Prilog je opremljen nimalo slučajno fotografijom koja prikazuje Radovića kao mučenika sa zatvorenim očima, sklopjenim rukama i pognutom glavom, koja u ukupnom učinku treba da pokaže kako prolazi Crkva pod čizmom jedne autoritarne vlasti. Šta tek, međutim, reći za opremu megaintervjua od čitavih osam strana koji je isti „mučenik“ dobio u *Nedeljniku* 19. aprila iste godine, listu koji, uzgred budi rečeno, ima tri puta manje izdvojenih negativnih priloga od *NIN-a* (97:31)? Na nestvarnoj fotografiji objavljenoj preko cele stranice, Amfilohije u crnoj mantiji i sa štapom u ruci okružen je sa tridesetak dece na poljani (motiv na brojnim ilustracijama o Isusovoj propovedi), odevenom u belo koja stoje i kleče oko njega u strahopoštovanju, dok mu jedno od njih ljubi ruku. Naslov intervjua glasi „Nemoj nikad da ratuješ sa crkvom“ (poruka komplementarna onoj koju je citirajući Svetog Pavla uputio na opelu tokom sahrane premijera Đinđića 15. marta 2003. godine: „Ko se mača lati, od mača će i poginuti...“). Dakle, dva različita nedeljnika, dve različite novinarske forme – u suštini, jedna te ista poruka.

U prilog principu „sve ide“, zapanjuje lakoća kojom se do tada potpuno nepoznata osoba, Bogoljub Milošević, nastavnik iz Kosovske Kamenice, mogla naći na naslovnoj strani *NIN-a* od 13. septembra 2018, u krupnom planu, samo zbog toga što nije želeo da ide na miting Aleksandra Vučića u Kosovskoj Mitrovici, čije su pismo mediji *Danas* i *N1* pre toga objavili. Činjenica da je ova osoba, identično kao i Anfilohije Radović, razloge odbijanja videla u nameri Predsednika da „proda“ Kosovo i što je svoje prisustvo na mitingu doživljavala kao saučesništvo u „izdaji“, što su *par excellence* ortodoksni i nacionalistički razlozi, uredništvu *NIN-a* nije ni najmanje zasmetala da u fokus priloga stavi navodnu prisilu koju vladajući režim sprovodi nad građanima kako bi se pojavili na Vučićevom mitingu. Analizom smo se odlučili da apostrofiramo upravo ovu vrstu motiva (crkvenih, nacionalističkih) kako bi čitalac tačno mogao da uoči razliku u njihovoj upotrebi u odnosu na primere sa istim motivima iz ranije navedenih medija. Dakle, identifikacija novinara sa bilo kakvim ideologemima, pa makar i delimična, u ovim nedeljnicima, ali i u ostalim medijima čiji pregled sledi, ne igra više apsolutno nikakvu ulogu.

3.2.5 *Blic* i *Kurir*

Za ova dva tabloida, pored uglavnom bezlične uređivačke politike koja u nekim periodima funkcioniše samo na bazi pretpostavke, važi pravilo da su otvoreni za upliv spoljnog kapitala, sa koje god strane on dolazio, koji najčešće iznuđuju ucenjivanjem ne samo političara, već i javnih ličnosti sa estrade. Zbog toga se stiče utisak da u ovim medijima postoji određena konstanta – fiksacija na tačno određenu grupu ljudi iz sfere politike i estradne ličnosti koji su uvek na lošem glasu (Bratislav Gašić, Aleksandar Vulin, Jelena Karleuša...), te nikada ne mogu dobiti pozitivan ili makar delimično pozitivan prilog. Osim te kategorije, postoje i one ličnosti koje su na meti samo periodično, u vezi kojih se najpre piše negativno, a potom uopšte ne piše ili se pak to čini ređe pozitivno. Ovo najbolje ocrta novčanu determinantu i činjenicu da ovi mediji umeju da budu toliko fleksibilni i savitljivi (beskičmeni) da u svakom trenutku mogu da se prilogode i izađu u susret najvećem broju „sponzora“, makar oni bili i lični, politički ili poslovni rivali, te na taj način profitiraju, odnosno ekstraprofitiraju. To nas dovodi do zaključka da striktno, tj. konzistentno uređivačke politike u ovim listovima ni nema jer, uslovno govoreći, njihovu „uređivačku politiku“ u najvećoj meri čini zapravo samo zbir sa raznih strana interesno sklepanih i na jednom mestu objavljenih priloga, bilo da su oni naručeni i pretplaćeni, ili tek treba u svojstvu upozorenja da ostvare dobitak iznuđom

(koju tako ne zovu). U poređenju sa npr. listom *Danas* i televizijom *N1*, koji su pod apsolutnom, čak i vlasničkom kontrolom krupnog kapitala, i čije uređivačke politike najdirektnije zavise od jednog ili nekoliko međusobno povezanih biznismena, pa se u tom smislu može reći da su jasnije orijentisane i koherentnije, *Blic* i *Kurir* izgledaju kao prodavnice-svaštare, tzv. salate. Znati praviti novine (porodično geslo Radisava Rodića) u ovom slučaju, dakle, znači, znati kako maksimalno isplatiti, odnosno unovčiti svaki objavljeni prilog.

Ovakav konceptualni okvir novina preliva se u *Blicu* čak i na temu od opšte važnosti, kakva je inicijativa za rešavanje kosovskog pitanja. Zavidan broj izdvojenih negativnih priloga dolazi od izjava ili intervjuja opozicionih lidera, čiji se naslovi i nadnaslovi, po pravilu, gotovo nikada ne izvrću i ne relativizuju u odnosu na poruku koje je to lice želelo da pošalje. Drugi korpus predstavljaju kolumne, među kojima su najčešće one Veselina Simonovića, višedecenijskog uzurpatora *Blica* što sa mesta glavnog urednika, što direktora, Ranka Pivljanina, inače novinara ovog lista i Olje Bečković. Posebnu bizarnost, neobjašnjivu iz vizure novinarskog profesionalizma, čine uratci pod pseudonimom „poslušni građanin Srba“ glumca Žarka Jokanovića, upućeni u formi pisma pretežno predsedniku Srbije, bez decidnog oslovljavanja i u drugom licu jednine. Ovi naime satirični članci odražavaju ubedljivo najvulgarniji i najprostačkiji sadržaj u tabloidu. Rubrike kulture, zabave i sporta takođe su intervjuima poznatih glumaca, muzičara, režisera, književnika, intelektualaca, pa i sportskih trenera, koji se samo formalno pozivaju profesionalnim povodom, neretko ispolitizovane posredstvom naslova koji sadržajno uopšte ne korespondiraju s profesijom tih lica, već su navodno tu da opišu krajnje negativno „stanje u društvu“.

Ipak, presudno za temu kojom se ova analiza bavi jeste mahom snobistička, „visinska“ pozicija (slično *Nedeljniku*) sa koje pišu novinari ovog lista, a koja upravo zbog toga završava u neizbežnoj površnosti, poput naslova u Pivljaninovom prilogu od 7. oktobra 2018. koji glasi „Vučić šeta, Tači plovi, a na Srbe pucaju“, ili pak onaj u tekstu Ivane Mastilović Jasnić o stavu kancelarke Angele Merkel prema promenama granica na Balkanu: „Pitamo se čije je Kosovo, a za Zapad je to gotova stvar“. Ova forma, kao deo najobičnijeg novinarskog foliranja, da je *Blic* kao „glas razuma“ uvek na strani naroda koji „sve vidi“ i kojem je „sve jasno“, gde su političari oni koji po pravilu ne vode računa o građanima već o samima sebi, jeste ovde najčešći stil manipulacije, posebno degutantna i licemerana ako se uzme u obzir prethodno opisani odnos uređivačke politike *Blica* prema uplivu novca. Sličan koncept snobizma, sa dodat-

kom sprdnje i ismevanja koji mogu da dele samo politički istomišljenici, vidljiv je i u stripovima Marka Somborca (kao uostalom i kod karikaturista Predraga Koraksića i Dušana Petričića), gde se predsedniku Vučiću neretko spočitavaju motivi iz njegove političke prošlosti isključivo radi pokušaja relativizacije aktuelne politike koju vodi i izazivanja prividnog paradoksa.

Problem sa ovako koncipiranim „konceptualnim“ umetnicima, međutim, pre svega leži u tome što u njihovim crtežima od humora (ili satire) važnija postaje najčešće hiperostrašćena, uskojednodimenzionalna poruka kako treba interpretirati neki politički događaj, koja se šalje prošvercovana kroz tzv. umetničku formu. Ovaj tabloid, iz kojeg je izdvojeno 105 negativnih priloga, objavljivao je tematski serijal pod nazivom „Šta je budućnost Srbije na Kosovu i Kosova u Srbiji“, u kojem su samo neki od naslova: „Za rešenje problema Kosova nisu spremni ni vlast ni narod“ od 9. jula 2017, „U dijalogu više nema dobrog rešenja za Srbe“ od 11. jula 2017, „Sve politike Srbije za Kosovo su stranačke“ od 21. jula 2017, „Koliko se zakasnilo sa idejom o podeli Kosova“ od 5. avgusta 2017, „Dijalog je potreban, ali kasni bar 10 godina“ od 6. avgusta 2017. godine, itd. *Blic* je medij koji je prvi najavio Predsednikov govor u Kosovskoj Mitrovici kao „Vučićev Gazimestan“ i time napravio direktnu aluziju na Slobodana Miloševića, koju su zatim preuzeli ostali.

Kurir pak, kao što je to jasno uočljivo u kvantitativnom delu analize, pokazuje najrazličitije ponašanje od svih medija, dovoljno veštačko da se može reći da je van svih periodičnih trendova, kada je reč o pojavljivanju negativnih priloga, što upućuje na postojanje kampanje koja ima za cilj iznuđivanje, a u ovom slučaju oprost krađe novca, direktno od države. Od ukupno 27 izdvojenih priloga, čak 23, odnosno oko 85 odsto, dolazi iz prvog kvartala, u periodu kada ovaj tabloid, pritisnut nalazima inspektora Poreske uprave Srbije da je firma Aleksandra Rodića Custom Group d.o.o., nekadašnja Kurir info d.o.o., nezakonitim prenosom nenovčanog kapitala početkom 2014. godine utajila porez koji na dan 10. jul 2017. iznosi tačno 366.558.068 dinara, vodi kampanju protiv vlasti zamenom teza da se režim preko Poreske uprave obračunava sa tim medijem zbog objavljivanja negativnih priloga, dovodeći tako javnost u zabludu i krijući pravo ime firme zbog koje su blokirani i računi povezanih kompanija. U pitanju su prilozima u kojima se Predsednik i Srpska napredna stranka optužuju za „veleizdaju“ zbog poziva kosovskim Srbima da učestvuju u najvišem izvršnom organu prištinskih vlasti, dok se Predsednikov poziv na nacionalni dijalog u tekstu pod nazivom „Vučić traži saučesnike za priznanje Kosova!“ od 13. jula 2017. karakteriše kao „alibi za odustajanje od Kosova i

Metohije“. Samo dan kasnije, u prilogu „Ko pazari kukavičje jaje“, čitava inicijativa za trajnim rešenjem biće proglašena „šupljom pričom“ uz zaključak, slično kao i u *Blicu*, da je Predsednik zakasnio za nacionalni dogovor. Srazmerno novčanim problemima, napadi ovog tabloida toliko su beskrupulozni da se čak i izjava predsednika Olimpijskog komiteta Srbije Božidara Maljkovića da srpski sportisti neće bojkotovati himnu Kosova, tj. da neće mešati politiku u sport, prilogom od 18. avgusta 2017. predstavlja u negativnom kontekstu.

Dok je čekala na razrešenje situacije, odnosno „strateške partnere“ koji će preuzeti *Kurirova* dugovanja prema državi, redakcija ovog tabloida, kako je vreme odmicalo, postepeno je u talasima, gotovo kalendarski precizno, obustavljala, ili bolje „otpuštala“ napade na strukture vlasti, i to na način poprilično sličan onom kako je i započela da ih napada juna 2017, te ranije oktobra 2015. godine. Aleksandar Rodić razvio je sukcesivni model reketiranja koji se može protezati i u dužim vremenskim intervalima, a čija glavna karakteristika podseća na dugotrajno reptilsko varenje, tj. sve veće stezanje obruča kroz sve jaču i sve centriraniju sugestiju onome koji je jedini u stanju da odobri iznudu – predsedniku Srbije. Sistem koncentričnih pritisaka, nazovimo ih poetično „krugovima pakla“, funkcioniše posredstvom kaskadnog doziranja koje se postiže pažljivim targetiranjem ličnosti ili grupe koji pripadaju strukturama vlasti. Oni manje lojalni i ne preterano bliski Aleksandru Vučiću na udaru su u prvom naletu, zatim oni bliži, pa stranka, i najzad sam Predsednik, nakon čega sledi obrnuti proces. Kao što je već rečeno, ovaj kontraktivni ciklus stezanja i otpuštanja već je sa Vučićem dva puta, reklo bi se uspešno, ponovljen od 2015. naovamo; broj negativnih priloga u vezi sa inicijativom rešavanja kosovskog problema u četvrtom kvartalu, dakle, u vreme njihovog opšteg trenda rasta, svega je dva.

3.2.6 *Danas i N1*

U profesionalnom smislu, list *Danas* je samo formalno medij; u političkom, on je ništa drugo do propagandno glasilo antivladine grupacije Savez za Srbiju, koja je projekat Dragana Đilasa i Mirolava Miškovića – dakle, umivena verzija nekadašnjeg *Pressa*. Iako ne izveštava o estradi, čime se obično bave tabloidi, ovaj list, a naročito od stupanja Dragoljuba Petrovića – novinara prozvedenog u Rodićevoj fabrici „novinarskih veština“ (tabloidima *Glasu javnosti* i *Kuriru*) – na mesto glavnog urednika juna 2016, suštinski je „inoviran“ prenetim *know-how* i primenjuje sve manire koji čine tabloidno novinarstvo. Profesija novinara u *Danasu* ne poseduje nikakvu strukovnu maksimu već samo poli-

tički cilj, a to je smena režima kojeg reprezentuje Aleksandar Vučić, na osnovu čega proizilazi nezajažljivost u hiperprodukciji od čak 264 negativna priloga u analiziranom periodu samo na temu rešavanja kosovskog pitanja i unutrašnjeg dijaloga. Ovaj list nepovratno je izgubio nekadašnji epitet „građanskog“ iz vremena borbe protiv Slobodana Miloševića i postao oličenje tajkunskog pamfletizma, ili eufemizovano, potpada pod potpuni uticaj biznismena sa političkim aspiracijama. Od septembra 2018. prostor za svoju nepotpisanu kolumnu podrugljivog naziva „Reč tajkuna“ ima i sam Miroslav Mišković, koju koristi da napada vlast, provlačeći uzgred svoja viđenja, najčešće o razvoju privrede, a pre svega poljoprivrede, razvoju sela, zadrugarstvu i sl. – sebe, zajedno sa svojim kolegama, pominjući u trećem licu.

Objavljivanjem velikog broja laži i poluistina, naslova i lidova koji ne korespondiraju sa sadržinom tekstova, skrivanjem imena autora iz prenetih tekstova koji se plasiraju u inostranstvu a potiču iz Srbije, zbog tendencioznog prepravljavanja tuđih reči i falsifikacija, pa čak i otvorenog vređanja svojih meta pod plaštom formi satire i humora, *Danas* krši kodekse novinarstva na dnevnom nivou i list je sa ubedljivo najvećim brojem demantija, odgovora i reagovanja u Srbiji. Istovremeno, ova istina se nimalo slučajno od javnosti skriva potpuno oprečnom kampanjom, koja simptomatično jača što je uticaj krupnog kapitala iz privatnog biznisa veći, o tome da su mediji poput *Danasa*, *TV N1*, *Vremena* i drugih jedina preostala slobodna, nezavisna, profesionalna i objektivna glasila. Za ovo je pak zadužen Savet za štampu kojeg od 2016. praktično kontroliše politički kartel pod nazivom Nezavisno udruženje novinara Srbije (NUNS), čiji se predsednik Slaviša Lekić, intimus Dragana Đilasa, prema uticaju koji ima na taj tabloid, može smatrati nezvaničnim Petrovićevim kourednikom u *Danasu*. Vrhunac „profesionalizma“ ovde npr. predstavljaju kvaziankete na koje se izjašnjavaju pretežno istomišljenici, a u kojima je jedno od postavljenih pitanja i ovo: „Šta mislite o tome što predsednik Srbije Aleksandar Vučić svoje konferencije za štampu završava rečima 'hajd' zdravo?'“

Većina kolumnista ili autora tekstova ovog lista istovremeno su politički aktivisti i članovi opozicionih partija, a neretko i sami njihovi lideri, čijim se priložima nikada ne manipuliše. Suprotstavljeno mišljenje, tzv. druga strana kao neizostavna za svaki iole balansiran izveštaj, odnosno mišljenje predstavnika vlasti, u ovom tabloidu uopšte ne postoji niti se smatra nužnim za izradu priloga, kao ni sastavnim delom posla. U formuli *Danasa* rezultat ostaje zagarantovano negativan sa ili bez njihovog participiranja, zbog čega malo ko iz vlasti uopšte još želi da učestvuje u takvim prevarama, da daje izjave za taj

list i na taj način bude uvučen u prljave i niske novinarske rabote. Za izradu priloga koji treba da idu na štetu vlasti, novinari *Danas* su, dakle, u stanju da pozovu i do pet sagovornika-istomišljenika odabranih uvek tako da se otrpili-ke zna kakvi se odgovori mogu od njih očekivati, formirajući onda finalni proizvod koji im prividno omogućava da se sakriju iza mišljenja sagovornika. Jednostranost pomešana sa prefriganošću, koja brojem učesnika u prilogu treba da simulira da postoji nekakav konsenzus o negativnom mišljenju prema vlasti u širem delu javnosti („Analitičari složni:..“, „Eksperti se slažu:...“, i sl.), manipulativna je karakteristika ovog lista i njegovih novinara još iz vremena kampanje koju je vodio protiv premijera Đinđića, među kojima se isticala i Jasmina Lukač, aktuelna urednica političke rubrike. Lukačeva u ovom tabloidu danas pak ima zadatak da takoreći „poravna neravnine“, tj. potencijalnim biračima učini prihvatljivim ideološki nespojive pojedince okupljene u Savezu za Srbiju.

Onako kako je Savez za Srbiju, tj. Dragan Đilas okupio pojedince nepojivih ideoloških uverenja, pokušavajući da kopira *catch-all* princip, upravo tako je *Danas* postao njihov poligon za javno iskazivanje stavova i kada je tema Kosova i Metohije u pitanju, gde na jednom mestu konačno mogu da pišu pojedinci od Boška Obradovića iz Dveri pa sve do novinarku Snežane Čongradin, drugosrbijanskog dekadenta. Posebno opskurni slučaj sa ekstremno desnog spektra predstavlja figura Marka Jakšića, nekadašnjeg člana DSS-a, danas predstavnika Narodnog pokreta Srba „Otađzbina“, koji umesto da se oglašava u svom, reklo bi se, nativnom ambijentu, listovima kao što su *Pečat*, *Afera* i slični, funkcioniše pak kao pivot-figura na navođenje, te zbog svojih interesnih veza sa Đilasom, prostor dobija samo u onim medijima na koje Đilas ima uticaj – u *Danasu*, *N1*, *NIN-u*, *Novoj srpskoj političkoj misli* i drugima – uostalom, slično kao i Rada Trajković, koja bi inače trebalo da bude lokalni antipod upravo Jakšiću. Zato će, onako kako su novine *Pečat* i *Politika*, zbog delimičnog ideološkog preklapanja njihove čitalačke publike, u vreme božićnih praznika 2018. objavile Apel za odbranu Kosova i Metohije, latinični *Danas* u sekciji oglasa 12. marta iste godine, na petnaestogodišnjicu ubistva premijera Đinđića, biti finansijski prinuđen da u originalnom ćirilicnom pismu objavi nacionalistički proglas u kojem se režim takođe optužuje za izdaju, tzv. narodnu inicijativu pod nazivom „Ustani za Kosovo!“, iza koje stoji upravo „Otađzbina“, kao što objavljuje i druga saopštenja ove organizacije.

Pored propagandnih priloga Vuka Jeremića, Boška Obradovića, Borka Stefanovića, Borisa Tadića – ali u poslednje vreme ne i Saše Jankovića koji je u

sukobu sa Draganom Đilasom – upakovanih u formu vesti agencija *Beta* i *FoNet*, koje su to u stanju da naprave i od jednog običnog tvita, ovaj tabloid, baš kao i televizija *N1*, redovno prenosi sve izjave zapadnih, ali i prištinskih zvaničnika i njima srodnih intelektualaca koje se suprotstavljaju Predsednikovoj inicijativi, a neke od njih i direktno intervjuiše (Aljbin Kurti, Škeljzen Malići, Mustafa Nano, Azem Vlasi...), na taj način pokušavajući da dekodira albansku propagandu i učini je antivučićevski delatnom i u srpskom mnjenju. Usled široke liste uzajamno neuporedivih sagovornika, od kojih je Đilas u međuvremenu napravio saveznike, mogu nastati međusobno potpuno oprečni naslovi, od kojih svaki ipak podrazumeva kontekst protiv nastojanja vlasti, pa tako dve sukcesivne naslovne strane, od 29. juna i 30. juna 2018. glase „Referendum o Kosovu bolje rešenje od izbora“ i „Referendum o Kosovu potpuno besmislen“, dok se treći sličan naslov pojavio dva meseca kasnije, 27. avgusta: „Referendum o Kosovu biće farsa u režiji vlasti“.

Na to da je opoziciona ostrašćenost praktično srasla sa uređivačkom politikom, ukazuje neshvatljivo agresivna kampanja ovog lista protiv kosovskog rešenja, da je čak i podršku američkih i ruskih zvaničnika za Predsednikov plan o *razgraničenju* navijački nastojao da prikaže kao neistinu, npr. u naslovnicama „Putin stišao Vučića“ (unutra dodato ispred „Diplomate:“) od 3. oktobra i „Vučićev plan za Kosovo nije prošao kod Putina“ (unutra „Putin se nije izričito izjasnio o Vučićevom planu za Kosovo“) od 4. oktobra, te „Skot srušio predstavu da SAD menjaju politiku“ od 18. oktobra 2018. godine. U svojstvu pobornika teorija zavere i teze kako je priznanje Kosova između Tačija i Vučića već odavno u Briselu dogovoreno, a da je sve ostalo samo predstava za javnost, redakcija *Danasa* je dva dana nakon brutalnog hapšenja šefa Kancelarije za Kosovo i Metohiju, 28. marta objavila naslovnicu „Kao da je Marka Đurića neko namerno žrtvovao“ (navodnici u službi već objašnjenog zaklanjanja iza sagovornika, među kojima je i Sonja Biserko), a samo dan po Vučićevoj poseti Kosovu, kada su Albanci organizovali barikade i napali kolonu iz Srbije, 11. septembra 2018. prilog „Sanja Kljajić: Još jedna predstava u kojoj su novinari kolateralna žrtva“. U ovom tabloidu, u kojem se više ne može naći nijedan prilog u korist predsednika Srbije ili stranke na čijem je čelu, identično kao što to čine i nedeljnici *Vreme* i *NIN*, posredstvom izjava pripadnika opozicije sa severa Kosova bliskim Draganu Đilasu, ubistvo Olivera Ivanovića povezuje se sa Milanom Radoičićem iz Srpske liste, kako bi se izvucla veza do državnog vrha u Beogradu i isti označio kao nalogodavac za taj zločin.

N1 je od samog osnivanja zamišljena, a time automatski i zapečaćena, da bude informativna televizija zavisna od kablovskog operatera SBB i njenog vlasnika Dragana Šolaka, posredstvom krovne Junajted grupe koja je vlasnik i brojnih drugih kanala koji se emituju na ovoj mreži, a koju svojom pretplatom finansiraju građani Srbije i samim tim političku propagandu *N1*. Još uoči redovnog emitovanja programa, da bi prikazala kakva medijska batina planira da bude radi ostvarivanja poslovne dobiti svog vlasnika i dobijanja ustupaka od države koji takvu dobit omogućavaju, ova televizija odlučila je da se reklamira scenama prebijanja rođenog brata predsednika Republike sa Parade ponosa septembra 2014. godine i taj snimak u promo svrhe stavi na raspolaganje drugim televizijama. Glavni čovek od Šolakovog poverenja u ovom mediju jeste programski direktor Jugoslav Ćosić, medijski trgovac sa bogatom istorijom posredovanja i medijskog aktivizma npr. u dovođenju *TV Fox* u Srbiju 2006, potom njenoj akviziciji 2009. od strane Antena grupe, kao i prilikom dokapitalizacije medijske kuće B92 oktobra 2010, nakon koje je isto pravno lice postalo većinski vlasnik dve televizije sa nacionalnom frekvencijom. Nekadašnji novinar Ćosić zakoračio je na teren potpuno transparentnog sukoba interesa, postavši u međuvremenu i član Upravnog odbora SBB Fondacije u vlasništvu SBB-a, a njegova *N1*, postavljena na prvo mesto liste kanala koju korisnici ne mogu da menjaju, paralelno s tim, puki propagandni megafon firme SBB, monopoliste na tržištu kablovskih operatera, kojem zbog toga više nije ni potrebna sopstvena PR služba i koji se, osim direktno sa aktuelnom vlasti, preko *N1* najčešće obračunava sa povezanim državnim neprijateljima: *RTS-om*, Regulatornim telom za elektronske medije (REM) i Telekomom, svojim najvećim biznis konkurentom. U portfoliju investicionog fonda KKR, donedavnog vlasnika čitavog regionalnog konglomerata, *N1* je bila predstavljena kao televizija koja navodno podržava proreformsku i proevropsku srpsku vladu, i zalaže se za međusobnu toleranciju i pomirenje među narodima u regionu.

Zaradu od oglašavanja, odnosno emitovanje reklama na Šolakovim kanalima u čitavom regionu obezbeđuje firma Dragana Đilasa Dajrekt medija, koja je 2018. po drugi put u istoriji fingirano prodana (prvi put 2013. bugarskom državljaninu), a zapravo samo privremeno ustupljena Šolaku koji sa Đilasom preko firme Junajted medija ulazi u biznis produciranja i emitovanja domaćih filmskih, serijskih i drugih programa na kanalu Top. U svojstvu nezbežnog Đilasovog partnera, Miroslav Mišković sredinom 2018. dobija prostor za intenzivno reklamiranje svoje knjige „Ja, tajkun“ na svim kanalima Junajted grupe, pa čak i na setu sportskih kanala Sport Klub, dok mu je svečano pred-

stavljaju i promovišu mediji u kojima Đilas ima uticaja: *N1, Danas, Vreme, NIN, Nedeljnik, Nova srpska politička misao, Blic, Kurir* i drugi. Politički prilozi o Đilas-u, delovi njegovih intervju-a iz drugih medija, njegova saopštenja ispred anti-vladine grupe Savez za Srbiju, repliciranja drugim političarima i sl, na sajtu *N1* opremaju se bez ikakvih skrupula specijalnim portret-fotografijama koje prikazuju Dragana Đilasa u markiranom odelu, sa skupocenim ručnim satom i kancelarijskom stolicom na sivoj pozadini u raznim pozicijama, kreiranim isključivo za tu namenu.

U tom smislu, televizija *N1* služi samo kao elektronski slivnik, sabirni centar udruženih radnji, poligon za ekranizaciju priloga koje su u pisanoj formi objavili novinari svih interesno povezanih štampanih i internet medija, koji se tim povodom pozivaju u jutarnji program „Novi dan“, ili emisije „Dan uživo“, „360 stepeni“, „Pressing“ i druge. Na ovaj način, u procesu repetitive, pojačavanja i recikliranja kao osnovnog modela manipulisanja javnim mnjenjem, nastaju novi prilozi tzv. originalne proizvodnje. Zbog odsustva ozbiljnog broja kompetentnih komentatora, na ovoj televiziji gosti su ponekad totalni anonimusi, o kojima je malo njih pre toga uopšte išta čulo, nekonkretno predstavljeni samo kao – „novinar“, „sociolog“, „advokat“, „ekonomista“, „aktivista civilnog sektora“ i sl. Iz istog razloga, kako bi prikri-la manjak kredibiliteta svojih gostiju za određene teme, *N1* poziva i široki dijapazon javnih ličnosti iz sveta kulture i, slično ih, kao i *Blic*, zloupotrebljava za produkciju antivladinog sadržaja i političkih priloga, pa tako ima iste probleme kao i list *Danas* – odsustvo prisustva druge strane koja ne želi da gostuje, znajući da će od njihovog gostovanja uglavnom biti napravljen negativan prilog.

Paralelno s tim, novinari ove televizije – podružnice CNN-a koja im ustupa produkcijske standarde, čime stvaraju alibi za neprofesionalnost i neobjektivnost – hvale se, pak, nepostojećom novinarskom formom koju nazvaju „kritičko izveštavanje“ i koja podrazumeva niz sugestivnih pravila i uputa kojih se reporteri sa lica mesta moraju pridržavati ne bi li doprineli negativnom prizvuku vesti, odnosno priloga i time ujedno opravdali najčešće unapred zacrtani naslov. Tako je, uzmimo za primer, za potrebe propagande redakcija *N1* od svojih terenaca i spikera tražila da verbalno hipostaziraju pojmove *razgraničenja* i *kompromisa* kao da su u pitanju do sada nepoznate reči u srpskom jeziku, ne bi li pokazali da celokupna javnost navodno ne razume šta takve poruke pripadnika vlasti znače ili šta bi mogle značiti, proizvodeći tako zaključak da na kraju ništa bitno nisu ni rekli. Međutim, ni po pitanju teme rešavanja kosovskog pitanja i unutrašnjeg dijaloga, ovaj medij, dakle, ne proi-

zvodi ništa posebno novo, dok u sadržajnom smislu služi samo kao pojačalo-snagaš svemu onome što se već nalazi u listovima *Danas*, *Vreme*, *NIN*, *Blic*, *Nedeljnik* i drugima, a možda nije dobilo zadovoljavajuću afirmaciju.

4. Zaključak

Ova analiza, kako se to i očekivalo, ne predstavlja samo tematski izveštaj o distribuciji negativnih priloga u vezi sa temom inicijative predsednika Srbije Aleksandra Vučića i predsednice Vlade Srbije Ane Brnabić o rešavanju pitanja Kosova i Metohije, već je ujedno i jedinstveni pregled srpske medijske scene i šematizovanja njenog načina rada u glavnim crtama, bez čega se zadata tema nikako ne može objasniti. Iz kvantitativne analize izveli smo zaključak o jasnom postojanju gotovo ekspanzionističkog trenda u poslednjem kvartalu kod većine medija, pogotovo kod *Danasa* i *N1*. Nakon kvalitativne analize možda nam je jasnije i zašto je do toga moralo doći u toj meri, te da pored toga što postoji potreba za direktnim kontriranjem Predsedniku i njegovim stavovima, postoji i činjenica da je država preko Telekoma rešila da stane na put dominaciji SBB-a i time ugrozi trenutne interese sva tri uzajamno povezana tajkuna, pošto se ni *Danas* ni *N1* ne vode nikakvim konkretnim stavom prema kosovskom pitanju. U tom smislu, analiza pokazuje u kojim sve pravcima i na koje načine prska prvobitna ortodoksna, nacionalistička identifikacija i kako disperzira duž čitavog medijskog polja u nešto što sa tom identifikacijom kao da nikada nije imalo veze. Vučićeva inicijativa za unutrašnjim dijalogom, koji je uslov za bilo kakvo održivo rešenje, tako deluje poput onog sprej reagensa koji u CSI serijama otkriva (medijski) zločin, pokazujući nevidljive tragove krvi na mestu gde se on dogodio (ili upravo događa).

Budući da su predmet analize samo negativni prilozi i njihova kvantifikacija i kvalifikacija, ona ne može, niti treba da odgovori na pitanje u kojoj meri oni realno utiču na javno mnjenje, pa je zbog toga više pisana kao apendiks nosiocima inicijative i njihovim budućim strategijama, kriznom menadžmentu koji nakon ovakve determinacije treba da zna da predupredi ili odgovarajućim objašnjenjima o njihovom poreklu i motivima najširoj javnosti, koja nije ništa drugo nego konzumentaristička, još bolje razjasni situaciju u društvu, amortizujući medijske napade i opstrukcije. Ne treba, međutim, još jednom smetnuti s uma da je sve što po ovom *pitanju svih pitanja* Aleksandar Vučić radi u Beogradu, neophodno da neko drugi u istom smislu uradi i u Prištini, jer trajno rešenje dolazi samo pod ovakvom pretpostavkom. U jednom trenutku, kada su već bili u toku radovi na analizi, tokom avgusta i septembra,

izgledalo je kao da su se odjednom stvorili uslovi da taj neko u Prištini bude Hašim Tači. Danas, pak, kao da smo opet prinuđeni da se zapitamo: Hoćemo li se ikada više vratiti u situaciju da makar pomislimo da je početak takvog rešenja ponovo tu?

LINGUISTIC SPECIFICITIES OF MEDIA HEADLINE DISCOURSE –
IN THE CASE OF MONTENEGRIN NEWSPAPERS

JEZIČKE OSOBENOSTI MEDIJSKOG DISKURSA NASLOVA –
NA PRIMJERU CRNOGORSKIH NOVINA

dr MIODARKA TEPAVČEVIĆ, assistant professor
University of Montenegro, Faculty of Philology – Niksic

Abstract: *In this study, the author is dealing with the characteristics of Montenegrin media headline discourse, actually exploring the extent to which the headline discourse is sensationalist and negative. The analysis has included larger and more influential daily newspapers in Montenegro (Pobjeda - pro-government, Vijesti i Dan - pro-opposition) over a period of one month. The paper is based on the assumption that mass media are a factor influencing the culture of a society, but they are also the product of the same culture and society. Given the number of sensationalist headlines published in the monitored newspapers, we recognize a confirmation of the hypotheses that the headline communication culture is at a lower level than expected, that most of these headlines occur in sections on interior politics and society, and that there are differences in preference for certain contents between headlines in Montenegrin daily newspapers.*

Key words: *Media Language, Montenegrin Newspapers, Headlines*

Apstrakt: *Autor se ovim istraživanjem bavi karakteristikama crnogorskog medijskog diskursa naslova, zapravo istražuje u kolikoj mjeri je diskurs naslova senzacionalistički i negativan. Analizom su obuhvaćene veće i uticajnije dnevne novine u Crnoj Gori (Pobjeda – režimski, Vijesti i Dan – opozicioni) u vremenskom periodu od mjesec dana. U radu se pošlo od pretpostavke da su masovni mediji faktor koji utiče na kulturu društva, ali da su ujedno i proizvod iste te kulture i društva. S obzirom na broj senzacionalističkih naslova objavljenih u*

analiziranim novinama uviđamo da se potvrđuju hipoteze da je komunikacijska kultura naslova na nižem nivou od očekivanog, da je najveći broj tih naslova u rubrikama iz unutrašnje politike i društva, kao i da postoje određene razlike u preferiranju određenog sadržaja među naslovima u crnogorskim dnevnim novinama.

Ključne riječi: Jezik medija, crnogorske novine, naslovi

„Same message, communicated through different types of technical means for transmitting messages, causes unequal effects, meaning that the power of the message does not depend only on the content of the message but also on the shape and structure of the technical transmitter”. (Šušnjić, 1984, p. 89)

1. Introduction

Media discourse is a rich repository for diverse research, taking into account its specific lexicon, genre diversity, impact on other discourses, specific syntactic structures, media connection to social, socio-cultural and economic relations. The language used in the media discourse utilizes a wide range of rhetorical means on phonological, syntactic, lexical, semantic, pragmatic and textual level.

The media represent a general reference to information, knowledge and public opinion. Thus, it does depend on the quality of democracy which kind of media system is established, which standards of quality the media generally realize, and at which level of media literacy the audience is. Of course, all these factors of media and communication culture reflect the democratic quality of life in a society (Bauer et al., 2007, p. 22). In various ways, media shape our aspirations and attitudes, and give us a deeper insight into the quality of life, so in the interpretation of social and cultural influence of the media great importance is given to media responsibility, control and self-control (Božović, 2014, p. 11). In his latest study on media literacy, James Potter argues that people get their meaning of life determined by the gradual influence of the media, meaning that the behavior, attitudes and emotions of the people will gradually be aligned with such determination (Potter, 2011, p. 7).

When it comes to the relationship between the media and language, we notice that these constantly influence one another and that language is a

significant factor in the differentiation of media. Language is not only a static factor of the media, but also their dynamic element. Language is where various aspects of power come to life, determining the interaction between people, and the media are seen as a game for power or a power game, which is why language is inextricably linked to the media and to power. Media language reflects the society in which it is created and the relationships in this society, but it also creates these relationships. The media have a certain social impact and receive a portion of public power. The power of the media raises the question of how to fight against media manipulation and bias.

It is a known fact that newspaper articles in the press, and to an even greater extent in the electronic media and multimedia, usually last for only a few seconds, one minute, an hour, a day, a week... depending on the news flow rate, on the freshness of the information, on the willingness of the "gate guardians" to let them through, on the time of appearance (issue publication) or the magazine/program in which they are published (Todorović, 2013, p. 17). Therefore, the setting for manipulation is easily created if constant repetition of inaccurate and unverified information makes them sound like an official statement. There is a fine line between persuasion and manipulation, and it is necessary to set a limit so that the audience would not be forced to accept an opinion or adopt a behavior (Breton, 2000, p. 37). Informative function of the media thus grows into a function of social action, substantially shaping everyday life of human beings and their opinions (Udovičić, 2007, p. 41). The goal of manipulation is getting a profit, a part of the social power, or pandering to the authorities (Zubanov and Roca, 2010, p. 144). Information disclosed by the media can be an integral part of manipulative techniques to which an individual is exposed, from distorting the portrayal of an event to hiding the real facts and truth (Kukić, 2014, p. 28).

Media discourse incorporates a number of language mechanisms that implicitly or explicitly convey political content, shape public politics, lay down the roles of the stakeholders and target groups, carry messages of identity, gather political support, and define objectives. Language is an instrument through which, unconsciously or strategically, given concepts are stressed, concealed, distorted or evaluated, making it a discourse tool of public politics with the function of persuasion and political legitimization. No matter which genre they belong to, the media are designed on the principle of monologue, with a strategy of persuasion, imposing views and suggestions to the addressees, which places the latter ones in a subordinate role.

The words of the media are never randomly selected, are never "collected" in communication just like that, without a goal. The words of the media always try to verbalize the idea that they carry, whatever the idea may be. In fact, "the medium is the message" (McLuhan, 1964, p. 15).

In this paper, we are going to deal with the characteristics of headline discourse in Montenegrin daily newspapers, actually exploring the extent to which the headline discourse is sensationalist and negative. The analysis included larger and more influential daily newspapers in Montenegro (Pobjeda – pro-government, Vijesti and Dan – pro-opposition) over a period of one month (May 1 to June 1, 2015).

The study was initiated with the aim of determining how the media editorial boards relate to language in the headlines selected for the front pages. The starting assumption was that headlines, even those that would not be on the cover, and in particular those on the front page, are designed with special stylistic care, in order to attract but also to keep the readers who see them.

As each medium has a specific editorial policy and ways to portray events and occurrences, a research of themes and rhetoric in headline contents has been carried out.

As part of the research, the following hypotheses were made:

1. Texts in Montenegrin daily newspapers *Pobjeda*, *Vijesti* and *Dan* contain a proportionally large number of headlines bearing sensationalist and negative character, and the communication culture of the headlines is lower because of the sales and commercial reasons.
2. There are significant differences in headlines of negative character in the texts of the Montenegrin dailies.
3. Headlines of negative and inappropriate content mostly refer to interior politics and society.

2. Media Picture in Montenegro

Media scene in Montenegro is pluralistic, which is to say that there are a number of media companies active in this small market. According to the official data of the Agency for Electronic Media from 2015, there are 21 TV channels, 55 radio stations, five daily newspapers and one weekly¹ in Montenegro. The only Montenegrin news agency is MINA, which is privately

¹ <http://www.ardcg.org/>

owned. Despite their growing popularity, there is no official comprehensive list of websites or electronic magazines. However, even with such a wide range of media, the challenges related to the financial sustainability and deep polarization limit the economic and political independence of the media sector from the state.

The legislative and institutional framework is inclusive and, for the most part, in line with international recommendations. It guarantees the right to free expression, media freedom and independence. Journalism is permeated by two systems of rules: legal and ethical. Multiplicity of media, no doubt, has consequences on their professionalism, on the status of journalism in Montenegro.

The print media in Montenegro are generally "pro-government" and "pro-opposition". With the majority of its texts, the daily "Pobjeda" supports government politics with no critical distance towards the given themes. The so-called "opposition" media function on several variables, of which the basic two are – pro-Serbian viewpoint represented in the newspaper "Dan", aimed at citizens of Montenegro who still see Serbia and Montenegro as one nation and one country, and the so-called "anti-government" viewpoint, embodied in the daily newspaper "Vijesti", whose reporting is aimed at providing political support to the opposition parties, which can be seen by analyzing the discourse used, as well as the treatment and evaluation of participants and events (Tasić, 2014).

The constant growth of print media in Montenegro, on the one hand, and media efforts to acquire or retain the favor of readers, on the other, cause a competitive rivalry of the media. In this competition to win the favor of the audience, media companies are forced to follow the expectations of the target group and choose those events that they believe will attract the interest of the target audience.

When it comes to the media in Montenegro, given the market circumstances, it is difficult to talk about economic independence of any media whatsoever. No media can survive only by mere commercial revenue from its audience.

Montenegrin media usually are a mirror of the society, but often with a hidden reflection due to the socio-economic situation and complex political relations. Journalists constantly strive to subordinate the newsrooms to their own goals or to turn them into their public address stations. This is much more difficult to achieve if the media are economically independent. Journal-

ism in Montenegrin society is often marked by political relations (and divisions). Based on this, a large part of the media, and some of them even quite clearly, are individually profiled.

3. Headline Language

Journalistic style differs from other functional styles in headlines, as well. Sometimes, it depends on these whether the text will be read. Thus, headlines are always in the prime place in the newspaper, with key words of expressive meaning. Also significant is the role of typeset graphics – size, design, color – serving to differentiate certain segments, such as section title, article heading, text headline, subheading within the text etc. (Tošović, 2002, p. 249).

Textual linguistics considers that headlines constitute one of the strong positions of the text, regardless of their functional-stylistic affinities. The function of a newspaper headline is to attract the attention of the addressees, but also to direct them – concisely, interestingly – to the main content of the article that is before them. It needs to include basic information about the content of the text, as well as to be in an effective, striking language. Therefore, a headline should fulfill the requirements of informativeness, expressiveness and economy. Headlines have conative, referential and expressive functions (Katnić-Bakaršić, 1999, p. 98), and which of these functions is dominant depends on the type of media, the text itself, or whether it is an informative, literary-journalistic or analytical text. It is often in the headlines that a change of the language function occurs, from referential and conative to poetic and expressive (Katnić-Bakaršić, 1999, p. 60). A headline – as an obligatory structural element of a newspaper article – with a communicative function to make distinctive a specific message in relation to a multitude of others, and then an epistemological function – to facilitate the understanding of the message, also has a metacommunicative function – to discover the intentions of communicators and clarify the position of a recipient in a communication situation, which is to say the extent to which it corresponds to the expectations of the communicators (Malović, 2007, p. 141).

Headline functions are achieved through a different sentential or syntagmatic structure. They can be explicated by making comprehensive observations in the form of sentences, or emphasizing a single part. Newspaper headlines, as the most prominent element and an essential part of the text, actually the key place of the text in its central position, mediate between the author of the text and the reader. With its syntactic structure, discursive unity and

polysemy, headlines of unusual contents are intended to attract attention and specify text information while highlighting relevance and attractiveness of the topic. If journalists want to emphasize some aspects or participants of the events, in the news these aspects will be in a prominent place in the headline or the subheading (Katnić-Bakaršić, 2012, p. 103). A headline in factual writing, both as a point and a bait, has to meet certain criteria, and above all, be informative, as well as attractive and interesting. Headlines of all kinds operate more strongly than texts and, in general, a reader will read more headlines than texts.

Schneider and Eslinger have set up five requirements that determine a good headline, which according to them: must contain a clear statement, must be a central expression of the text, must not falsify the text, must be fair, easy to understand and unambiguous, must excite curiosity of the readers (Rus-Mol and Zagorac-Keršer, 2005, p. 152). In the opinion of Slavica Perović, a headline's value is reflected in the statement condensity and originality, elegance and wit of language, and avoidance to simultaneously slip into the language background, which is the ambiguity, except when one wants to. In addition, it is important not to abuse the language (Perović, 2009, p. 61).

Since a headline has the most difficult function, to communicate as much as possible as briefly as possible, while at the same time being attractive and drawing readers' attention, it first of all has to be exact, although only a summary.

4. Analysis

In the period from May 1 to June 1, 2015, we have been analyzing important Montenegrin daily newspapers *Pobjeda*, *Vijesti* and *Dan*, which have a different editorial policy and ownership structure, and are therefore a distinctive indicator of political diversity in Montenegro.

In the given period, out of the analyzed sample – 1,250 titles – these daily newspapers have published 178 headlines with sensational and negative content. When it comes to sections, the majority of these headlines were in interior politics and society 99 (**Dan** - 12/14, **Vijesti** - 31/32, **Pobjeda** - 7/3), while 15 headlines were related to the world (**Dan** - 8, **Vijesti** - 1, **Pobjeda** - 6), and 11 to the crime & accidents section (**Dan** - 4, **Vijesti** - 6, **Pobjeda** - 1). In the economics section of Montenegrin daily newspapers, there was a significant number of headlines (16) of inappropriate content (**Dan** - 4, **Vijesti** - 9, **Pobjeda** - 3). A curious feature is that the culture section also includes such

headlines, although to a lesser extent, only 8 (**Dan** - 1, **Vijesti** - 4, **Pobjeda** - 3). The rest refers to the following sections (**Dan** - news of the day (3), occasions (2), attitude (3), regions (1), the Balkans (3); **Vijesti** - columns (6); **Pobjeda** - current (5), comment (2), chronicle of Podgorica (1), others write (3)).

Headlines reveal the attitude, position and message that the author directs to the audience. A critical attitude is sometimes a one-way thing, as a result of the division on us and them, and such a relationship is largely present in many headlines. Bombastic and tendentious headlines and subheadings appear with punctuation interventions, such as quotation marks, which radically changes the meaning of the content (Protest walk on the occasion of May 25, "Milo, does your family know what you're doing to us" (V, May 25); "Walking" officeholders from one ministry to another a threat to the system (V, May 7); Unacceptable for us to "languish" at position 114 in press freedom (V, May 2); Messages from the Assembly of Trade Union: "Something stinks in the state of Montenegro" (V, May 15)).

Another common feature of Montenegrin newspapers are headlines with manipulative punctuation marks – this headline type contains punctuation that can be aimed at boosting the emotional charge and bear deliberate references to "relevant" news (as is the case with an exclamation mark), may indicate the unconfirmed information or disbelief of the author of the text (question mark), or the unfinished thought (ellipsis), leaving room for diverse interpretations and speculation of the readers. (Minister calls us to Podgorica to attach the wire, and what when the season is over? (V, May 16); Do you want electricity or healthy air? (V, May 10); Who was smoking at the expense of the state? (V, May 28); Hey, fatso! (V, May 9); Milo, morals... (V, May 26); Adieu to sanity... (P, May 25); How come Montenegrin women can do it, and Croatian women can not! (P, May 14)).

Deliberate exaggeration and sometimes also inappropriate reporting are a direct product of sensationalism in the media, whose main role thus becomes the attention of readers. The newspapers show an increasing tendency of deliberate "vilification" or ridicule of people, mostly public figures, but also of social occurrences. In Montenegrin media this is evident in the pro-opposition newspapers **Vijesti** and **Dan**, and to a lesser extent in the pro-government **Pobjeda** (**Dan** - The mafia runs the country (May 11); Milo is panicking (May 13); Prime Minister manipulator (May 13); No one wants to face Milo (May 21); Đukanović family not large in numbers, but in positions (May 11); Linguistic changes, language raped (May 20); 60 thousand wreck cars in

Podgorica (May 23); The plant became a concentration camp (May 16); Losers, happy Victory Day (May 12); Discontinue Ustasha pensions (May 20); **Vijesti** - Danilović: 500 flags for the 500 affairs and profiteers (May 24) HURRAY: DPS painting again (May 24); DPS: Medojević sounds farcical (May 15); More dynasties in Montenegrin public service than in the history of Europe (May 4); Who of the ministry staff was smoking at the expense of the state? (May 21); **Pobjeda** – Mischief makers scared investors away from the Queen's beach (May 28); The role of the Montenegrin Academy of Science and Art: Tradition of destruction. Daydreams. Specialists and Special Forces. Poker or Russian roulette (May 3)).

It is obvious that these newspaper headlines violate ethical codes, to a greater or lesser extent, depending on the editorial policy of the dailies.

It is noted that almost all of the analyzed newspapers have headlines of short or medium length (word, phrase, sentence).

Word - Bellowing (P, May 3);

Syntagm - Disgrace for the country (D, May 2); A game of cat and mouse (D, May 13); Gays and fags (V, May 25);

Sentence - Đuranović shoveling also (D, May 13); One and all against the misunderstood youth (V, May 16); Hoping it won't be a girl (P, May 12);

Sentence sequence - Unclear business of Minister Ivanović's wife: Instalment exceeds salary (V, May 11); The role of the Montenegrin Academy of Science and Art: Tradition of destruction. Daydreams. Specialists and Special Forces. Poker or Russian roulette (P, May 3).

Authors often begin their headlines with the names of individual politicians or parties followed by their statements, and even with whole sentences (**Vijesti**, **Pobjeda**). This parceled nominal unit is structurally followed by a punctuation break (colon) and then by a complement sentence. The nominative form of the noun is not structurally dependent on the second part of the headline that bears the informative brunt of the sentence. Using such a headline, a reporter can very effectively express an opinion, attitude, statement of the parceled unit, emphasizing the informatively more important content of the information in the second part of the headline. In these cases, we at times note the occurrence of longer comments that are unsuitable for headline function due to their length.

Vijesti - Čalović: I am not afraid of the underworld which Đukanović belongs to (May 12); Ivanović is still quiet: Who was smoking at the expense of the state? (May 28); Vučinić: The ironworks people were killed and injured,

just like on a battlefield (May 8); Mišolić: I could have cut her hair a little bit, but you wouldn't let me (May 8);

Pobjeda - Đukanović: We are enduring the coalition with SDP solely because of NATO (May 12); North Korea: Minister executed? (May 14).

While comparing (in percentage) only the editorial policies of the dailies and their conceptions, we can largely rely on the headline type which an individual newspaper prefers. During this brief period, we note that most of sensationalist headlines appear in the **Vijesti** (25%), followed by those in the **Dan** (17%), and the least of these were recorded in the **Pobjeda** (12%). On the other hand, informative headlines were mostly recorded in the **Pobjeda** (40%), followed by the **Dan** (34%), and the least in the **Vijesti** (27%). As for combined headlines, the numbers are approximately the same in all three dailies (D - 38%, P - 36%, V - 35%), and it is similar with metaphorical headlines (D - 11%, V - 13%, P - 12%). We can see that there are different approaches to headlines, which is understandable because one of these newspapers is printed for the purposes of the government, while the other two dailies are pro-opposition.

Another parameter indicating the headline culture of individual newspapers and their reporting orientation is, of course, the motive for a certain text. Thus, in our analysis we have noticed a large number of headlines referring to an actual event, while fewer headlines dealt with pseudo-events. As is well known in the daily newspapers, in addition to the texts written on the basis of press statements, we often see texts containing the statements of one or the other party – position, opposition, and sometimes both. Such statements are often found on the front pages also. Most of these headlines come from **Vijesti** - 12, and much less from **Pobjeda**, only 2 headlines.

In the case of Montenegrin daily newspapers, according to the number of press releases and statements of political actors in the headlines, we notice that there is no party that is predominantly present. However, in the opposition newspapers Dan and Vijesti, but also in the pro-government Pobjeda, more attention is given to the state authorities and the ruling coalition, with fewer headlines addressed to the opposition parties and NGOs.

We note that in one Montenegrin daily newspaper (**Vijesti**), headlines of inappropriate content appear: It is a sad country in which prime minister engages in sex scandals (May 12); Porno Negro (May 16); ZIKS: A convict cut off his sex organ in the bathroom (May 14); Paupers, f*ck you (May 20).

A headline is an important segment of the media, but it is unethical to present facts in this manner. It is obvious that the lack of journalistic ethics for

the readers and a tendency for provocation induces editors to walk the line of good and appropriate taste.

5. Sensationalism in the Headlines

Headlines in Montenegrin daily newspapers are marked with sensationalism and political colors, so that basic principles of professionalism and impartiality are sometimes called into question. They may be the result of commercial objectives, political ambitions. Nowadays, Montenegrin readers want interactive, interesting forms that do not take much time for consuming.

Sensationalism attracts audiences, opens the door for new advertisers, and affects the profit growth of the media that offers it. If we bear in mind that in today's consumer society only the best survive, it is somewhat more understandable why media shift towards favorizing offers of commercial content and tabloid journalism that the global market is increasingly demanding (Tafra Vlahović and Olujić, 2010, p. 149).

Focusing the attention of readers to a specific text is an extremely important segment of journalistic work. It becomes crucial at the moment when a reader is deciding whether to continue reading a certain text. This principle of "playing" with a reader's glance can be a walk on the edge of journalistic professionalism, as a journalist will consciously strive to place in a headline as attractive information as possible, sometimes without regard either for context or accuracy. Playing with the attention of the readership is often an introduction to various types of journalistic manipulation. Headlines make stronger impression on the readers than texts do, and sometimes they are the only information and orientation for the readers. The type of a newspaper (serious, half-tabloid and tabloid) determines the "strength" of a headline, and in the "race" for sales, ethical principles are forgotten not only in tabloids, but also in other newspapers. The so-called quality newspapers will put the information before the attraction in their headlines, though even responsible journalists try to find a way to combine these two requirements. Such combinations go to prove the talent of such journalists, but also their awareness of the fact that headlines "sell newspapers" (Rus-Mol and Zagorac-Keršer, 2005, p. 150).

The goal of every sensational reporting is to increase the reading of a newspaper, resulting in the shift of focus from objective journalism toward those "striking" aspects of stories that attract a larger share of a wider audience (Campbell, 2009, p. 9). As is known, the primary task is to inform readers, to sell as many copies, but also to attract as many advertisers as possible. The

larger the number of readers of Montenegrin headlines, the greater the interest of advertisers, inevitably resulting in higher profits for the publishers. Headline sensation thus becomes a journalistic style rooted in the nature of news. They are intended, in part, to wake up, excite, and regardless of "the topic being a political scandal or a double murder – to shock the public" (Stephens, 1998, p. 2).

Changes in the headlines of Montenegrin newspapers will depend on various factors, primarily on editorial policy, selection of topics, and these will reflect the main focus and the message sent to the readers from the newsrooms. Headlines are the most common place for editorial interventions. In this aspect, the question arises of headline ethics, namely, the effects that such messages can cause. For the selection of a topic in Montenegrin media, it is not only the informational value that is crucial, but also the political significance of its publication (or non-publication), and such selection criteria are used to achieve a particular propaganda objective.

Selecting a headline in Montenegrin daily newspapers is under the influence of two hidden, but extremely crucial features – value and significance. The value of news is essential for the relationship between the information source and the journalist who used it and stands for it, while significance is crucial for the relation between journalists and the media audience with which they communicate directly (Jergović and Raguž, 2014, p. 38). While reporting, media workers "consciously or subconsciously participate in the selection, highlight certain events and news, while ignoring others. In this process, media help in determining the prevailing beliefs, assumptions and values in a society" (Kanižaj, 2004, p. 32).

"Sensationalist headlines also relate to the measurement of two values – one that a message actually carries in its content and the value that is offered to the reader in the headline" (Bobić, 1987, p. 59). According to this author, if the two values are balanced, sensationalism should not be present. However, if a headline clearly suggests a biased content of the text, sensationalism is indicated (*ibid*, 59). Sensationalism is actually "event inflation", and in cases where it is present, it strives to attract the attention of readers (*ibid*, 44). In Montenegrin headlines, this attention is achieved specifically by using sensational headlines, trivialization, unusual examples.

Headlines in the analyzed corpus often balance on the edge of comfort, privacy, but are also susceptible, inviting, ticklish and basically competent. They go beyond the threshold of public morality, and sometimes even into the

abyss of sensationalism and mediocrity. The increase of sensationalism in the headlines of some daily newspapers in the test corpus is the result of intensified commercial activities of the newspapers in which information becomes a commodity to be sold as soon and as well as possible. Due to the conditions dictated by the market, and in order to survive, the owners and editors of newspapers devote more and more space to headlines of sensational character.

6. Conclusion

If, as the rules for marketing-based news production, we take searching for images rather than ideas, avoiding complexity, exaggeration if necessary to gain attraction, avoiding extensive production of the news, then the media coverage of headlines in Montenegrin daily papers during the month of May, 2015, can be described as news production for sale.

Montenegrin newspapers do not have same editorial policies, but must respect the same basic principles of journalistic profession: truthfulness, honesty, accuracy, balance and fairness. Sometimes it takes only a glance at the front pages of Montenegrin daily newspapers and you already have a picture of the media in Montenegro. The headline of each text represents its mirror, or at least that is how it should be. A certain degree of that which is sensationalist and tabloid can be noticed in headlines of the analyzed daily newspapers. When treatment of an event is based on emotion rather than facts, this goes in favor of market logic and attitude towards what the audience is reading. Headlines are motivated by circulation reasons, rating, but also by recognition that the media create the reality in the interests of particular politics. It is evident that in almost all the newspapers negative titles are highlighted and considered "better" than the positive and good ones. We also note that the considerably shortened texts, which should not be demanding for the reader, are published under striking headlines.

After taking into account the number of sensationalist headlines published in the analyzed newspapers, which are mainly related to the government, we find a confirmation of the hypothesis that communication culture is at a lower level than expected. The hypotheses that the majority of these headlines occur in sections on interior politics and society, and that there are certain differences in preference of content in the headlines of Montenegrin daily newspaper, have also been confirmed. The fact that politics take the main place in Montenegrin newspapers indicates the understanding of the politics,

its importance for everyday life, but is also one of the signs of politicization of these dailies.

In the analyzed sample, it has been noted that headlines often emphasize attractiveness rather than informativeness, that newspapers have different editorial policies (increasing tabloidization), different designs (with long or short headlines).

A headline, being the strong position of the text, is the bearer of meaning. As an independent part, it primarily has the function to interest and attract the attention of the readers, who will get basic information as soon as they read the headline, and thus will continue reading the text or give up on it. Editors are aware that provocative and eye-catching headlines are the best for attracting readers. It should be noted that each sensationalist headline has a greater impact on us than a positive one, the simple reason being that we remember bad events more easily than good ones. In newspapers, we can often read headlines that are at their core characteristic informational – impartial, but carry negative connotations or invite the reader to read between the lines.

Media culture, as a part of general culture, is the introduction of order in social life, that is, in a public field. It consists of values, convictions, beliefs, attitudes, symbols, styles and patterns of action and behavior of individuals and society. Although the study included only a small sample of headlines in Montenegrin daily papers, the results are certainly indicative of thinking about media headline culture, since the media are mediators in social and cultural system of each country.

Literature

Baue, A. T; Brautović, M; Hrnjić, Z; Kanižaj, I; Kurtić, N; Malović, S; Ružić, N; Selhanović, D; Vilović, G; Žlof, K. (2007) *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

Bobić, D. (1987) *Što s događajem*. Zagreb: IRO „Informator“.

Božović, R. (2014) Kriza medijske komunikacije. *Medijski dijalozi*, Vol. VII, No 20, 9–25.

Breton, P. (2000) *The Manipulated Word*. Belgrade: Clio.

Campbell, J. (2009) *Yellow Journalism: Puncturing the Myths Defining the Legacies*. Westport: Praeger.

Jergović, B; Raguž, A. (2012) Koliko je znanost važna tema u hrvatskim dnevnim novinama? Analiza napisa objavljenih 2012. godine u Jutarnjem listu,

Večernjem listu, Slobodnoj Dalmaciji i Novom listu. *Medijske studije*, Vol 5, No 10, 36–50.

Kanižaj, I. (2004) Predstavljenost nacionalnih manjina u hrvatskim dnevnim novinama – komparativni pregled 2001.–2003., *Politička misao*, Vol XLI, No 2, 30–46.

Katnić-Bakaršić, M. (1999) *Lingvistička stilistika*. Budapest: Open Society Institute, Center for Publishing Development, Electronic Publishing Program.

Katnić-Bakaršić, M. (2012) *Između diskursa moći i moći diskursa*. Zagreb: Naklada Zoro.

Kukić, S. (2014) Nezavisno novinarstvo između idealnotipskih konstrukcija i kandži stvarnosti. *Medijski dijalozi*, Vol VII, No 20, 25–33.

Malović, S. (2007) *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: Sveučilišna knjižara.

McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York.

Perović, S. (2009) *Jezik u akciji*. Podgorica: CID.

Potter, J. (2011) *Media Literacy*. Belgrade: Clio.

Rus-Mol, Š; Zagorac-Keršer, A. J. (2005) *Novinarstvo*. Belgrade: Clio.

Stephens, M. (1998) *A History of News*. New York: Viking Penguin.

Šušnjić, Đ. (1984) *Ribari ljudskih duša*. Belgrade: Mladost.

Tafra Vlahović, M; Olujić, Z. (2010) Mediji i društveno odgovorno poslovanje: Globalni kontekst. *Medijski dijalozi*, Vol III, No 7 (68), 147–155.

Tasić, S. <http://www.fairpress.eu/me/blog/2014/10/16/>

Todorović, N. (2013) Prilog teoriji žanrova u postnovinarstvu. *Medijski dijalozi*, Vol VI, No 17, 11–45.

Tošović, B. (2002) *Funkcionalni stilovi*. Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz.

Udovičić, R. (2007) *Informatori sa različitim ciljevima*. Sarajevo: Media plan institut.

Zubanov, V.; Roca, B. (2010) Etika i mediji sa aspekta globalizacije. *Medijski dijalozi*, Vol III, No 7, 134–146.

MEDIJI I MEDIJSKI RAT I UGROŽAVANJE BEZBEDNOSTI

MEDIA AND MEDIA WAR AND ENDANGERING SAFETY

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

dr NENAD AVRAMOVIĆ, redovni profesor,
Fakultet za privredu i pravosuđe Univerziteta Privredna akademija, Novi Sad

Apstrakt: Društvene protivrečnosti, kao posledica materijalnog razvoja i društvene podele rada i viška vrednosti, predstavljaju polaznu osnovu mnogih društvenih nauka u objašnjenju osnovnih izvora ugrožavanja. Pri tom se, kao osnovna društvena protivrečnost, odnosno društveni izvor ugrožavanja, javlja suprotnost ili različitost interesa u sferi nacionalnog, međudržavnog, religioznog, profesionalnog i ličnog. Sa stanovišta ugrožavanja bezbednosti kultura se svakako javlja kao pozitivan pojam, dok se kao pojava ugrožavanja bezbednosti društva javlja tzv. supkultura. To je društveno negativna pojava koja se obično javlja u uslovima kada je neka jedinka ili društvena grupa lišena izvesnih i značajnih društvenih vrednosti (ugled, izbor zanimanja, rad, prihod, obrazovanje i sl.) ili kad kod njih nastane takav poremećaj u sistemu vrednosti da to izlazi iz mogućnosti normalne društvene kontrole. Kada govorimo o ugrožavanju bezbednosti, a posebno vezano za kulturu, veoma značajna su još dva pojma., i to: tzv. masovna kultura i bezbednosna kultura. Kada je u pitanju masovna kultura, pod njom se najčešće podrazumeva približavanje kulturnih tekovina jednog društva preko sredstava masovnih komunikacija. Tako se danas, posle ubrzanog razvoja sredstava masovnih komunikacija (štampa, radio, TV...), u smislu ugrožavanja bezbednosti, ogleda u širenju propagandnih, umesto kulturnih sadržaja. S tim u vezi, populacija jedne zemlje prepuštena uticaju sredstava informisanja, postaje pasivni objekat, koji je u položaju da se njime manipuliše pre-

ma tuđoj volji i tuđim interesima. 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. U ovom radu su razmatrani izvori ugrožavanja bezbednosti, kao i društveni izvori ugrožavanja, odnosno društvene protivorečnosti. Osim toga, razmatrani su mediji i medijski rat kao oblik i izvor ugrožavanja bezbednosti, i glasine kao deo psihološko-propagandne delatnosti. Takođe, analiziran je medijski sistem Srbije i javni interes, kao i rezultati istraživanja sadržaja medija na jezicima nacionalnih manjina koji izlaze na teritoriji Republike Srbije, odnosno na teritoriji AP Vojvodine.

Ključne reči: *Mediji, medijski rat, ugrožavanje bezbednosti, društveni izvori ugrožavanja, društvena protivorečnost, javni interes, kultura, nacionalne manjine, jezici nacionalnih manjina*

Abstract: *Social contradictions, as a consequence of material development and social division of labor and excessive value, represent the starting point of many social sciences in explaining the basic sources of endangerment. In addition, as a basic social contradiction, or a social source of endangerment, there is an opposite attitude or a different interest in the national, interstate, religious, professional and personal sphere. From the point of view of endangering the security, culture certainly appears as a positive term, while the phenomenon of endangering the safety of society arises from the subculture. It is a socially negative phenomenon that usually occurs in situations where an individual or a social group is deprived of certain and significant social values (reputation, choice of profession, work, income, education, etc.) or when such a disorder develops in a system of values that this comes out of the possibility of normal social control. When it comes to endangering safety, and especially in relation to culture, two more concepts are very important: the so-called mass culture and security culture. When it comes to mass culture, it is usually understood that the cultural achievements of a society through the means of mass communication are usually approached. Today, after the accelerated development of mass communication media (press, radio, TV ...), in terms of endangering security, it is reflected in the expansion of*

propaganda, rather than cultural content. In this regard, the population of one country, left to the influence of media, becomes a passive object, which is in a position to be manipulated according to the will of others and other people's interests. 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 increased opportunities for exercising rights. This paper examines sources of security threats, as well as social sources of threat or social contradiction. In addition, media and media war were considered as a form and source of security threats, and rumors as part of psychological and propaganda activity. Also, the media system of Serbia and the public interest have been analyzed, as well as the results of research on the content of media in the languages of national minorities that are present on the territory of the Republic of Serbia, or on the territory of the Autonomous Province Vojvodina.

Key words: *Media, Media War, Threats To Security, Social Sources Of Threat, Social Contradiction, Public Interest, Culture, National Minorities, Languages of National Minorities*

1. Uvod

Danas, moderna tehnologija komuniciranja se toliko povećala, da se raspoloživi komunikativni potencijal savremenog društva, teško može porediti sa ranijim periodima. U ovo doba, u kome dominiraju mediji elektronske komunikacije, menjaju, kako u prostornom, tako i u vremenskom smislu ne samo domete, već i sve pretpostavke i društvene posledice komuniciranja, koje su znatno izmenjene u odnosu na eru klasičnih komunikacija (štampa, pismo i sl.).

Tokom istorije, kao i razvojem ljudskog društva, možemo reći da su se sva društva i države sretala sa ugrožavanjem, kao društvenom, prirodnom ili tehničko-tehnološkom pojavom. Kada su u pitanju društveni izvori ugrožavanja, odnosno društvene protivrečnosti, govorićemo o osnovnoj društvenoj protivrečnosti koja se uglavnom javlja kao suprotnost ili različitost interesa. Prema tome, suprotnost ili različitost interesa je toliko česta da se pojave ugrožavanja najčešće povezuju upravo sa njom, pa tako veliki procenat raznih

negativnih pojava i kretanja u društvu posledica su interesa različitih društvenih grupa ili klasa.

Razmatrajući medijski sistem u Srbiji (uključujući i AP Vojvodina), kao i njeno zakonodavstvo iz ove oblasti, možemo konstatovati da 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. (Đukić, S., 2018, s. 65)

Kada su u pitanju manjinske zajednice u Republici Srbiji (uključujući i AP Vojvodinu), 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.

2. Izvori ugrožavanja bezbednosti

Na početku, možemo sasvim sigurno reći da su se sva društva i države sretala sa ugrožavanjem, kao društvenom, prirodnom ili tehničko-tehnološkom pojavom, pa možemo zaključiti da se radi o konstantnoj pojavi. Međutim, ta neprekidnost nije vezana za njegove oblike ispoljavanja, jer su oni nastajali i nestajali u određenim društveno-ekonomskim formacijama, mada se izvestan broj oblika (rat, primena sile i sl.) u modifikovanoj formi javlja u svim fazama razvoja ljudskog društva.

S tim u vezi, za razliku od ranijih teoretičara, koji su pokušavali da u svemu tome pronađu izvesne zakonitosti i utvrde društvene faktore koji dovode do razvoja novih oblika ugrožavanja, savremeni teoretičari pojave ugrožavanja posmatraju kao relativne društvene pojave koje zavise od mnogih faktora. Ova zavisnost i relativnost ispoljavaju se na više načina. Primera radi, ono što za jedno društvo može da bude pojava ugrožavanja, za drugo ne mora, ili neograničena sloboda za jednoga može značiti ograničavanje (ugrožavanje) slobode za drugoga i slično.

Možemo reći da pojave ugrožavanja koje prate razvoj svakog društva, neminovno se javljaju i u našem društvu, što kao odgovor ima stvaranje odgovarajućeg zaštitnog sistema u vidu organizovanog sistema bezbednosti. Međutim, njihov negativan uticaj oseća se i pored svih preduzetih mera, pa to upućuje na zaključak da se izvori ovih pojava nalaze izvan uticaja društvenih subjekata koji su zaduženi za njihovo eliminisanje. Isto tako, možemo zaključiti da su ti izvori takođe konstantni, s obzirom na trajnost pojave ugrožavanja, kao i da su heterogeni i dispergovani u raznim sferama društvene, prirodne i tehničko-tehnološke delatnosti.

Na osnovu navedenog, a u zavisnosti od primenjenih kriterijuma, izvore ugrožavanja možemo klasifikovati kao društvene, prirodne i tehničko-tehnološke. (Stajić, Lj., 2011, ss. 55-6)

Društveni izvori ugrožavanja jesu:

– suprotnost interesa u sferi nacionalnog, međudržavnog, religioznog, profesionalnog i ličnog;

- društvena neusklađenost;
- neujednačenost društveno-ekonomskog razvoja;
- kultura i religija;
- ideologija;
- demografski razvoj;
- međunarodni odnosi;
- politika i
- međunarodni status.

– Prirodni izvori ugrožavanja su:

- klima;
- teritorija i
- geografski položaj.

Tehničko-tehnološki izvori ugrožavanja su:

– postojanje i razvijenost tehničko-tehnoloških postrojenja nosilaca ugrožavanja ljudi, njihovog zdravlja, kao i životne sredine.

Prema direktnosti uticaja na bezbednost izvori ugrožavanja dele se na:

- a) posredne i
- b) neposredne.

Prema aktivnosti dele se na:

- a) latentne i
- b) aktivne.

Prema konstantnosti mogu da budu:

- a) stalni i
 - b) povremeni.
- Prema vremenu nastanka dele se na:
- a) prošle
 - b) sadašnje i
 - v) buduće. (Ibid.)

Svaka od ovih grupa izvora ugrožavanja predstavlja kompleks zasnovan na određenom kriterijumu po kome su svrstane. Teškoće u njihovom razvrstavanju, a time i objašnjenju nastaju zbog toga što jedan oblik izvora ugrožavanja može nastajati na više izvorišta u različitom intenzitetu.

3. Društveni izvori ugrožavanja

U ovom delu rada ćemo se baviti društvenim izvorima ugrožavanja, odnosno društvenom protivrečnosti. Društvene protivrečnosti, kao posledica materijalnog razvoja i društvene podele rada i viška vrednosti, predstavljaju polaznu osnovu mnogih društvenih nauka u objašnjenju osnovnih izvora ugrožavanja.

Osim toga, osnovno polazište većine autora jeste da se pojave ugrožavanja posmatraju kao proizvod istorijskog razvoja ljudskog društva. Pri tom se, kao osnovna društvena protivrečnost, javlja suprotnost ili različitost interesa.

Suprotnost interesa je toliko česta da se pojave ugrožavanja najčešće povezuju upravo sa njom. Naime, veliki procenat raznih negativnih pojava i kretanja u društvu posledica su interesa različitih društvenih grupa ili klasa.

Sukob, odnosno ugrožavanje bezbednosti nastaje kada stepen suprotnosti dostigne takav nivo da se on ne može rešiti nekim miroljubivim i dozvoljenim sredstvima. Oblik i vrsta sukoba zavise od vrste i intenziteta različitih interesa, kao i snaga i sredstava koji se koriste u njegovom rešavanju. Najekstremniji oblici sukoba su oružani sukobi, koji uzrokuju ljudske žrtve i velika razaranja materijalnih dobara.

3.1 *Kultura i religija*

U ovom delu radu ćemo u najkraćim crtama reći nešto više o kulturi. Stim u vezi, ako pod kulturom podrazumevamo *"skup svih promena i tvorevina koje su nastale u prirodi, društvu, ljudskom mišljenju, kao i posledicu ljudske delatno-*

sti, čiji je cilj olakšanje održanja, produženja i napretka ljudske vrste¹, vidimo da je kultura istorijski razvojna i promenljiva kategorija. Kultura jednog ili više naroda u jednom društvu ima veoma veliki značaj, jer je povezana sa napretkom i progresom tog društva. Progres nekog društva ispoljava se, pre svega, u ostvarivanju viših društvenih vrednosti, zatim u usavršavanju tehnike i efikasnosti proizvodnih sposobnosti čoveka i povećanju broja potreba, kao i u povećanju stepena lčnog i društvenog standarda i zadovoljstva.

Sa stanovišta ugrožavanja bezbednosti kultura se svakako javlja kao pozitivan pojam, dok se kao pojava ugrožavanja bezbednosti društva javlja tzv. supkultura. To je društveno negativna pojava koja se obično javlja u uslovima kada je neka jedinka ili društvena grupa lišena izvesnih i značajnih društvenih vrednosti (ugled, izbor zanimanja, rad, prihod, obrazovanje i sl.) ili kad kod njih nastane takav poremećaj u sistemu vrednosti da to izlazi iz mogućnosti normalne društvene kontrole.

Kultura se, inače, smatra vrlo značajnom komponentom društvenih kretanja, naročito političkih, koja se mogu, primera radi, odraziti kao kulturna integracija ili dezintegracija političkih i društvenih grupa. Mnoga društvena kretanja upravo počinju kao kulturna, da bi se tek kasnije razvila u politička i materijalna.

Takođe, kultura se javlja i kao merilo političke i druge samostalnosti političkih i društvenih grupa (nacionalnih manjina, etničkih grupa). Ta kulturna autonomija ostvaruje se uz saglasnost određenih političkih instanci države i ona predstavlja meru zahteva, potreba i politike te grupe prema političkim instancama. Ponekad to pravo može poslužiti kao prividna zamena za stvarnu nacionalnu, ekonomsku i političku slobodu.

Možemo sasvim sigurno reći da, čovek u osnovi, sve kulturne vrednosti jednog društva usvaja procesom obrazovanja, socijalizacije (preko porodice, škole i grupa kojima pripada), pa se napad ili ugrožavanje vrednosti jednog društva u sferi kulture ostvaruje dezintegracijom tih institucija.

Kada govorimo o ugrožavanju bezbednosti, a posebno vezano za kulturu, veoma značajna su još dva pojma., i to: tzv. *masovna kultura i bezbednosna kultura*.

Kada je u pitanju masovna kultura, pod njom se najčešće podrazumeva približavanje kulturnih tekovina jednog društva preko sredstava masovnih komunikacija. Tako se danas, posle ubrzanog razvoja sredstava masovnih

¹ Mala politička enciklopedija, Savremena administracija, Beograd, 1966.

komunikacija (štampa, radio, TV...), u smislu ugrožavanja bezbednosti, ogleđa u širenju propagandnih, umesto kulturnih sadržaja. S tim u vezi, populacija jedne zemlje prepuštena uticaju sredstava informisanja, postaje pasivni objekat, koji je u položaju da se njime manipuliše prema tuđoj volji i tuđim interesima.

Osim toga, *bezbednosnu kulturu možemo definisati kao skup usvojenih stavova, znanja, veština i pravila iz oblasti bezbednosti, ispoljenih kao ponašanje i proces, o potrebi, načinima i sredstvima zaštite ličnih, društvenih i međunarodnih vrednosti od svih izvora, oblika i nosilaca ugrožavanja, bez obzira na mesto ili vreme njihovog ispoljavanja.* (Stajić, Ibid., s. 59)

Na kraju možemo zaključiti, da je populacija sa razvijenijom kulturom manje podložna svim oblicima i nosiocima ugrožavanja bezbednosti, nego populacija sa manje razvijenom bezbednosnom kulturom.

4. Mediji i medijski rat kao oblik i izvor ugrožavanja bezbednosti

Moderna tehnologija komuniciranja toliko je povećala raspoloživi komunikativni potencijal savremenog društva da se on teško može porediti sa ranijim stanjima. Doba u kome dominiraju mediji elektronske komunikacije menja, pre svega, u prostornom i vremenskom smislu ne samo domete, već i sve pretpostavke i društvene posledice komuniciranja, koje su znatno izmenjene u odnosu na eru klasičnih komunikacija (štampa, pismo i sl.). Ove promene reflektuju se i na odnos komunikacija-politička kultura, kao i na čitav proces formiranja komunikativnih zajednica, čak i kada su u pitanju isti tipovi komunikativnih zajednica, kao u ranijem periodu. Reč je o promenama u načinu na koji se politička komunikacija i politička kultura povezuju u celovit komunikacijsko-kulturni kontekst i o načinu na koji danas funkcionišu. Moć masovnih medija današnjice u znatnoj meri modifikuje udeo i učinak političke kulture u formiranju komunikativnih zajednica i u političkoj praksi i odlučivanju uopšte. Učinak izvornih, autentičnih kulturnih vrednosti u savremenim uslovima se smanjuje, a ranije kulturne vrednosti degradiraju u klišeje i obrasce tzv. masovne kulture.²

Sam proces komuniciranja odvija se sve više kao jednostrani, a ne recipročni tok razmenjivanja (predaje) unapred spravljene informativne materije između udaljenih središta koncentrisane medijske moći i nepovezanog druš-

² Enciklopedija političke kulture, Savremena administracija, Beograd, str. 495.

tva, koje prate i komentarišu informativne sadržaje, ali, strukturno, imaju sve manje mogućnosti da na njih aktivno utiču u povratnom procesu.

Mediji su sredstvo za komunikaciju sa javnošću, tj. provodnik preko kojeg se može obraćati mnogim ciljnim grupama i time uticati na njih. Oni su prisutni u svakoj sferi života. Isprepleteni su sa politikom isto koliko i sa sportom, sa obrazovanjem i porodicom. Značajni su za rad, kao i za zabavu, za javni i za privatni život. Mediji ne postoje samo radi sebe, već, između ostalog, da zadovolje interese svoje ciljne javnosti. Iz tog razloga mediji i oni koji rade u njima, postaju tvorci javnog mišljenja. Jednom rečju, oni su nezaobilazan deo svakog razvoja modernog društva, a posebno društvene svesti. To postižu tako što, iznoseći i obrazlažući neki stav, ocenu, pohvalu ili kritiku, oblikuju mišljenje javnosti o mnogim stvarima, planovima ili politici. Na primer, mediji u velikoj meri mogu uticati na stav javnosti o tome koji je proizvod najbolji, ko nudi najbolje usluge i slično. Na taj način javnost postaje potrošač različitih vesti, razmišljanja i analiza.

Danas je medijski prostor pretrpan velikim brojem raznih informacija, koje plasiraju različite interesne grupe ili pojedinci. To već samo po sebi dopušta mogućnost različitih pogleda na isti problem, odnosno mogućnost da određena interesna grupa svoje lične poglede ili stavove pokuša (a često i uspeva) da nametne kao istinite i opravdane, bez obzira na stvarne činjenice, čime manipuliše javnim mnjenjem u svoju korist. Da nesreća bude veća, istina može biti sasvim suprotna. Ovakve mogućnosti iskorišćavanja medija i medijskog prostora odavno su uočile one države, službe, organizacije i pojedinci koji imaju nameru da svoje stavove i mišljenja proklamuju kao opštevažeca i prihvatljiva za sve.

Primer najsveobuhvatnijih političkih gledanja na ulogu mas-medija u SAD, predstavlja knjiga *Proizvodnja pristanka*, Edvarda Hermana i Noama Čomskog (1998), u kojoj oni razvijaju "propagandni model" masovnih medija zasnovan na tvrdnji da mediji "služe" za mobilisanje podrške posebnim interesima koji dominiraju državom i privatnim aktivnostima. Prema njihovom mišljenju, vesti proizvodi relativno koncentrisana industrija od nekoliko desetina profitno orijentisanih korporacija u kojima profit zavisi od reklame i vladinih zvaničnika, kao izvora informacija. Oni koji im se povinuju i prihvate ih, postaju "napredne demokrate", a oni koji se suprotstave postaju "rušioци civilizacije", fašisti, varvari, ubice i slično. Cilj i jednog i drugog pristupa (medijskog rata), jeste da se jedna država, narod, pokret ili pojedinci dovedu pod svoju kontrolu. Oni pohvaljeni na način da će postati deo "garniture u usponu", a

oni drugi da se stave pod opštu osudu domaće i svetske javnosti. Tako, novostvoreni pojam "medijski rat" dobija i svoju definiciju. On se definiše kao *"zbir tehnika psihološkog pritiska koji upotrebljavaju politički lobiji, organizacije i pojedinci, s ciljem postizanja sopstvenih političkih ciljeva, koristeći pri tom sredstva masovnog informisanja protiv izabrane ciljne grupe u vlastitoj ili u drugim zemljama u širokom vremenskom razdoblju"*.

Kada su u pitanju takozvane "medijske bombe" u vidu lažnih i tzv. loših vesti u sklopu doktrine specijalnog rata ili izazivanja i upravljanja krizom, najčešće, imaju za cilj:

- 1) izazivanje tzv. televizijske revolucije, koja u određenim slučajevima nosi elemente izvođenja državnog udara;
- 2) "očuvanje demokratije" u slučajevima kada pošto-poto, bez obzira na stavove ili glasove javnosti, treba očuvati postojeće rukovodstvo na vlasti;
- 3) izazivanje građanskog nezadovoljstva i nereda, čime se najčešće prikriveno nameću sopstveni interesi, kao interesi "naroda", i
- 4) stvaranje uslova kod domaće i svetske javnosti da medijski rat preraste u pravi rat. (Ibid., s. 198)

S tim u vezi, može se reći da, medijski rat postaje sredstvo u paleti psiholoških pritisaka koje primenjuju velike i moćne sile u "demontriranju" malih i nezavisnih država. Primeri za to su mnogobrojni, pa ćemo u narednom delu rada navesti neke od njih.

Jedan od karakterističnih primera je uvođenje cenzure Pentagona o izveštavanju o ratu u Zalivu, poznate pod nazivom "Osnovna pravila" i "Smernice", koje je odobrio Kongres Sjedinjenih Američkih Država, "medijima je prvo dodeljena uloga proste transmisije i multiplikacije informacija", a pravo informisanja javnosti o ratu preneto je u nadležnost vojnih vlasti. (Popović, N., 1996, s. 214) Medijima je na taj način uskraćeno stečeno pravo i mogućnost da ekskluzivno izveštavaju.

Možemo reći da otkako se koriste tehnike psihološkog pritiska za delovanje na ljudsku svest, političke simpatije mnogih ljudi apsolutno zavise

od njega. Time je postignuto prihvatanje medijskih teza kao standarda, a ljudi ih većinom prihvataju kao sopstvene misli.³

S tim u vezi, odmah se postavilo pitanje kako je moguće u većini "demokratskih" zemalja, sa toliko različitih interesa, stavova i društvenih struktura, tako homogenizovati medije, postići da u jednom periodu svi pišu isto, o istoj zemlji s podjednakom agresivnošću i mržnjom, bez suprotnih mišljenja. Nesumnjivo je da postoje centri koji takve kampanje organizuju, diriguju, kanališu i finansiraju, i koji sa više snage i preciznosti rade ono čime se u svoje vreme bavio Gebels.

Prema tome, mediji uglavnom koriste mnoge tehnike psihološkog pritiska, tako da se te tehnike ne svode primarno samo na laži, mada i to dolazi u obzir. Najčešće su zasnovane na:

- 1) "tehnologiji organizovanja" informacija, preko različitih medijskih agencija i medijskih kuća;
- 2) propagandi velikog broja simbola sa očiglednim i skrivenim značenjima, i
- 3) masovnoj cirkulaciji nepotvrđenih informacija koje fabrikuju agencije i politički lobiji. (Stajić, Ibid., s. 199)

U tu svrhu značajno je predstaviti tipologiju tzv. loših vesti, kojima se najčešće služe razni fabrikanti medijske istine. Prvi tip su *moguće, ali pogrešne informacije*. Primer za to nalazimo u informacijama⁴ koje su stizale iz Atlante za vreme Olimpijade. Naime, list *Konstitušn* (Constitution) objavio je da je "slavni" policajac, koji je otkrio podmetnutu bombu u kontejneru za smeće u stvari prvi osumnjičeni. Ubrzo je i uhapšen. Lansirana je vest o ludaku koji je hteo da postane junak. Ceo svet je brzo i olako prihvatio tezu o lažnom junaku. Sve novine su ga nazivale podmuklim ubicom. Pohvale za brzo i efikasno otkrivanje zločinca pobrao je FBI. Međutim, činjenice rasvetljene posle Olimpijade govore o nečem drugom. FBI je u stvari "dozvolio" da informacija "procuri" u javnost, jer mu je odgovaralo da se prikaže kao efikasna i ekspeditivna organizacija. Mali broj ljudi zna (a kasnije to nije ni bilo važno), da pravi "bombaš"

³ Da se vestima može manipulirati govori i činjenica da je za vreme rata u Vijetnamu većina izveštaja bila strukturirana po modelu "obrnute piramide" - što je informacija bliža istini, to je kasnije plasirana u tekstu.

⁴ Informacija je određena količina obaveštenja, podataka i stavova, koji nose neku poruku u kojima se inicira neka akcija, a koje su povezane sa spoljnim ili unutrašnjim okruženjem.

nikad nije pronađen, a da se vlada SAD izvinila policajcu, kome je taj događaj uništio zdravlje i život.

Drugi tip su *cenzurisane informacije za "dobrobit" građana*. Primer za to nalazimo u sledećem slučaju. Amerikanci su sistematičnim agresivnim reklamama duže vremena ubeđivali (i ubedili) svoje kupce automobila da kupuju samo one sa ugrađenim vazdušnim jastucima za zaštitu putnika od posledica sudara. Na taj način proizvođači automobila i reklama ostvarili su znatnu zaradu. Naknadno utvrđenu činjenicu da funkcija vazdušnih jastuka može ubiti malu decu i stare ljude slabijeg zdravlja niko nije hteo da objavi, iz dva razloga. Prvi, jer bi to stvorilo paniku kod svih vlasnika takvih automobila i, drugi, jer bi to dovelo do finansijske katastrofe proizvođača.

Treći tip su *tačne vesti sa pogrešnim zaključkom*. Primer za ovaj tip nalazimo u sledećem slučaju. Jedan američki list objavio je "senzacionalnu vest" da su agenti CIA, zajedno sa pobunjenicima u Nikaragvi, švercovali sintetičku drogu u Los Angeles, što je bilo tačno. Na osnovu te tačne vesti neko je zaključio da je to zavera CIA protiv siromašnih crnaca, jer su oni najčešći korisnici, a droga je bila smrtonosna. Jasno je da je to uznemirilo crnačku javnost i zapretilo rasnim neredima. Prava i istinita činjenica jeste da su agenti CIA "samo" hteli da se obogate.

Četvrti tip su tzv. *statističke informacije* pomoću kojih se izvode zaključci sa velikom verovatnoćom tačnosti. Primer kako pogrešno baratanje statističkim podacima može napraviti ozbiljan problem vidimo iz sledećeg slučaja. Jedan sociolog je 1985. godine, objavio rezultate istraživanja po kojima je došao do zaključka da posle sporazumnih razvoda brakova kod 75% žena opada životni standard, a raste kod 42% muškaraca. Posle objavljivanja ovih podataka drastično je opao broj sporazumnih razvoda brakova, a žene su masovno tražile od sudova da se njihovi meževi proglase krivima za razvod braka. Može se zamisliti kakve je to probleme izazvalo u sudovima prilikom brakorazvodnih parnica. Situaciju nije popravila ni činjenica da je pomenuti sociolog objavio ispravku uz izvinjenje da je baratao pogrešnom statistikom.

Peti tip čine tzv. *istorijske informacije*. To su informacije za koje se veruje da su nastale pre više desetina ili stotina godina, i sve vreme su važile kao tačne i kao takve pripisivane su nekim ljudima, pojavama ili događajima. Problem je u tome što se njihova tačnost ne može proveriti i što svi veruju da su one tačne, jer "svi znaju" i ponavljaju njihove sadržaje kao istinite. Pravi primer za takav tip informacije nalazimo u rečenici koja se pripisuje Mariji Anto-

neti: "Ako nemaju hleba, neka jedu kolače." Neka istraživanja dokazuju da ona to nikada nije rekla. (Ibid., s. 201)

Na osnovu navedenog objašnjenja tipologije vesti koje se koriste u medijskom ratu zaključujemo:

- 1) Pomoću "loših vesti", koje sadrže poluproverena ili neproverena objašnjenja, lako se prenose neistine na skriven i perfidan način.
- 2) Takve vesti su sa stanovišta bezbednosti opasne, jer liče na prave (tačne), a razlikuju se od dezinformacija po tome što imaju trunku istine.
- 3) Kompjuterska tehnologija posredstvom tzv. globalnih mreža onemogućava tradicionalne izvore informisanja, odnosno, onaj ko je vlasnik globalne kompjuterske mreže u mogućnosti je da kontroliše informacije. Zbog lakoće i jeftinog pristupa svi korisnici kompjuterske mreže istine koje tamo pročitaju prihvataju kao tačne.

5. Glasine kao deo psihološko-propagandne delatnosti i ugrožavanje bezbednosti

Osim medija i medijskog rata, kao vrlo značajan oblik ugrožavanja bezbednosti i ostvarivanja prevlasti bez otvorene primene sile pojavljuju se glasine kao deo psihološko-propagandne delatnosti.

Naime, ako je svrha propagande zavodjenja i manipulacija sveću masa, jedna od osnovnih tehnika te manipulacije jeste proizvođenje, oblikovanje i plasiranje posebne vrste informacija namenjenih ciljnoj grupi - glasina. (Ljubisavljević, B.1998, s. 122)

Razvojem i usavršavanjem sredstava za uništavanje ljudi i materijalnih dobara, povećan je značaj psihologije i moralnog činioca u savremenom ratu. Osetljivost psihe u kriznim situacijama naglo se povećava, što omogućava proizvođenje i uspešnije prenošenje svih vrsta glasina koje, sticajem raznih okolnosti, mogu pokrenuti mase na grupno ponašanje koje je u interesu protagonista psihološkog rata. Situacioni činioci kriznih stanja i psihosocijalne karakteristike konkretne ciljne grupe znatno utiču na uspešnost proizvođenja i širenja glasina. Sa stanovišta opasnosti od ugrožavanja morala, naročito su značajne glasine koje izazivaju strah, a one se najčešće javljaju u kombinaciji sa glasinama koje su sračunate na izazivanje mržnje, neizvesnosti i obmane. Odbrana moralne svesti ciljne grupe od svih vrsta glasina zasniva se na osnovnim pretpostavkama i principima za suprotstavljanje psihološko-propagandnom delovanju uopšte. To su, pre svega, otklanjanje ili ublažavanje negativnih činilaca kriznih stanja kao objektivnih i širih kategorija, zatim jačanje

otpornosti svesti ciljne grupe i preduzimanje konkretnih informativnih, obrazovnih, administrativnih i mentalno-higijenskih mera prema delovima grupe i pojedincima u ciljnoj grupi "napadnutoj" glasinama.

Fenomen glasila, s obzirom na značaj sa psihološkog, socijalnog, politikološkog i pravnog stanovišta, bio je predmet mnogobrojnih naučnih istraživanja i studija. Najčešće su glasine definisali i objašnjavali socijalni psiholozi, teoretičari psihološkog rata i, u poslednje vreme, teoretičari neokortikalnog rata.

Budući da termin *glasina* upućuje na augmentativ od imenice *glas*, čiji je antipod deminutiv *glasić*, potrebno je razumeti termin *glas*, koji ima više sinonima: *glas* kao zvuk, kao vest i novost, kao tvrdnja i stav, poruka itd. Međutim, izvođenje pojma *glasina* iz pojma *glas* opravdano je samo u slučaju njegovog značenja vesti i poruke, izveštaja ili nagoveštaja o nekom događaju. No, da bi imali sve odlike glasilne, vest ili tvrdnja ne smeju da budu obične, već intrigantne, neočekivane i uznemirujuće, oblikovane tako da na primaoca poruke ostave naročit utisak, da pokrenu na neku aktivnost, ne samo racionalnu, već, pre svega, iracionalnu stranu svesti. (Ibid., s. 125)

S obzirom na cilj fabrikovanja glasila i njihov krajnji efekat i posledice po moral i svest ciljne grupe, neke ranije definicije pojma glasilne u savremenim uslovima naglog povećanja značaja komunikacija i uticaja postale su "tesne". Naime, glasine kao "specifična vrsta tvrdnji" mogu da budu iznenadne, senzacionalne, "ubitačne", ali ne moraju biti neistinite. Prenosenje vesti o nekom značajnom događaju, čak i ako je objektivno, ukoliko je ta vest nepovoljna sa stanovišta egzistencijalnih i vitalnih interesa ciljne grupe, može da dovede do paničnog, iracionalnog i štetnog pojedinačnog i grupnog delovanja. Tako pojedinac, grupa ili masa pod pritiskom činjenica stvarnosti postaju mera "istinitosti" primljene poruke ili tvrdnje. Na sličan način, pridavanje velikog značaja načinu prenošenja glasila postaje relativno, jer dobro smišljena propagandna poruka može ciljnoj grupi da se prenese parolama, lecima, slikom, karikaturom i na druge načine, a ne samo "šaptanjem".

Proizvodnja glasila, kao planska aktivnost stručnih timova za psihološko ratovanje, bila bi nesvrshodna bez postojanja specifične psihosocijalne sredine u ciljnoj grupi, pa se glasine kao fenomen mogu definisati kao: specifično oblikovane informacije posredstvom kojih njihov nosilac nastoji da kod ciljne grupe deluje na svest radi njenog pokretanja na željenu aktivnost.

Uspesnost glasila zasniva se na nekim osnovnim pretpostavkama:

- 1) izvor nastanka i krajnji cilj lansiranja glasilne je neprepoznatljiv;

- 2) nemogućnost neposredne provere istinitosti;
- 3) prividna dobronamernost, logičnost i privlačnost;
- 4) prilagođenost sadržaja psihološkim, etičkim i drugim svojstvima ciljne grupe, kao i obeležjima trenutne socijalne, ratne i političke situacije u kojoj se nalazi ciljna grupa i
- 5) neotpornost psihološke i moralne svesti ciljne grupe.

Planiranje i realizacija, a samim tim i proizvodnja i emitovanje glasina, veoma je kompleksan, doktrinarno i naučno zasnovan proces.

Tehnologija prozvođenja i plasiranja glasina veoma je složena i obuhvata više faza: izbor ciljne grupe; utvrđivanje slabosti ciljne grupe na ekonomskom, političkom, vojnom i moralnom planu; koncipiranje sadržaja i forme glasine, prilagođene psihosocijalnim svojstvima i "slabim tačkama" ciljne grupe; izbor načina i sredstava plasiranja glasina; plasiranje, emitovanje glasina i podrška njihovom širenju na "prenosnom putu", i iskorišćavanje efekata akcionog delovanja ciljne grupe; analiza učinaka glasina, korekcija nedostataka operacije i obnavljanje ciklusa.

Osim konstruisanja glasina, kao organizovane delatnosti stručnih službi, bez posebnog podsticaja spolja, ne samo u kriznim, nego i u normalnim uslovima, ljudi ispoljavaju sklonost ka spontanom proizvođenju glasina.

Sasvim obični ljudi često će rado prepričati drugima "vest" koju su čuli radi provere njene verovatnosti i istinitosti i radi sopstvenog suda o njoj.

Rezultati ispitivanja nekih socijalnih psihologa (Olport, Postman) pokazuju da se glasine u toku usmenog prenošenja menjaju, iskrivljuju, uobličavaju i "obogaćuju" na uštrb prvobitne informacije. Proces uobličavanja direktno je vezan sa psihosocijalnim činiocima situacije u kojoj su penosioci (strah, iščekivanje, nadanje), ali i s individualnim svojstvima prenosilaca, koji mogu biti opterećeni ličnim kompleksima, brigama, predrasudama, zlobom i drugim.

Glasine se mogu podeliti u sedam grupa, (Ibid.) i to:

- 1) glasine straha;
- 2) glasine neizvesnosti;
- 3) glasine mržnje;
- 4) obmanjivačke glasine;
- 5) glasine želja;
- 6) sanjalačke (nostalgične) glasine;
- 7) glasine radoznalosti.

6. Medijski sistem Srbije i javni interes

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. godine⁵, 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".⁶

Kada je u pitanju Statut Autonomne Pokrajine Vojvodine, kao najviši zakonodavni akt u AP Vojvodini, on u članu 26. navodi kako su u službenoj

⁵ Ustav Republike Srbije, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 83/06.

⁶ Zakon o službenoj upotrebi jezika i pisama, "Službeni glasnik Republike Srbije", br. 45/91, 101/05 i 30/2010.

upotrebi srpski jezik i ćirilično pismo, te mađarski, slovački, hrvatski, rumunski i rusinski jezik i njihova pisma.⁷

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".

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). (Media Sustainability Index, 2012, s. 130.)

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 obaveštavani o pitanjima od određenog javnog značaja. Informativne programe na jezicima manjina proizvode i emituju dve javne radiodifuzne ustanove (Beograd i Novi Sad).⁸

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. (Ilić, S. http://www.21osmeh.net/Zakonsko_regulisanje_polozaja_NM.pdf)

⁷ Statut AP Vojvodine, "Službeni list APV", br. 17/09.

⁸ Izveštaj pokrajinskog ombudsmana o stanju manjinskih medija u Vojvodini iz 2010. godine, Novi Sad, s. 7.

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: Đukić, S2018, s. 72

U Vojvodini funkcioniše 114 medija koji svoje sadržaje, delimično ili u potpunosti, objavljuju na 11 jezika. (Serenčeš, Ž., 2009, s. 11)

Monitoring Javnog servisa Vojvodine, koji kontinuirano radi Novosadska novinarska škola sa posebnim fokusom na programe na jezicima manjina, ukazao je na nedostatke interkulturalnih sadržaja kao i propisne promocije i afirmacije jezika i kultura etničkih zajednica. (Marko, D., Nikolić, J., Šinković, R. N., 2012, s. 329)

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: Đukić, S., 2018, s. 72

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." (Manić, M., 2015, s. 192)

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 korupcije, 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. (Đukić, S., I bid., s. 75)

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**.

Konflikti interesa najviše pogađaju javnost kada se tiču upravljanja javnim preduzećima, javnih nabavki, privatizacije, kulture, medijima, isl. tj. kada su budžet i građani najočiglednije materijalno i na drugi način oštećeni. Može se reći da je sukob interesa osnov za svako neetičko i neprihvatljivo ponašanje javnih funkcionera. Prema istraživanju koje je sprovedla 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 tabele:

TABELA 3. — *Kada postoji sukob javnog i privatnog interesa*

KADA POSTOJI SUKOB JAVNOG I PRIVATNOG INTERESA KOD DRŽAVNIH FUNKCIONERA	Potvrdilo ponuđenu situ-
Kada državni funkcioner zastupa interes svoje partije	59,7%
Kada državni funkcioner počne gradnju kuće za vreme mandata	48,4%
Kada visoki državni funkcioner koristi lično obezbeđenje i službeno vozilo za potrebe obavljanja državnih poslova	23,6%
Kada državni funkcioner podnese krivičnu prijavu protiv nekog lica	21,5%
Kada se državni funkcioner posle radnog vremena bavi naučnim ili umetničkim radom	13,7%

Izvor: Nenadić, N., 2003

Zanimljivo je da veliki broj ispitanika neka ponašanja kategorišu kao sukob javnog i privatnog interesa, iako ona to sama za sebe nisu. Na sledećoj tabeli prikazano je gde građani često greše.

Pogrešni stavovi građana predstavljeni u prethodnoj tabeli nisu posledica samo neupućenosti u propise o sprečavanju konflikta interesa i nepoznavanja zakona, već je u pitanju pre svega nepoverenje u političke strukture koje upravljaju zemljom i mehanizme sprovođenja regulative. U pitanju je široko rasprostranjen stav da se čak i iza dela koja su naizgled zakonita i nisu nemoralna, krije ipak nekakva zloupotreba. Da je antagonizam na liniji građani - političari ponekad čak i apsurdan, govori podatak da čak skoro četvrtina ispitanika smatra konfliktom interesa upotrebu službenih automobila u službene svrhe. Na osnovu istog istraživanja, ispitanici građani pokazuju veoma visok nivo uočavanja određenih pojava oblika "ukrštanja" javnih i privatnih interesa kod državnih funkcionera. To se može videti iz sledeće tabele.

TABELA 4. — *Pojave kada su državni funkcioneri istovremeno i ?*

POJAVA DA SU DRŽAVNI FUNKCIONERI ISTOVREMENO I:	Uočeno	Ocenjeno kao štetno
Funkcioneri političkih stranaka	85,3%	37,2%
Vlasnici ili suvlasnici privatnih preduzeća	73,3%	73%
Direktori i/ili članovi upravnih odbora državnih preduzeća	68,4%	67,8%
Direktori i/ili članovi upravnih odbora privatnih preduzeća	64,9%	72,2%
Poslanici u više skupština	49,8%	63,3%
Rukovodioci nevladinih organizacija	37,2%	57,4%

Izvor: Nenadić, N., 2003

U 2010. godini doneti su propisi o zabrani višestrukih državnih funkcija jedne osobe, što je u skladu sa mišljenjem koje su građani Srbije iskazali još 2003. godine (videti prethodnu tabelu). Međutim, sprovođenje propisa naišlo je na žestok otpor velikog broja državnih funkcionera, koji su na sve načine izbegavali ostavke i grčevito branili svoje višestruke položaje u izvršnoj vlasti, raznim skupštinama (državnoj i lokalnim), mesta gradonačelnika, članova upravnih odbora itd.

Razlog za mnogobrojne funkcije pojedinca u raznim sferama politike, privrede, sporta, kulture, nevladinog sektora, leži uglavnom u težnji za povezivanjem na korupcijskoj osnovi. Npr. političar se može postaviti u funkciju pomagača nevladinoj organizaciji, ili sportskom klubu, kojima će privilegovano dodeljivati državne subvencije, omogućavati im prostor u državno kontrolisanim medijima. U tržišnoj sferi on će svoje usluge privatnim subjektima naplaćivati npr. preko plaćenog članstva u upravnim odborima.

Osim toga, na osnovu istog istraživanja, na rang listi ponašanja državnih funkcionera koja se smatraju inkompatibilnim sa javnim interesom i koje su ispitanici uočili u Srbiji, najčešće su isticali: davanje prednosti članovima svoje partije pri zapošljavanju u državnom organu (65% ispitanika je odgovorilo da je ova pojava česta), zatim nepotizam (davanje prednosti i pomaganje članovima porodice i prijateljima da stiču korist od države - 60%) i konačno zloupotreba diskrecionih ovlašćenja i samovolje u odlučivanju ("tumače prava i propise kako im odgovara" - 55%). S druge strane, građani kao nešto manje

učestale pojave primećuju postojanje zloupotreba koje državnim funkcionerima, ili povezanim licima mogu da donesu direktne materijalne koristi.

TABELA 5. — Zloupotrebe državnih funkcionera

PONAŠANJE DRŽAVNIH FUNKCIONERA	Često	Ponekad
Daju prednost članovima svoje partije pri zapošljavanju u državnom organu iako ima stručnijih kandidata	65%	28,9%
Daju prednost članovima svoje porodice i prijateljima pri zapošljavanju u državnom organu iako ima stručnijih kandidata	60,4%	30,5%
Pomažu članovima svoje partije da sklope poslove sa državom	55,8%	34,5%
Tumače prava i propise kako im odgovara	55%	39,9%
Pomažu članovima svoje porodice i prijateljima da sklope poslove sa državom	54%	34,4%
Primaju poklone od ljudi i organizacija koji od njih mogu očekivati protivuslugu u budućnosti	47,8%	35,3%

Izvor: Nenadić, N., 2003

Na osnovu ovih odgovora dobija se poražavajuća slika poverenja građana u poštenje nosilaca političkih funkcija kao grupe.

7. Zaključak

Na kraju, možemo konstatovati da pojave ugrožavanja koje prate razvoj svakog društva, neminovno se javljaju i u našem društvu, što kao odgovor ima stvaranje odgovarajućeg zaštitnog sistema u vidu organizovanog sistema bezbednosti. Međutim, njihov negativan uticaj oseća se i pored svih preduzetih mera, pa to upućuje na zaključak da se izvori ovih pojava nalaze izvan uticaja društvenih subjekata koji su zaduženi za njihovo eliminisanje. Isto tako, možemo zaključiti da su ti izvori takođe konstantni, s obzirom na trajnost pojave ugrožavanja, kao i da su heterogeni i dispergovani u raznim sferama društvene, prirodne i tehničko-tehnološke delatnosti.

Imajući u vidu da smo se u radu bavili društvenim izvorima ugrožavanja, odnosno društvenom protivrečnosti, možemo sasvim sigurno zaključiti da društvene protivrečnosti, kao posledica materijalnog razvoja i društvene podele rada i viška vrednosti, predstavljaju polaznu osnovu mnogih društvenih nauka u objašnjenju osnovnih izvora ugrožavanja. Osim toga, osnovno

polazište većine autora jeste da se pojave ugrožavanja posmatraju kao proizvod istorijskog razvoja ljudskog društva, pri čemu se kao osnovna društvena protivrečnost javlja suprotnost ili različitost interesa. Suprotnost interesa je toliko česta da se pojave ugrožavanja najčešće povezuju upravo sa njom. Naime, veliki procenat raznih negativnih pojava i kretanja u društvu posledica su interesa različitih društvenih grupa ili klasa.

Kada govorimo o ugrožavanju bezbednosti, kultura se svakako javlja kao pozitivan pojam, dok se kao pojava ugrožavanja bezbednosti društva javlja tzv. supkultura. To je društveno negativna pojava koja se obično javlja u uslovima kada je neka jedinka ili društvena grupa lišena izvesnih i značajnih društvenih vrednosti (ugled, izbor zanimanja, rad, prihod, obrazovanje i sl.) ili kad kod njih nastane takav poremećaj u sistemu vrednosti da to izlazi iz mogućnosti normalne društvene kontrole. Takođe, kultura se smatra vrlo značajnom komponentom društvenih kretanja, naročito političkih, koja se mogu, primera radi, odraziti kao kulturna integracija ili dezintegracija političkih i društvenih grupa. Mnoga društvena kretanja upravo počinju kao kulturna, da bi se tek kasnije razvila u politička i materijalna. Osim toga, kultura se javlja i kao merilo političke i druge samostalnosti političkih i društvenih grupa (nacionalnih manjina, etničkih grupa). Ta kulturna autonomija ostvaruje se uz saglasnost određenih političkih instanci države i ona predstavlja meru zahteva, potreba i politike te grupe prema političkim instancama. Ponekad to pravo može poslužiti kao prividna zamena za stvarnu nacionalnu, ekonomsku i političku slobodu. Možemo sasvim sigurno reći da, čovek u osnovi, sve kulturne vrednosti jednog društva usvaja procesom obrazovanja, socijalizacije (preko porodice, škole i grupa kojima pripada), pa se napad ili ugrožavanje vrednosti jednog društva u sferi kulture ostvaruje dezintegracijom tih institucija.

S tim u vezi, kada govorimo o ugrožavanju bezbednosti, a posebno vezano za kulturu, veoma značajna su još dva pojma., i to: tzv. *masovna kultura i bezbednosna kultura*. Kada je u pitanju masovna kultura, pod njom se najčešće podrazumeva približavanje kulturnih tekovina jednog društva preko sredstava masovnih komunikacija. Tako se danas, posle ubrzanog razvoja sredstava masovnih komunikacija (štampa, radio, TV...), u smislu ugrožavanja bezbednosti, ogleda u širenju propagandnih, umesto kulturnih sadržaja. Populacija jedne zemlje prepuštena uticaju sredstava informisanja, postaje pasivni objekat, koji je u položaju da se njime manipuliše prema tuđoj volji i tuđim interesima.

Kada je u pitanju 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. 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.

Literatura

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

Đukić, S. (2018), „Efekti privatizacije u Srbiji i informisanje medija na jezicima nacionalnih manjina“, *Medijski dijalozi*, Vol. XI, Br. 31, ss. 63-82.

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

Ljubisavljević, B. (1998), „Glasine kao sredstvo psihološkog rata“, *Vojno delo*, br. 4-5/1998, ss. 121-136.

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.

Popović, N. (1996), „Rat i medijski rat”, *Vojno delo*, br. 1/1996, ss. 7-23.

Serenčeš, Ž. (2009), *Informisanje na jezicima nacionalnih manjina i deetati-zacija*, 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.

Stajić, Lj. (2011), *Osnovi sistema bezbednosti*, Novi Sad: Pravni fakultet Univerziteta u Novom Sadu.

Dokumenta

Enciklopedija političke kulture, Savremena administracija, Beograd.

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.

Mala politička enciklopedija, Savremena administracija, Beograd, 1966.

Media Sustainability Index, 2012, str. 130.

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 elektronskim medijima, 2014. godine.

Zakon o javnim servisima, 2014. godine.

Zakon o javnom informisanju i medijima, 2014. godine.

Zakon o javnom informisanju, 2002. godine.

Zakon o lokalnoj samoupravi.

Zakon o radio difuziji, 2003. godine.

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

Zakon o zaštiti manjina, 2002. godine.

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

MEDIA ATTENTION TO QUALITY OF LIFE

MEDIJSKA POZORNOST KVALITETA ŽIVOTA

dr SRDJAN VUKADINOVIC, professor
Centar za društvena istraživanja - Podgorica

Abstract: *Rarely, the social phenomenon, as the quality of life, causes different kinds of attention. Any aspect of society's analysis as the ultimate determinant has the quality of life of individuals and groups. The quality of life has become a key formula for the successful functioning of state institutions and all social substructures. It is quite understandable that such an intriguing and engaged concept, state and process causes media attention.*

Although the research on the quality of life, in the media and sociological sense, of a recent date and related to the first years of the second half of the 20th century, they have profiled over time as inevitable and inevitable when it comes to examining many elements of quality of life. In addition to methods and research techniques that are media and sociological, and applied in various aspects of these tests, quality of life is deeply incorporated into one of the fundamental forms of media and sociological differentiation of the society, vertical stratification.

Quality of life is one of the four determining dimensions of the stratification of a society whose degree of (un) satisfaction depends on the hierarchical distribution of social groups. Some authors who belong to the sociological discourse of the treatment of this phenomenon, as an essential determinant of quality of life, emphasize the consumption of goods, while others focus primarily on the distribution and distribution of the necessary goods. Apart from social development, the hierarchical distribution of groups on the stratification scale of the society depends on the dimension of quality of life. The connection between quality of life and social group positioning or membership determines

several elements of the sociological dimension: material income, housing status, housing conditions, working conditions, health, education and a number of others. In modern society, support for all this is also influenced by new technologies.

Key words: Media Attention, Quality of Life, Stratification of Society, Development, Distribution of Goods, Elements, Dimensions, New Technologies

Apstrakt: *Rijetko koji društveni fenomen kao kvalitet života izaziva različite vidove pozornosti. Bilo koji aspekt analize društva kao krajnju odrednicu ima kvalitet života pojedinaca i grupa. Kvalitet života je postao ključna formula uspješnosti funkcionisanja institucija države i svih društvenih podstruktura. Sasvim je razumljivo da tako intrigantan i angažovan pojam, stanje i proces izaziva i medijsku pozornost.*

Iako su istraživanja kvaliteta života, u medijskom i sociološkom smislu, novijeg datuma i vezana su za prve godine druge polovine XX vijeka, ona su se kroz vrijeme profilisala kao neizostavna i neizbježna, kada treba ispitivati mnoge elemente kvaliteta života. Pored metoda i istraživačkih tehnika koje su medijske i sociološke, i koje se primjenjuju u raznim vidovima ovih ispitivanja, kvalitet života je duboko inkorporiran u jedan od temeljnih oblika medijske i sociološke diferencijacije društva i to one vertikalne stratifikacijske.

Kvalitet života je jedna od četiri određujuće dimenzije stratifikacije društva od čijeg stepena (ne)zadovoljenja zavisi hijerarhijski raspored društvenih grupa. Pojedini autori koji pripadaju sociološkom diskursu tretiranja navedenog fenomena, kao suštinsku odrednicu kvaliteta života ističu potrošnju dobara, dok drugi u prvi plan pozicioniraju raspodjelu i distribuciju neophodnih dobara. Od dimenzije kvaliteta života pored društvenog razvoja zavisi i hijerarhijski raspored grupa na stratifikacijskoj ljestovici društva. Povezanost kvaliteta života i društveno grupne pozicioniranosti, odnosno pripadnosti determiniše nekoliko elemenata sociološke dimenzije, i to: materijalni prihodi, stambeni status, uslovi stanovanja, uslovi rada, zdravlje, obrazovanje i niz drugih. U savremenom društvu potporu svemu tome daju i uticaji novih tehnologija.

Ključne riječi: Mediska pozornost, kvalitet života, stratifikacija društva, razvoj distribucija dobara, elementi, dimenzije, nove tehnologije

1. Introduction

Discussions about the quality of life and interest in this sociological dimension of life are of recent origin. The beginning of a more organised approach to the examination of the quality of life, based on scientific groundwork, is attached to the formation of the welfare state category in the early fifties XX century.. A number of authors define welfare as a state towards which every society should aspire in satisfying the needs of individuals and social groups which represent the entire social existence of man. Comprehension of the quality of life is very broad, from an economically – statistic determination (R. Titmus is the first to use the term quality of life in 1958. In his „Essays on the Welfare State“ and he equalises it with welfare), over the interdisciplinary determination of the economical – sociological character (H. Kristenses, Allard, Partanen, Erikson). Certain authors (Agnes Heller, Henry Lefebvre, Paul Lafarg, Georg Lukacs) analyse „everyday life“ from the philosophical aspect. South-Slavic authors who were engaged in studying living conditions and the standard of living as economic categories are Kosta Mihailović, Zoran Pjanić, Branko Horvat etc. The sociological approach to the satisfaction of existential needs through the analysis of style and way of life can be found in authors like Zagorka Golubović, Vesna Pešić, Zdravko Mlinar, Veljko Rus, Vladimir Lay, Marija Bogdanović, Vojin Milić, Dušica Seferagić, Slobodan Vuković etc.

2. Quality of life and social development

The approach to the examination of the quality of life includes a complexed interdisciplinary procedure with different dimensions for determining the content of the phenomenon. Certain authors will as an essential component emphasize the consumption of goods, while others will emphasize distribution and the distribution of essential needs.

Quality of life, on one hand, is determined by the social position of groups and on the other it is itself the aim of social development. The (un)satisfaction of certain quality of life elements living condition are good, as well as into these who live in unsatisfactory living conditions.

The aim of social development is the realisation of as many interests as possible and the satisfaction of individual and social group needs. The connection between development and social status is directly conditioned. In conditions of intensive development the status of most of the members of a certain social community is such that they may qualitatively satisfy their needs and reach a certain degree of quality of life. Poor social conditions and crisis of economical – political relations in a community lead to a standstill in development, its limitation, and with this, to unacceptable conditions for satisfying one's needs. The quality of life in slower/reduced development is differentiated and is characterized by a lower degree of realisation of essential needs in which the „minority, leading a good qualitative life, and the majority, living below the poverty line differ“ (Seferagić, Popovski ; 1989:73). Differences in the quality of life in a reduced range of social development more expressively emphasizes contradictions among certain social groups, as well as among regions, cities, villages or smaller settlements.

3. Inequalities in the quality of life

Groups in power and their members in conditions of a reduced range of development, satisfy the quality of life elements on a higher level than other social groups. In this way, members of the governing elite comprise the social group which conditions the way of life of other social groups. Inequality in the quality of life in conditions of a social crisis and reduced social development accumulate great differences which produce more profound differentiation among the various groups. Coming out of a crisis does not solve the question of the quality of life for all the people in a certain social area. Disintegration processes may continue in certain social circles and regions, which diminishes the quality of life. Members of the governing class control production and development resources, and „simultaneity of economic – political organising“ of this grouping is predetermined by its very functioning, or – more profoundly – by the structure of the dominating social relations itself (Barnes, 2002: 72).

One's place in the division of labour is determined by one's social position in the social classes, so the quality of life is differently distributed among certain groups. Different social groups realize their essential needs in different ways. They meet them differently, use them differently and some of them have a different significance in satisfying their quality of life. Social circles which have different positions in the social hierarchy satisfy their quality of life

needs in a different way. Quality of life is that dimension of a human being's existence which consists of (un)satisfying personal needs of individuals collective needs of social circles.

4. New technologies and quality of life

Quality of life is directly related to life on the whole, which includes the development of new technologies, as well as the essentials of labour, organisation of labour, style of management, work efficiency, etc. However, the development of progress and technological achievements don't have always to contribute to the improvement of living conditions. Technological innovations advance production of goods and increase productivity. With new technological achievements we get a surplus of manpower and an increase in unemployment. In this way, material opportunities / possibilities for satisfying the essential needs of certain social group members is reduced. Quality of life then for certain groups is threatened. Certain authors, primarily, representatives of Scandinavian sociological thought (Erik Allardt, Leif Graham) analysed the effect of technology on the quality of life by the entity of technology and resources, through social relationship among individuals and groups, and the effects of individuals and groups on their won position in (un)satisfactory quality of life (Skledar, 1984 : 75-81).

Technology reduces the purchasing power of an individual as a member of a certain social group, which heads to a reduction in the standard of living. The development of technological achievements leads to differentiation and the reduction of professions, in such a way that members of groups whose profession are routine and hierarchically lower valued become unnecessary and superfluous in this process of automatisation. Because of that certain social groups become peripheral / marginalised, which may lead to moments of conflict in social relationships. The degrees of value in conditions of a reduced quality of life on the stratification scale caused by technological development stand out more sharply and more clearly that certain groups, so that those with better living conditions influence the preservation, and then the amelioration of corresponding relationships.

5. Need and quality of life

The basic of the quality of life are needs. Satisfying a certain need is conditioned by the social position of an individual and group. Needs that have a recoil effect on a social position are different. We can distinguish: the

need for appropriate consumption and the ownership of material means, the need for social power, the need for a social and professional reputation, the need for satisfying one's quality of life. Within quality of life, there is: the need for material incomes, the need for certain working conditions, the need for education, the need for corresponding ecological distinctions of the environment, the need for rest and recreation, etc. A need by itself does not mean much. It must be observed as a historical, social and individual category. Need as a historical category is the result of social inheritance which is distinguished by special conditions of requirements of life, existence and development. Certain needs and way of satisfying them are characteristics of an individual and they should be observed in an attitude toward a specific individual situation, because an individual may have very small needs in distinction from another. The degree of (un)satisfying needs depends on the dominance of one of the extreme dimensions: welfare or inequality. Many authors have based their research and theoretical explanation of the quality of life on needs as the best indicator.

A great number of sociologists that were working on the quality of life classify needs by different criteria. Systemizing a certain quality of life through a scale of needs by different criteria. Systemizing a certain quality of life through a scale of needs (mentioned by authors E. Allardt, 1976; A. Maslow, 1976; A. Alderfer, 1964) constitutes the „triad“ of needs which make (Lay, 1991: 298):

- a) material needs of „missing / lack / shortage“ needs (spites) – physical needs – existing needs;
- b) society needs (to hisc) – needs for safety, belonging, approval, love etc. – relations needs;
- c) personal needs (to be) – needs for knowledge, selfactualization – (personal) development needs.

The totality of these needs determines the quality of life and their durability and, to a greater degree their satisfaction by individuals and social groups represents a tendency which every social community longs for.

6. Conclusion

The systematic relation of analyzing the quality of life and of analyzing class, i.e. social circle stratification is determined by several moments.

The quality of life is conditioned by impartial conditions in which an individual or social group exists. The quality of life, in a sense of satisfying an individual's needs, „is conditioned by the character of the social division of labour and by membership of individuals to those social groups which directly come from a certain place in the given division of labour“ (Pešić, 1977:121).

The quality of life by conditioned by the character of social division of labour points at the moment which determines the character of decomposition in a society contained in the presence of class or social circle differentiation.

The connection between the quality of life and membership of different social groups influences the fact that individual have importantly different living conditions and they occupy different social positions, with which in a different way satisfy their quality of life and form „different life styles“ (Pešić, 1997:122).

Literature

Arsovski, S. (2005), „Put od kvaliteta do kvaliteta života“, in: *Zbornik 32, Nacionalna konferencija o kvalitetu*, Kragujevac.

Abel-Smith, B., Townsend, P. (1973), „The poor and the porrest“, in: Roach, J. and J. (ed), *Poverty*, Penduin Books.

Barnes, M., (2002), „Social Exclusion in the Life Course“, in: Barnes at all (ed), *Poverty and Social Exclusion in Europe*.

Lay, V. (1986), „Kvalitet svakidašnjeg života društvenih grupa“, *Revija za sociologiju*, Zagreb.

Lay, V. (1991), „Kvaliteta života stanovništva Hrvatske“, *Sociologija 3*, Beograd.

Pešić, V. (1997), „Društvena slojevitost i stil života“, in: *Društveni slojevi i društvena svest*, Centar za sociološka istraživanja Instituta društvenih nauka, Beograd.

Seferagić, D., Popovski, V. (1989), „Kvaliteta života kao cilj društvenog razvoja“, *Revija za sociologiju 1-2*, Zagreb.

Silver, H., Miller, S. (2003), „Social Exclusion: The Europe Approach to Social Disadvantages“, *Indication, Vol. 2, No. 2*.

Skledar, Š. (1984), „Tehnologija, kvaliteta života i regionalni razvoj“, *Gledišta 3*, Beograd.

Vukadinović, S. (2000), *Stratifikacija društva i kvalitet života*, Univerzitet Crne Gore, Podgorica.

UDK: 316.774

MULTIJEZIČNI MULTIMEDIJSKI SADRŽAJI U HRVATSKOM JAVNOM MEDIJU HRT- STUDIJA SLUČAJA: MEĐUNARODNI RADIJSKI KANAL „GLAS HRVATSKE“ U RAZDOBLJU 2013 – 2017

MULTILINGUAL MULTIMEDIA CONTENTS IN CROATIAN PUBLIC MEDIA HRT - CASE STUDY: INTERNATIONAL RADIO CHANNEL „VOICE OF CROATIA“ FROM 2013 TO 2017

DARIA MARJANOVIĆ, doktorand
Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu

***Apstrakt:** Temeljem formiranja teorije novih medija i slijedom oglednih primjera iz prakse odabranih javnih elektronskih medija unutar SAD i EU na internetskoj platformi, rad ima za cilj opisati i vrednovati multimedijски segment međunarodnog radijskog kanala u prooju fazi razvoja online sadržaja. Razmatra se prijenos informacija s elementima edukacije i zabave kroz proces stvaranja i distribucije različitih vidova sadržaja na četverojezičnim mrežnim stranicama, namijenjenima glavnim skupinama govornika koji čine publiku međunarodnog kanala **Glas Hrvatske** unutar jedinog hrvatskog elektronskog javnog medija HRT (hrvatski, engleski, njemački, španjolski). Propituje se utjecaj količine i kvalitete tih sadržaja na razinu zainteresiranosti korisnika i stupanj interaktivnosti koju omogućuje digitalna tehnologija u sklopu redovitog programa i prilikom posebnih događaja. Istraživanje pokazuje kako se struktura i organizacija rada mijenja, a poslovi i zadaci radijskih novinara i urednika usložnjavaju dok internetska platforma preuzima ulogu glavnog nosača sve raznovrsnijih sadržaja i smekšava granice između zasebnih jezičnih cjelina u programskom smislu. Razina rezultata pritom je uvjetovana nizom faktora: strateško planiranje, brzina restrukturiranja, razina edukacije i individualne inicijative unutar programa. Proaktivan odnos na pratećim društvenim mrežama pridonosi stjecanju novih medijskih navika i potreba postojećih korisnika i privlačenju novih. Pritom je važno*

očuvanje posebnosti interakcije sa svakom pojedinom skupinom korisnika – govornika različitih prirodnih jezika.

Ključne riječi: *Multimedija, multijezičnost, konvergencija medija, webvergencija, javni medij, medijska strategija, digitalna tehnologija*

Abstract: *Based on the formation of new media theory and following indicative examples from the practice of the chosen public electronic media in USA and EU on the Internet platform, the study aims to describe and evaluate a multimedia segment of a specific international radio channel in the first phase of its online content development. The object of observation is a transfer of information with elements of education and entertainment through the proces of creation and distribution of various contents made for a four-languages website targetting the main groups of speakers that make the audience of the international channel The Voice of Croatia, a part of the only Croatia electronic media service HRT (Croatian, English, German and Spanish). The influence of quantity and quality of those contents on the users' level of interest and degree of interactivity, made possible by digital technology, is examined during a regular programming and on the occasion of special events.*

The study follows a change of work structure and organization, while tasks of radio journalists and editors become more complex as the online platform takes over the role of the main content carrier and the programming border between different language entities softens. Results depend on a number of factors: strategic planning, restructuring process pace, level of education, motivation and inside inividual initiative. A proactive attitude on the accompanying social networks contributes to adopting new media habits and needs by existing and potential new users. It is also important to keep particularities of interaction with each group of users – speakers of different natural languages.

Key words: *Multimedia, Multilinguality, Media Convergence, Webvergence, Public Media, Media Strategy, Digital Technology*

1. Uvod

Doba opće globalizacije medija, u nekim slučajevima medijske konvergencije (Jenkins, H., 2008, p. 3), a redovito »webvergencije« (Keith, S., Thornton, L.J., 2008), , doba je i porasta dostupnosti tehničkih uređaja koji izravno povezuju ljude bez obzira na fizičku ili zemljopisnu udaljenost i čine vidljivom većinu njihovih aktivnosti (McLuhan, M., 1964, p. 5). Potreba za neposrednom i trenutnom komunikacijom donijela je u praksi prihvaćanje engleskog jezika kao svojevrsnog »esperanta« (McQuail, D., 2010, p. 261), pogotovo na razini društvenih mreža dostupnih najširim slojevima publike bilo gdje i bilo kad, zahvaljujući sve jeftinijim mobilnim vezama. Pritom je na internetskoj platformi uočljiv pravi »bum« foto i video sadržaja, što je posve očekivano s obzirom na univerzalnost slikovnog jezika.

No činjenica je da opstaju i dalje se razvijaju, sukladno geo-socijalnim prilikama i potrebama, medijski kanali na prirodnim jezicima. Javni elektronski mediji, kojima je primarna zadaća ravnopravno informiranje svih skupina i slojeva publike, traže nove odgovore na nove potrebe za digitalizacijom i multimedijalizacijom: višestruka uporaba računala, uvođenje novih platformi i vještina, usložnjavanje procesa prevođenja i proizvodnje multimedijских sadržaja na svakom pojedinom jeziku, te međujezična suradnja na temelju određenih sadržaja koji se preklapaju.

2. Multimedijalizacija suvremenih javnih radija u SAD, EU i RH

2.1 Osnovna obilježja, strategija, smjernice

Kod javnih medijskih servisa na globalnoj razini u protekla dva desetljeća uočavaju se trendovi: fragmentacija kanala, konvergencija medijskih platformi, tehnologija i usluga, mobilnost korisnika i zahtjev za nelinearnim pristupom sadržajima, porast preferencija prema multimedijским sadržajima i pojava UGC¹. (Gillmor, D., 2004, p. 139)

Granica između pošiljatelja i primatelja poruka se tanji. Razvoj tehnologija omogućuje multimedijски način izražavanja sve širem sloju profesionalaca, a dostupnost tehničkih sredstava i uključenost većeg broja korisnika u proces proizvodnje i vrednovanja medijskih sadržaja. Stoga je kod strateškog razvoja suvremenih javnih medija ključno razumijevanje potreba, uvažavanje mišljenja, te očuvanje povjerenja ciljanih skupina i individualnih korisnika.

¹USG - user generated content – sadržaji koje proizvode sami korisnici na najširoj skali vrsta uradaka i njihovih produkcijskih razina, u pravilu bez novčane naknade)

Kako se tehnologije pribavljanja, proizvodnje, distribucije i prezentacije medijskih sadržaja ubrzano razvijaju, zahtijevaju od profesionalnih novinara stalno nove vještine i kompetencije.

2.2 Američki primjeri

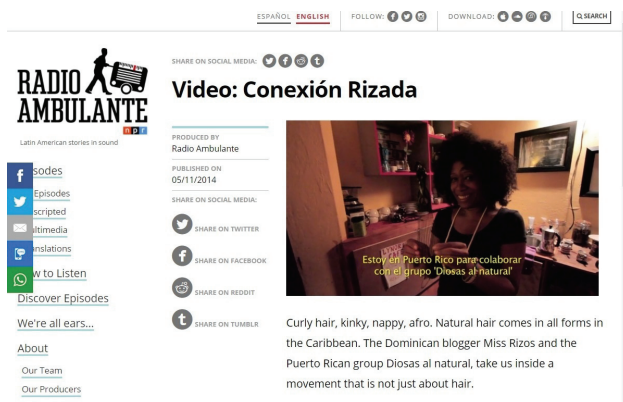
U SAD su do danas javni mediji uglavnom očuvali značajke »starih mainstream medija« s razdvojenim platformama i nezaobilaznim koracima ka »webvergenciji«, dok su punoj medijskoj konvergenciji, pa tako i širokoj multimedijalizaciji sadržaja, pristupili pojedini komercijalni sustavi. Neki od njih se nakon dosta iskušenja još drže na okupu: Cox Media Group, Tampa Tribune/WFLA/TBO.com i KSL kao dio LLC Media Convergence Group, a tržišno su se raspali i vratili razdvojenim platformama: Belo Corporation, Media General Convergence, Arizona Republic. Multijezičnost unutar pojedinih nosača sadržaja pritom ne postoji u krajnjem proizvodu, već postoji dvojezičnost kod medija koji pokrivaju područja s većim skupinama govornika španjolskog jezika pored prevladavajućeg engleskog.

Najprominentniji neprofitni javni radijski sustavi u kojima postoji dvojezičnost sadržaja su:

NPR (National Public Radio) – dijelom financiran i iz privatnih fondova, mreža 900 javnih radio postaja u SAD, funkcionira na bazi članstva. Ima multimedijske sadržaje na glavnom portalu na engleskom jeziku i pionirski podcast na španjolskom nazvan **Radio ambulante**, kod kojeg je multimedijski element s glavinom podcasta praktički preslika engleskoga, a rijetki dvojezični video klipovi imaju pripadajući titl.



Slika 1. Radio ambulante español, članak o blogerici iz Dominikanske Republike na španjolskom



Slika 2. Radio Ambulante English, članak o blogerici iz Dominikanske Republike na engleskom

PRI (Public Radio International) – međunarodni servis u partnerstvu s najuglednijim engleskim javnim medijem BBC i američkim WGBH, na 300 sjevernoameričkih radijskih postaja donosi svjetske vijesti i na online platformi nudi video sadržaje u pravilu na originalnim jezicima s engleskim titlom;

APM (American Public Media) – sustav 49 javnih radio postaja čijih 20 nacionalnih kanala prenosi oko tisuću postaja u svijetu, na mrežnim stranicama navodi brojku od 42 prevoditelja koji nisu u funkciji multijezičnih sadržaja, već prevode sadržaje izvana na engleski, a multimedijalnost bogatog web portala koji se drži vjernog praćenja radijskog programa ostaje na fotografijama i podcastima;

PRX (Public Radio Exchange) – svojevrsna internetska burza za pregled, distribuciju i licenciranje radijskih programa, gdje se mogu naći odabrane teme za podcast na španjolskom jeziku;

WNYC Studios – produkcijska kuća za podcaste i radio na zahtjev isključivo na engleskom jeziku, postoji od listopada 2015. i nema vlastitih multimedijских sadržaja.

Tu je svakako i najveći američki međunarodni servis vijesti **VOA** (Voice of America), koji izravno financira savezna vlada kao službenu instituciju za civilno izvještavanje izvan granica SAD, a proizvodi radijske, televizijske i internetske vijesti te prateće sadržaje, koji se redovito distribuiraju ugovornim postajama širom svijeta, na 45 prirodnih jezika.

Svi spomenuti javni mediji dijele glavne smjernice misije pouzdanog i nepristranog informiranja, obogaćenja i unapređenja života svojih korisnika, širenja vidika i jačanja zajednica. U strategijama se kao zajednički momenat

uvijek nalazi stvaranje i razvijanje kvalitetnih sadržaja za raznovrsne publike, povezivanje ljudi na razini lokalne zajednice, zemlje u kojoj žive i svijeta.

2.3 Skandinavska škola

Na službenim mrežnim stranicama Europske unije, u poglavlju *Audiovisual and Media*, navedene su smjernice i strateški ciljevi za sve javne medije zemalja članica. Temeljna je pretpostavka slobodan i pošten protok roba i usluga, bilo da je riječ o tradicionalnim ili novim medijima. Direktiva javnim audiovizualnim servisima određuje među ostalim stvaranje uvjeta za razvoj novonastalih audiovizualnih medija te očuvanje društvene i kulturne raznolikosti izvan tržišnih interesnih sfera, sukladno UNESCO-voj Povelji o zaštiti i promidžbi raznolikosti kulturnog izražavanja², kao i Amsterdamskoj povelji s početkom primjene 1999³. Među glavnim ciljevima se izrijeком spominje promidžba jezične raznolikosti uz razvoj digitalnih tehnologija.

Zajednički stav članica EU prema praktičnom razvoju novih medija u uvjetima promjena medijskog pejzaža jasno izražava dokument nastao nakon konzultacija provedenih od 24. travnja do rujna 2013., naslovljen *Green Paper: Preparing for a Fully Converged Audiovisual World: Growth, Creation and Values – Executive Summary of Contributions to the Public Consultation*.

Strateška razmatranja pri EBU ukazuju na potrebu ravnopravnog tretiranja medija, odnosno korištenja komparativnih prednosti bilo koje medijske platforme radi ostvarivanja što većeg dosega javnih medijskih usluga kod što većeg broja individualnih korisnika.

Među najdosljednijim sljedbenicima tih odrednica su skandinavski javni servisi. »Nordijska scena elektronskih medija je općenito prošla značajne strukturalne promjene posljednjih desetljeća, otkako su novi konkurenti dobili priliku izazvati javne servise. Tako su se i publike javnih servisa smanjile, a neki privatni radijski i televizijski kanali uspjeli steći jake tržišne pozicije. Ipak, javni mediji u nordijskim zemljama i dalje dominiraju tržištem kod najatraktivnijih segmenata publike, usprkos jakoj konkurenciji. Općenito, u tržišnom

² Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions, Paris, 20. 10. 2005.

³ Treaty of Amsterdam Amending The Treaty on European Union – the Treaties Establishing the European Communities and Certain Related Acts, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 02. 10. 1997.

udjelu javnim radio servisima pripada približno 60% slušateljskog vremena na dan, a javnim televizijskim servisima približno 50% gledateljskog vremena na dan«. (Nord, L., 2008, p. 108)

Norveška, premda nije zemlja članica EU, jedna je od osnivačica EBU (European Broadcasting Union) i dijeli njezine vrijednosti na polju elektronskih javnih medija, pa tako i u segmentu razvoja hibridnih organizacijskih rješenja, tehničkih inovacija i multimedijskih dosega kojima oni mogu rezultirati. NRK (Norwegian Broadcasting Corporation) najveći je sustav u zemlji s tri nacionalna televizijska i tri radijska kanala te nekoliko digitalnih, a svaki od njih ima svoje mrežne stranice pa se može slušati u audio streamu. Na razini višejezičnosti, postoje kanali Sápmi Radio i Sápmi TV na laponskom jeziku i njihovi sadržaji slijede prirodan tijek dnevnih vijesti, dok su u ostalim segmentima određeni specifičnim interesima laponske populacije. Tako su i bogati multimedijски sadržaji raspoređeni kao samostalne jezične cjeline i uglavnom su rezervirani za mrežne stranice koje prate televizijske kanale, dok radijski uglavnom imaju težište na podcastima.

Danska, zemlja sa »opt-out« statusom u EU, također jedna od osnivačica EBU, djelatnost svojih javnih medija temelji na njezinim načelima. 5% stanovništva je stranog podrijetla i postoji dosta različitih dijalekata, ali svi oni pripadaju danskom jeziku, pa su njime određeni i svi medijski sadržaji DR (Danish Broadcasting Company), javnog servisa sa 8 radijskih i 6 televizijskih kanala.

Švedska, članica EU, ali ne i Eurozone, uz većinski švedski ima pet manjinskih jezika (finski, meankieli, skupinu laponskih – sami, romski i jidiš) i otišla je najdalje u primjeni načela jezične raznolikosti i razvoja digitalnih tehnologija: Javni servisi su SVT (Swedish Television) s tri nacionalna i 2 specijalizirana kanala (obrazovni i dokumentarni,) i SR (Swedish Radio) – on ima tri nacionalna kanala, jedan međunarodni (SR International), koji satelitskom i internetskom distribucijom nudi programe s pripadajućim mrežnim stranicama na 8 jezika: arapski, engleski, kurdski, njemački, perzijski, romski, ruski, somalijski te jedan regionalni koji pokriva 25 regija, a proizvodi program na švedskom i tri manjinska jezika (finski, meankieli i sami) i distribuira ih DAB (digital audio broadcasting) mrežom, kablenski i internetski.

Finska je, s ekonomsko-političkog stajališta, najjače povezana s EU – članstvom i zajedničkom monetom. Na razini društveno-kulturalnog nasljeđa izdvaja se složenosti multijezične situacije, jer ima dva službena jezika (finski i švedski), 12 jezika kojima govore manje skupine, te veće skupine govornika

ruskog i laponskog jezika. Finski nacionalni javni servis YLE uspio je od 2015. u drugom pokušaju reorganizacije stvoriti posve konvergirani medijski sustav televizijske, radijske i internetske platforme. »Na online platformi, za programsko je osoblje stalno tijesno vezan tim web dizajnera, jer je od »iznimnog interesa vizualna adaptacija bilo kojega sadržaja na dnevnoj bazi, a dio redakcije vijesti je flash web team«⁴. Pored vijesti, rade se reportaže u sklopu regionalnog programa, kojemu je cilj da svaka priča najjače odjekne u svakom ciljanom dijelu zemlje. Pravilo je kojega se drže: »Morate prihvatiti način razmišljanja u kojem je Internet na prvom mjestu. Ne rade se sve priče za sve platforme, već se razmišlja kako sa što manje preklapanja izvući najviše iz svakog medija. Ali obično vrijedi pravilo da ako nemate online priču, nemate priču.«⁵

Na tom je načelu nastala i OTT (over the top) platforma Arena – nosač video sadržaja koji se povlače sa svih kanala. Poveznica na nju posebno je istaknuta na naslovnici portala YLE. Ona je na finskom jeziku i daje izravne poveznice s radijskim i televizijskim programima na svim ostalim jezicima. Izgled svih naslovnica na jezicima je vrlo sličan, ali su sadržaji prilagođeni potrebama ciljanih skupina na prirodnim jezicima: švedski, ruski, laponski. Poseban je kanal rezerviran za vijesti na engleskom jeziku, čiji web portal ima dizajn naslovnice nalik ostalima, no izgled pojedinih mrežnih stranica unutar njega određen je načinom obrade tema relevantnih za strance u Finskoj ili međunarodnu publiku.

Isto je s količinom i vrstom multimedijских sadržaja na svim jezičnim sastavnicama portala (tekstovi, fotografije, podcast, video). »Kad je riječ o koordiniranju sadržaja po regijama, to definira pojedini jezični i produkcijski 'output', no uvijek se nastoji dati što je moguće više videa i neprekidan audio stream. Tu ne treba zanemariti ni potencijal arhivske građe. A ako se razmišlja o dostupnosti informacija, s obzirom na raštrkanost stanovništva i velika prostiranja, jasno je da javni medij u današnje vrijeme mora razmišljati o širenju vlastitih dosegā na mobilnim platformama i razvoju aplikacija koje će korisnicima olakšati prijam posredstvom mobilnih tehnologija.«⁶

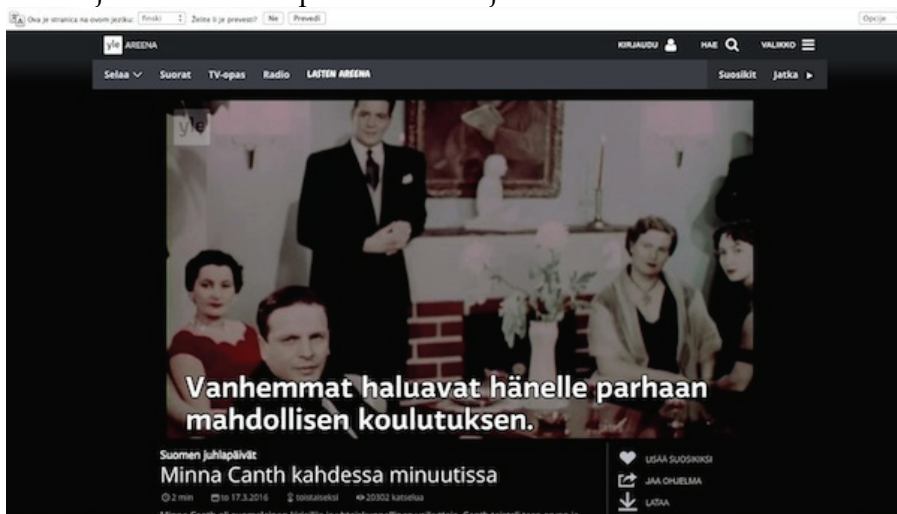
Primjer je pristup i način obrade multimedijских sadržaja prigodom obilježavanja rođendana finske spisateljice i društvene aktivistice 19. 03. 2017., koji je određen za finski Dan društvene jednakosti. Uočljive su znakovite slič-

⁴ Janne Mällinen, news content producer – intervju, studeni 2016.

⁵ Katariina Luoma, producentica u regionalnom programu – intervju, studeni 2016.

⁶ Simo Kymäläinen – glavni web producent regionalnog programa – intervju, studeni 2016.

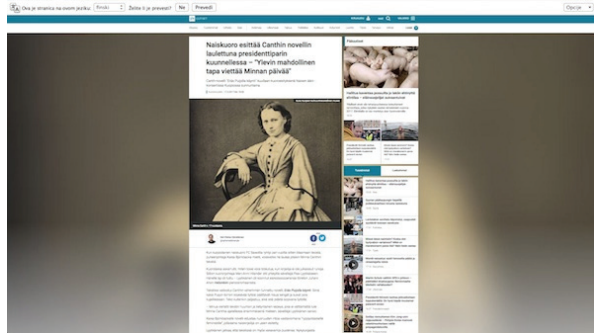
nosti i razlike: za najveću ciljanu skupinu (finski) priređen je video na OTT platformi i bogat članak na portalu čija je prevedena inačica i na mrežnim stranicama English News; govornicima drugog službenog jezika dostupan je isti video s pripadajućim titlom na mrežnoj stranici; korisnicima na ruskom jeziku dostupan je kraći informativni post s pristupom galeriji slika, dok se na laponskom jeziku ne može pronaći sadržaj s tom temom.



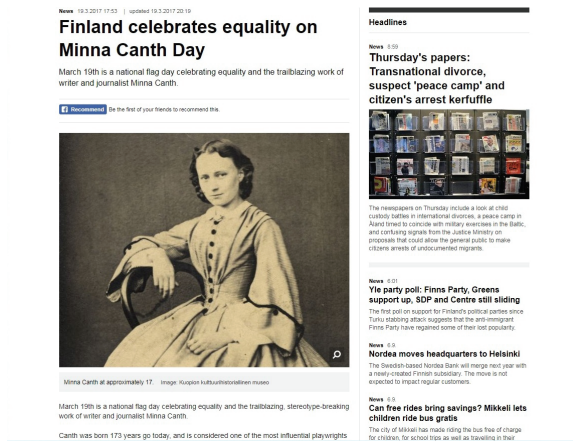
Slika 3. Film o Minni Canth, YLE, OTT platforma Arena, finski jezik



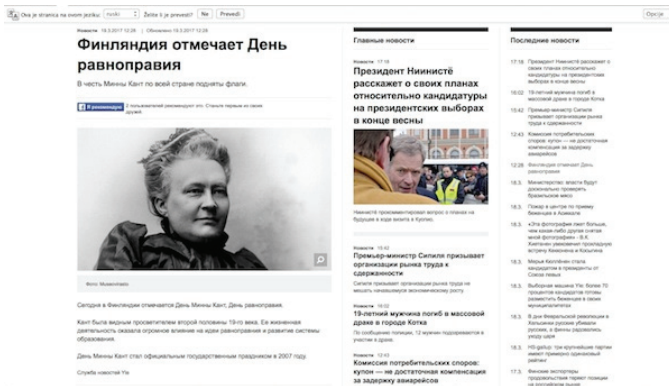
Slika 4. Film o Minni Canth, mrežne stranice YLE na švedskom jeziku, švedski titl



Slika 5. Članak o Minni Canth, mrežne stranice YLE na finskom jeziku



Slika 6. Skraćeni prijevod finskog članka, mrežne stranice YLE na engleskom jeziku



Slika 7. Kratki članak o Minni Canth, mrežne stranice YLE na ruskom jeziku

Može se reći da finski slučaj na razini multijezičnih multimedijских sadržaja pokazuje najveći stupanj sličnosti s HRT-ovim međunarodnim kana-

lom Glas Hrvatske (noseći web portal i OTT platforma na glavnom jeziku sustava, 4 mrežne stranice na drugim jezicima).

2.4 HRT i međunarodni multimedijски izazovi

Kao aktivan član EBU, hrvatski jedini javni elektronski medijski servis u svojim strateškim aktima razrađuje zajedničke elemente misije: »HRT je dio europske kulturne stečevina javnih medijskih servisa osnovanih da bi služili društvu, stvarali javno dobro i bili jamac razvoja demokratskog društva. Vrijednosti: univerzalnost, neovisnost, izvrsnost, raznolikost, odgovornost, inovativnost. Jedan od misijskih ciljeva: promicati medijsku kulturu i pismenost i sudjelovati u njihovu unaprjeđivanju, upoznati Hrvatsku sa svijetom i svijet s Hrvatskom«⁷.

Prema Ugovoru HRTa s Vladom RH, Zakonu o HRT-u i Statutu HRT-a: »Informiranje Hrvata izvan RH i promocija RH u svijetu od javnog je interesa, te će Hrvatska radiotelevizija proizvoditi i objavlјivati multimedijски program s višejezičnim i radijskim sadržajima.« Strateška orijentacija unutar kuće da se taj program strukturira šire od zakonske obveze informiranja te nudi također obrazovne, kulturne i zabavne sadržaje, temelji se na podacima Centra za istraživanje tržišta GfK, u veljači 2011.

Prema njima, 58% hrvatskih građana koristi Internet, a izvore informacija traži prema ovim postocima: TV 57%, web 19%, dnevne novine 10%, razni mediji 8%, radio 6%. Isti izvor bilježi u veljači te godine doseg HRT web portala 9.3%, dok pet najčitanijih portala iznosi oko 40%.

Potreba za porastom količine i kvalitete multimedijskih sadržaja rezultira u listopadu 2015. pokretanjem besplatne multimedijске usluge HRTi na OTT patformi, dostupne u cijelom svijetu putem fiksnih uređaja, mobitela, tableta i smartfona. Svi navedeni sadržaji dostupni su isključivo na hrvatskom jeziku.

Tradicije multijezičnosti njeguje tradicionalno i sukladno zakonskoj obvezi programski odjel za manjine, te koprodukcija srednjoeuropskih javnih televizija Alpe Dunav Jadran od 1982., s tim da su njihovi proizvodi redovito prevedeni na hrvatski jezik i gledatelju preneseni bilo spikerskim glasom bilo titlom. Od 1990-tih godina do prekida ugovora s američkom kućom CNN 2012., pojedini TV novinari su proizvodili reportaže s lokalnom tematikom na engleskom jeziku za multinacionalni program CNN World Report (kasnije

⁷ Strategija poslovanja i razvoja HRT-a 2013-2017., 03.05.2013.. str. 1-3

CNN World View), a postoje i redovite suradnje unutar međunarodnih organizacija CIRCOM, CoPeAm, te različitih ograna EBU i organizacija pod njezinim patronatom, u čijim se radionicama proizvode sadržaji na jeziku zemlje domaćina, ili posljednjih godina najčešće na engleskom jeziku. Kada su multimedijски, ti su sadržaji redovito izravno dostupni na mrežnim stranicama rečenih organizacija, a povremeno, uglavnom putem izvanjskih poveznica, i posredstvom web portala www.hrt.hr.

3. Glas Hrvatske od radijskih valova do Interneta

Međunarodni multimedijски program **Glas Hrvatske** (GH) danas je dostupan u cijelom svijetu na četiri jezika – hrvatskom, engleskom, njemačkom i španjolskom na osnovnom websiteu glashrvatske.hrt.hr, koji obuhvaća i voiceofcoratia.hrt.hr, stimmekroatiens.hrt.hr i vozdecroacia.hrt.hr, te uključuje audio livestream radijskog programa i pripadajuće društvene mreže na rečena četiri jezika.

Za to postoje jasni razlozi: Hrvatska ima dijasporu brojčano gotovo jednaku broju stanovnika i dosta privremeno ili trajno useljenih stranaca, turistička je zemlja i članica međunarodnih institucija, ali je u svijetu mali broj govornika prirodnog hrvatskog jezika. Potreba da se domaće relevantne informacije učine dostupnijima na globalnoj razini diktira multijezičnost javnih medija u najvećoj mogućoj mjeri, a istodobno medijski trendovi diktiraju razvoj multimedije, kao što i predviđa Strategija poslovanja i razvoja HRT-a 2013-2017.

3.1 Povijest i počeci multijezične multimedije

Program za inozemstvo je pokrenut u sklopu Međunarodnog odjela Hrvatskoga radija 1991. i vijesti na engleskom jeziku uvrštene u redoviti informativni program HR1 pet puta na dan. Međunarodni radijski programski kanal osnovan je 2001. kao poseban projekt Hrvatskog radija i Vlade RH, s idejom da neprekidno emitira vlastite i međunarodno zanimljive programske sadržaje iz redovite produkcije ostalih triju nacionalnih i 8 regionalnih radijskih kanala HRT-a. Tako ga definira Ugovor između HRT i Vlade RH za razdoblje 01. 01. 2013. do 31. 12. 2017., a po čl. 26. toga ugovora uz njega je izravno vezan specijalizirani portal namijenjen Hrvatima u svijetu i inozemnoj javnosti, čiji su ciljani korisnici »Hrvati u svijetu koji slabije vladaju hrvatskom jezikom i inozemna javnost«. U međuvremenu GH figurira unutar mrežnih stranica Hrvatskog Radija kao dijela portala www.hrt.hr.

Od 01.01.2014. umjesto dotadašnjih radio valova emitira se isključivo putem satelita i Interneta audio streamom, s iznimkom središnje tjedne emisije na hrvatskom jeziku »Hrvatima izvan domovine« četvrtkom navečer od 20:15 do 24:00 usporedno na HR1 (FM 92,1). Među strateškim programskim ciljevima do 2016/17. je »trajno razvijati izrazito interaktivan višejezični web portal bogat multimedijским sadržajima« i u konačnici »privući trajno što širi krug međunarodne publike na što više jezika«⁸.

U stvarnosti taj portal, pušten u opticaj 31. 12. 2013., ima 4 mrežne stranice (glashrvatske.hrt.hr, voiceofcroatia.hrt.hr, stimmekroatiens.hrt.hr i vozdecroacia.hrt.hr). Jednaka im je navigacija i gotovo identičan dizajn naslovnica, uz razlike koje su vidljivije u magazinskim i pogotovo multimedijским sadržajima. Glavne su stranice na matičnom hrvatskom jeziku tematski najraznovrsnije, no ne nužno uvijek multimedijски najatraktivnije. »Razlog su tome dnevni tematski imperativi, opća razina tehničke opremljenosti pogona i razlike u produkcijskim kapacitetima programskih cjelina, trenutna obučenost i spremnost novinara i urednika za stvaranje multimedijških sadržaja, te napokon potrebe i želje različitih publika u četiri jezična područja«.⁹ Sadržaj portala je namijenjen korisnicima svih dobnih skupina koji se služe tim jezicima na globalnoj razini.

17. 03. 2016., vezano za istek ugovora o emitiranju uz Sliku Hrvatske preko EWN satelita za Australiju, Novi Zeland i Sjevernu Ameriku, međunarodni radijski kanal Glas Hrvatske postaje isključivo internetski medij.

3.2 Novi sadržaji, nova organizacija

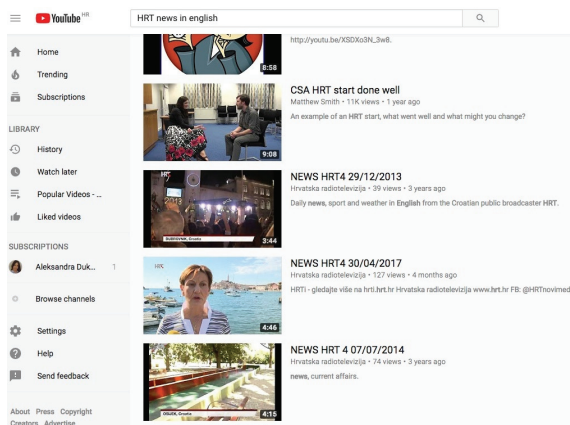
Multijezični sadržaji GH od početka nisu identični na radijskoj platformi, gdje su, tijekom 24 sata programa na hrvatskom jeziku, vijesti na 3 strana jezika raspoređene sukladno fokusu očekivanih korisnika po vremenskim zonama.

Izbor vijesti određuju poznati kriteriji (Lanson i Stephens, 1994): utjecaj, težina, kontroverzija i konflikt, emocije, neobičnost, prominencija, blizina, novost i pravodobnost, kurentnost, korisnost, edukacijska vrijednost (Perišin, T., 2010, s. 157). Glas Hrvatske od svibnja 2013. proizvodi dva puta na dan za HTV 4 i televizijske vijesti u trajanju od 3-5 minuta na engleskom jeziku, koje

⁸ Strategija GH do 2017. – izvješće glavnog urednika Programskom vijeću, studeni 2014.

⁹ Tanja Rau, koordinatorica programa GH – intervju, svibanj 2016.

se odmah po emitiranju prebacuju na YouTube kanal HRT-a i mrežne stranice GH.



Slika 8. HRT News in English, YouTube, rezultat nasumične potrage, Google Search

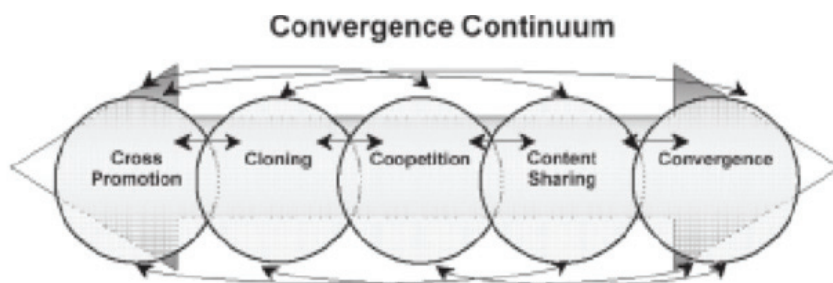
Vijesti procjenjuju, biraju i obrađuju za svoje jezične zone novinari i urednici vijesti podijeljeni u organizacijske cjeline po jezicima na bazi dnevnog deska. Tako oni nisu prevoditelji, već zapravo novinari na stranom jeziku.

Novinari GH se regrutiraju poglavito među rođenim govornicima prirodnih stranih jezika i bilingvalnim govornicima hrvatskog, s tim što je kod ovih prvih čest problem slabije poznavanje nijansi hrvatskog jezika. Oni imaju različite razine školske spreme i prethodnih zanimanja, a u najvećem broju slučajeva nemaju predznanja u pogledu jezične tehnologije niti prevodilačkih alata. Mogućnost strojno potpomognutog prevođenja (MT) minimalna je u dnevnom programu jer novinari zbog brzine proizvodnje pišu neposredno »iz glave« na temelju agencijskih vijesti ili materijala drugih redakcija, a krajnji proizvod nadgleda urednik redakcije. Kod tzv. »sporovoznih« sadržaja moguće je koristiti strojno prevođenje u slučaju »kloniranja« već postojećih programskih sadržaja na drugim jezicima, ali samo na informativnoj razini i uz provjeru kod autora. Za konačne radijske proizvode odgovorni su urednici redakcija na hrvatskom i na stranim jezicima.

Uvođenje novih multimedijских sadržaja na mrežnim stranicama svih jezika – posebni tekstualni te foto i video elementi uz podcaste emisija, vikend-magazini, tjedne kronike i sportski pregledi, a pogotovo širenje društvenih mreža na sva četiri jezika – rezultiralo je usložnjavanjem procesa rada. Unutar posebne organizacijske jedinice uočava se početak konvergencijskog

kontinuumu (Brautović, M., Cvjetinović, G., 2008, s. 28) na razini dviju platformi – jedne stare i jedne novomedijske.

U toj fazi praktično je nemoguća suradnja s postojećom Službom za prijevode, koja pruža striktno prevoditeljske usluge i čiji je rad ustrojen na temelju složenih organizacijskih procesa unutar HRT-a. Naime, iako se sadržaji često preklapaju, to nije puko preslikavanje jednog sadržaja na druge jezike (kao što je slučaj s titlanjem filmova i gotovih reportaža koje nisu primarno namijenjene točno određenim skupinama govornika različitih jezika), već proizvodnja zasebnih sadržajnih cjelina sukladno različitim potrebama i specifičnostima ciljanih publika na 4 jezika. Dalje, uz svakako poželjnu »međusobnu promociju« i neizbježne elemente »kloniranja« sadržaja, nužno se došlo do »kooperacije« i »razmjene sadržaja« na dvjema platformama (radio, web), te su se stekli uvjeti za završni stupanj »konvergencije« (Appelgren, E., 2004) s televizijskom platformom u na razini točno odabranih sadržaja, koji bi u konačnici dobili i multijezičnu dimenziju.

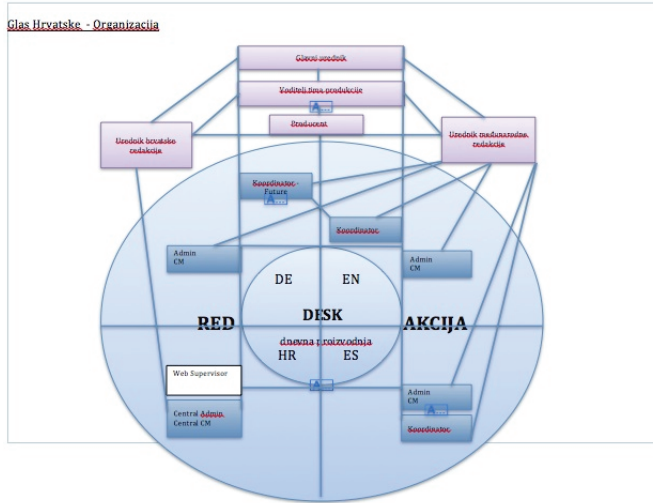


Slika 9. Konvergencijski kontinuum prema Ester Appelgren

Za razliku od prijedloga idealnog scenarija koji predviđa strateški pristup takvim promjenama prije nego što se one doista dogode na razini cijelog medijskog sustava – zbog ugovorne obveze s Vladom RH i već spomenute unutarnje odluke ravnateljstva HRT o prestanku emitiranja radijskog programa GH na srednjem, pa potom i kratkom valu – to se odigralo unutar organizacijske jedinice koja funkcionira kao projekt na rubu umreženog sustava razdvojenih starih medija.

Konkretno, u GH su do 2015. provedene organizacijske preinake postojeće stroge podjele na 2 redakcije i 4 odvojene jezične cjeline unutar radijskog. Novinari koji se dotle nisu morali ni poznavati jer je svatko radio svoj dio radijskog programa linearno, postaju organizacijski usmjereni jedni na druge

jer je proizvod dobio internetsku platformu i postao »protočan«, pa moraju stvoriti mrežu dijeljenih sadržaja.

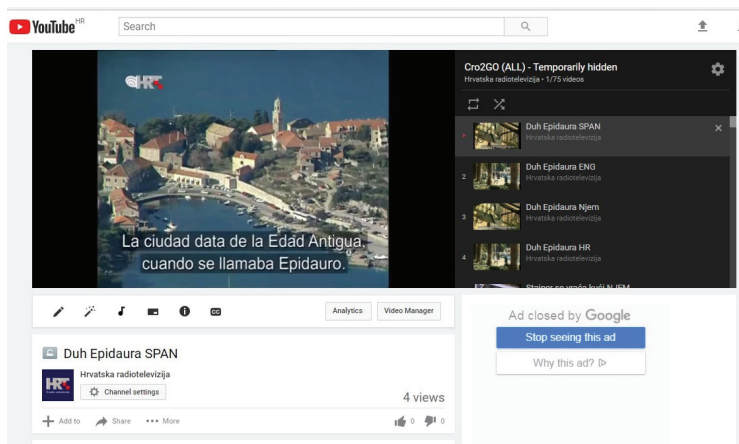


Slika 10. Shema organizacije međunarodnog kanala Glas Hrvatske 2015.

Razina umreženosti produkcijskih jedinica unutar organizacije nužno je različita, kao i kvaliteta multimedijских postova. Oznaka »multimedija«, najčešće zači »post ima i video« uz redoviti podcast ili tekst u slučaju bloga. Osvrnemo li se posebno na blogere, a svaki piše 2 varijante istog teksta: na svojem matičnom jeziku i na hrvatskom, tu je riječ ili o dvama autorskim tekstovima – ako je bloger bilingvalan, ili o uobičajenom prevođenju teksta – ako bloger ne poznaje hrvatski dovoljno dobro.

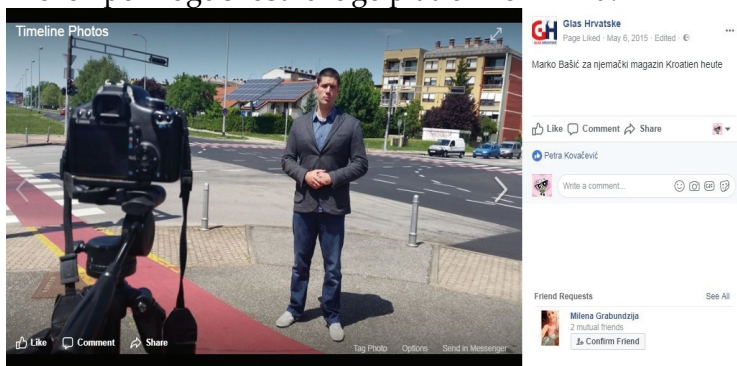
Dodaje li on tekstu video ili audio sadržaj, taj je post usporediv s multimedijским postovima na nekim dvojezičnim siteovima, gdje video sadržaji imaju govornike oba jezika titlane u oba smjera, kao što je slučaj Radio ambulante američkog NPR-a (poglavlje 5.2).

Tako se u konačnici ponašaju i pojedine stranice unutar višejezičnog portala GH, gdje su arhivski videi namijenjeni promidžbi prirodnih ljepota, tradicija, društvenih vrijednosti i kulturnih znamenitosti, proizvedeni originalno na hrvatskom, prevedeni i adaptirani na svaki od četiri jezika te priređeni za internetsku uporabu i objavljeni u sklopu mrežnih stranica ili globalnih društvenih mreža s pripadajućim opisnim tekstovima, koji su također izravni prijevodi.



Slika 11. Arhivski video za rubriku GH Cro2Go, obrađen u 4 jezične varijante, HRT YouTube kanal

Složeniji proces rada zahtijeva proizvodnja multimedijских sadržaja od početka, kao primjerice za rubriku Magazin. Tu novinar treba u suradnji s urednikom odabrati temu, odlučiti radi li se ona za jedno, dva ili više jezičnih područja, dogovoriti elemente kako bi se najatraktivnije obradila uz obavezan radijski uradak (tekst, fotografija, galerija, slider, video), te kako je plasirati na društvene mreže i po mogućnosti druge platforme HRT-a.



Slika 12. Stand up za multimedijски vikend-magazin na njemačkom, teaser na Facebooku

»Najgora stvar je – timski rad. Najbolja stvar je – timski rad. U početku normalno postoji otpor većine prema širenju poslova na nove platforme, jer je to izlazak iz zone komfora. Onima koji su jedva dočekali da izađu na ulicu najteže je bilo izvući van one koji nikako nisu htjeli izaći na ulicu. To u praksi znači da novinar između jednomedijskog i multimedijskog posla mora prijeći puno stepenica. Rođenim govornicima najmanji je napor napraviti Voice over,

bilo da prevode tuđi tekst, pišu sami svoj tekst ili zajednički za sve jezične varijante neke teme u suradnji s kolegama. Ali naučiti titlati, snimati, montirati, pa još se znati i obući, pravilno našminkati – to netko promatra kao profesionalni izazov, a netko kao neželjenu tlaku, bez obzira kako dobar može ispasti rezultat«, kaže CM i admin uprograma na španjolskom jeziku¹⁰.

Ako je riječ o obradi iste teme za mrežne stranice na različitim jezicima, rezultat na web portalu su varijante ovisno o strukturi korisnika, kao u slučaju finskog javnog medijskog sustava YLE (poglavlje 5.3).

3.3 Korisnici – struktura i usmjerenost

U trenutku pokretanja web portala GH 2013., HRT-ove programske usluge inače bilježe pad udjela gledanosti u medijskom okruženju i s više od 60% na oko 27%, dok veliki dio tržišta preuzimaju komercijalni kanali, koji se također brže i bolje snalaze s uporabom novih medija i društvenih mreža. Radijski kanali HRT-a uz emitiranje putem odašiljača dobivaju mogućnost i audio stream na web portalu HR-a, a to je posebno važno za GH kao jedini kanal kojemu je uprava namijenila isključivo internetsku budućnost.

Tabela 1:

Countries	Connections	Connections (%)
Germany	71183	21,93%
United States	70651	21,77%
Switzerland	49864	15,36%
Canada	28596	8,81%
Australia	13733	4,23%
Croatia	11761	3,62%
Netherlands	11679	3,60%
Austria	9207	2,84%
Sweden	7011	2,16%
United Kingdom	5788	1,78%
France	5625	1,73%
Denmark	3929	1,21%
Russian Federation	3757	1,16%
Norway	3257	1,00%
Argentina	3097	0,95%

¹⁰ Damian Bazan Mamić, novinar, urednik vijesti, web admin i CM redakcije na španjolskom jeziku GH – intervju, rujan 2017.

Italy	2995	0,92%
Serbia	2804	0,86%
Bosnia and Herzegovina	2381	0,73%
Hungary	1865	0,57%
China	1532	0,47%
Poland	1370	0,42%
Czech Republic	1148	0,35%
Finland	1054	0,32%
Chile	968	0,30%
Slovenia	875	0,27%
Other	8415	2,59%
Summary	324545	100,00%

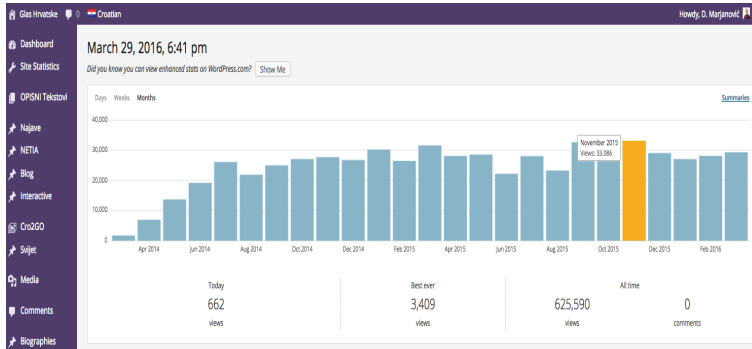
Istraživanja korisničke strukture samog GH su u pravilu nedostatna, pogotovo u pogledu korisničke dobne i jezične strukture i uglavnom vezana za nacionalne radijske kanale, sve do internetskog audio streama na stranica-ma u okviru portala ww.hrt.hr gdje je vidljiva geografska struktura, kao u gornjoj statistici streaminga za period od 01. 01. 2010. do 06. 05. 2013.¹¹ na uzorku 324.545 spajanja.

Tabela 2:

Countries	Connections	Connections (%)
Germany	2660	27,64%
United States	2313	24,03%
Switzerland	876	9,10%
Sweden	474	4,93%
Croatia	417	4,33%
Canada	393	4,08%
Australia	368	3,82%
Netherlands	285	2,96%
Norway	259	2,69%
Austria	245	2,55%
Uruguay	197	2,05%
Spain	131	1,36%
Denmark	129	1,34%

¹¹ Izvor: Odjel Mrežni sustavi digitalne proizvodnje HRT, lipanj 2013.

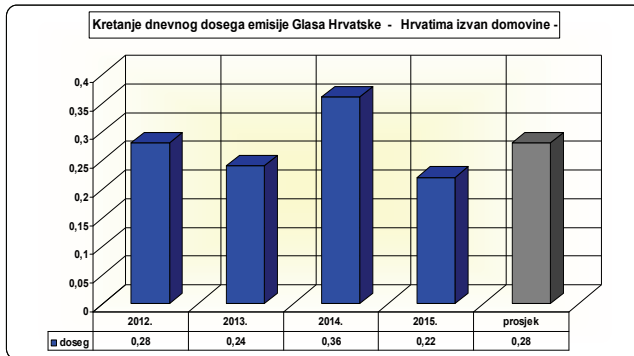
U travnju 2013. bilježi se 9.645 spajanja, kako pokazuje Tabela 2. Za usporedbu, u istom mjesecu Radio Rijeka ima 74.722, HR2 62.831, Radio Knin 3.294. Zasebni web portal GH, prema unutrašnjoj statistici, tu brojku dostiže u travnju 2014., a broj spajanja raste do siječnja 2015. na oko 30.000 spajanja mjesečno i na tome broju će se ustaliti sve do 2016.



Slika 13. Praćenje broja korisnika GH na mjesečnoj bazi 2014-2016., WordPress statistika

Dostupna mjerenja slušanosti središnje tjedne emisije Glasa Hrvatske »Hrvatima izvan domovine« na kanalu HR1 od 2012. do 2016.¹², gdje je prosjek broja slušatelja 8.000 - 13.000, pokazuju hod koji se može povezati s početnim programskim poboljšanjima na radijskoj platformi neposredno prije pokretanja web portala glashrvatske.hrt.ht potkraj 2014. i istodobnim intenzivnim »cross promotion« aktivnostima, a smanjenje broja slušatelja radijske platforme do kraja 2015. s povećanjem broja korisnika na internetskoj platformi na 23.000 - 33.000 mjesečno.

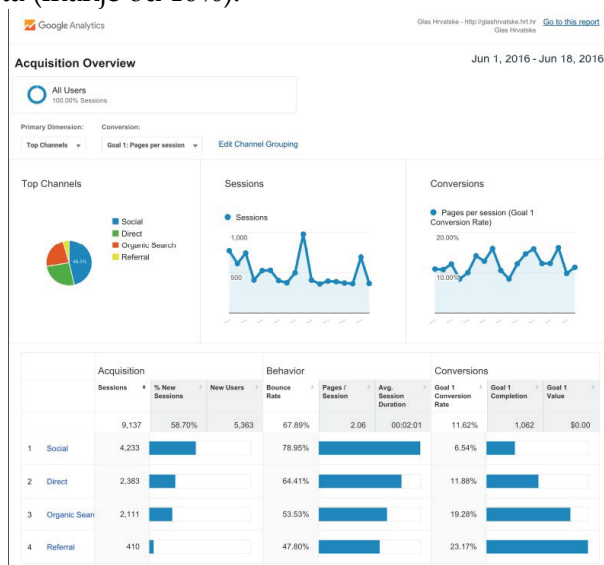
Tabela 3:



¹² Izvor: Odjel za istraživanje medijskog okoliša HRT, ožujak 2016.

Svi se ovi podaci uklapaju u globalne trendove medijske industrije: konvergencije medija i tehnologija, rast nelinearne medijske ponude, koji privlači presudnu pozornost korisnika, a pogotovo mlađe populacije. Sve je više korisnika na dva ili više ekrana odjednom, pri čemu je glavni onaj računala ili mobitela, a također na dva ili više jezika. Traži se sve više novih formata, osobito multimedijskih, na djelu je personalizacija medija i sve više zahtjeva za platformama koje korisnicima daju mogućnost interaktivnosti (McQuail, D., 2010, pp. 135-159).

Također je znakovito da gotovo polovica posjeta portalu dolazi preko društvenih mreža (46,3%), ali se ti korisnici i najkraće zadržavaju (bounce rate 78,95%). Dok najduže ostaju (bounce rate 47,80%) oni iz najmanje skupine referalnih posjeta (manje od 10%).



Slika 14. Google Analytics, put pristupa i zadržavanje korisnika na portalu GH

3.4 Interaktivnost višejezičnog portala i društvene mreže

Pozitivan pomak korisničkog interesa za program uopće vidljiv je kad se u redovite programske aktivnosti ili praćenje istog događaja uključe novi elementi: nova rubrika, uvođenje video elementa u postojeću rubriku, akcija, anketa. Za porast interaktivnosti je iznimno važan cross-promotion na svim komunikacijskim razinama vlastitog kanala i u suradnji s drugim programskim kanalima.

Društvene mreže prate ili najavljuju sadržaje glavne medijske platforme, te nose samostalne sadržaje, među kojima i multimedijске na svim jezi-

cima programa. Jer, iako je engleski prevladavajući jezik globalne komunikacije, već i same najraširenije društvene mreže, uz općeprihvaćene trenutne strojne prijevode cijelih internetskih stranica, rade na načinima za postizanje izravne i trenutne multijezičnosti unutar samih postova: Twitter krajem 2011. ističe da je svaki drugi tweet na nekom jeziku koji nije engleski, pa mogućnost multijezičnih osobnih računa stavlja u svoju strategiju, The Google Translate Team od 2013. nastoji nadići jezične barijere na mreži G+ a Facebook od 2016. nalazi razloge za mogućnost višejezičnog pisanja unutar jednog posta.

Službeni javni medij utoliko prije treba osigurati svim korisnicima ravnopravno odgovor na njihove personalizirane potrebe, kao pouzdan izvor informacija i sadržaja na starim i novim platformama. »Praksa Glasa Hrvatske pokazuje da svaki jezik mora imati vlastitu mrežu korisnika, po analogiji web portala s 4 mrežne stranice nositeljice sadržaja na pojedinim jezicima, kako ne bi nastao kaos sadržaja i komunikacijskih kanala. Više nego ikad komunikacija s publikom je dvosmjerna«, kaže centralna web administratorica i CM društvenih mreža na hrvatskom jeziku.¹³

Glavne društvene mreže kojima se koristi GH su Facebook (osvajanje sredovječne publike koja je ovladala korištenjem internetskih usluga), Twitter (kanaliziranje medijski osvještene publike na informativne sadržaje portala), te YouTube kao dodatni distributivni servis video sadržaja, a od kraja 2016. i Instagram (koji se pokazuje omiljenom mrežom mlađe publike).

Ključ društvenih mreža GH je emotivna veza (McLuhan, M 1964, p. 6) sa svim generacijama raseljene Hrvatske u bilo kojem obliku – komentar, emotikon, tekst, snimka pjesme, fotografija, video – i stvaranje što šire online međunarodne zajednice po načelu svih prema svima (Mučalo, M., Šop, S., 2008, s. 52).

Vrhunac je u tom smislu nastup Klope Samoana s Novog Zelanda u radijskom studiju GH u srpnju 2015. prigodom Smotre folkloru u Zagrebu s pjesmom »Suza za Zagorske brege«, koja bilježi najveću posjećenost društvenih mreža na svim jezicima u jednoj večeri (2.305 pregleda) i najveći domet preuzimanja u drugim internetskim medijima¹⁴.

¹³ Silvija Bionda – novinarka, web administratorica, CM redakcije na hrvatskom jeziku i koordinatorica sadržaja društvenih mreža GH na sva 4 jezika – intervju, rujan 2017.

¹⁴ CroExpress-News for Croatians Living Abroad, 03. 07. 2015.



Slika 15. Klapa Samoana, video sa Društvenih mreža GH, preuzeo portal CroExpress

»Video element se pokazao iznimno djelotvornim na društvenim mrežama u fazi dok se novinari uče vještini snimanja i za to koriste mobitele na mjestu događaja. To je posebno vidljivo na Facebooku otkad postoji opcija izravnog video prijenosa. Brzina objave i atraktivnost samog događaja izbijaju u prvi plan, pogotovo ako je riječ o slici kojoj ne treba tekstualni element. To može poslužiti kao nadopuna, a ponekad i nadomjestak redovitom radijskom programu i web portalu. Korisnici se emotivno angažiraju, globalna online zajednica se širi i motivira za vlastiti doprinos kad se pruži prilika, a tako se kanalizira veći promet i na sam portal. Zapravo, može se reći da su društvene mreže dodatni kanal koji ima svoje zakonitosti i traži organiziran pristup CM-ova na svim jezicima.«, kaže centralna web administratorica i CM društvenih mreža na hrvatskom jeziku.¹⁵

Na toj se razini uočava svojevrsna inverzija u zemljopisnoj strukturi korisnika u odnosu na vrijeme prije pokretanja samostalnog web portala i vlastitih društvenih mreža kanala GH, a može se zaključiti i gdje je veći interes za informativne sadržaje koje više pokriva Twitter ili za umrežavanje na osobnijoj razini kakvo omogućava Facecook. Tako Twitter račun na hrvatskom 01. 09. 2017. slijedi 1.142, na engleskom 735, španjolskom 712 i njemačkom 631. Hrvatska Facebook stranica istog datuma ima 4.560 sljedbenika, španjolska 3.335, engleska 1.913 i njemačka 736.

Društvene mreže po sebi osvajaju mlađu publiku čak i kad joj nije primarni interes informiranje već povezivanje, pogotovo na području Latinske

¹⁵ Silvija Bionda – novinarka, web administratorica, CM redakcije na hrvatskom jeziku i koordinatorica sadržaja društvenih mreža GH na sva 4 jezika – intervju, rujna 2017.

Amerike nakon što je internetsko umrežavanje relativiziralo udaljenost, a CM je izrazito proaktivan i sklon osobnom angažmanu i izvan vremena proizvodnje sadržaja za sami portal.

»Produžena ruka« prema društvenim mrežama je mrežna stranica portala nazvana Interaktiv, koja je namijenjena isključivo dvosmjernoj komunikaciji s korisnicima (Gillmor, D., 2004, p 140) i koja ih potiče da stvaraju i dijele sve vrste sadržaja koje sami proizvedu (UGC).

Primjer takvih aktivnosti širih ramjera su: Advent Event – natječaj za najljepšu blagdansku čestitku 2013., Stihovi i glazba – pjesnički natječaj za snimku na HR kao promidžba hrvatskog jezika 2014., Globalna glazbena razglednica u slici i riječi – Radujmo se narodi 2015., Cro-Congrats – foto pozdrav u majici GH sa svih strana svijeta 2016.

3.5 Domet izvanprogramskih događaja

Uz ispunjavanje javne medijske funkcije primarnom djelatnošću informiranja, uredništvo GH dodatnim angažmanom prati akcije od šireg nacionalnog i međunarodnog interesa, a neke inicira i organizira s ciljem jačanja interaktivne razmjene mutimedijskih sadržaja s medijima na hrvatskom jeziku i aktivnim pojedincima u iseljeničkoj i međunarodnoj zajednici na sva četiri jezička kanala te aktivan doprinos razvoju demokratskih i eurointegracijskih procesa i civilnog društva u cjelini.¹⁶

Dodatne aktivnosti kanala imaju stanoviti utjecaj na korisnički interes i interaktivni angažman, a mogu se podijeliti u tri skupine:

Izvanredni vanjski događaji koji zahtijevaju izvanredne vijesti i reakcije praktički u realnom vremenu na društvenim mrežama kad posebno dolaze do izražaja brzina, multijezičnost i multiskilling pojedinih novinara i CM-ova. Recimo, u situacijama pokretanja posebnih projekata na razini kuće tijekom izbjegličke krize i terorističkih napada u Europi 2015, GH se uključio sveukupnim izvještavanjem HRT-a na stranim jezicima, suradnjom s inozemnim medijskim kućama te aktivnim sudjelovanjem u posebnim projektima odjela Novi mediji. »Kad se dobro odradi, cross promotion platformi odmah donosi veću uključenost korisnika, bilo da su u pitanju reakcije jednim klikom na emotikon ikone ili komentari, bilo veći napori oko dojava stanja u njihovoj regiji, slanje fotografija i video-zapisa. Uspostavljen je stalan kontakt s osobama u Argentini, Kanadi, Australiji, Švicarskoj, čak i Lihtenštajnu ili na Kubi,

¹⁶ Izvor: Programsko izvješće Glavne urednice vladinom Uredu za Hrvate izvan RH, rujna 2015.

bilo da su uključene ili ne u radio programe na hrvatskom jeziku, zavičajne klubove, udruge«, kaže koordinatorica programa¹⁷.

Događaji u organizaciji drugih – sportski, kulturni, baštinski, proslave, obljetnice... Primjerice, pristup Hrvatskim svjetskim igrama u Zagrebu kao online eventu, aktivno uključivanje novinara, sinkrono međusobno djelovanje sukladno jezičnim skupinama, pojačana produkcija multimedijских sadržaja i inovacije na portalu poput odbrojavanja dana i minuta u suradnji s web dizajnerom, uključivanje u video-stream tijekom ceremonije zatvaranja – donijeli su nakon pola godine postojanja portala prvi vidljiv skok na više od 27.000 pristupa u ukupnim statistikama u srpnju 2014. U srpnju 2015. radi se prvi konvergentni projekt praćenja putovanja u organizaciji gradišćanskih Hrvata "Po staza naših starih" uz javljanja uživo novinara za radio i televiziju, te radijski i televizijski dokumentarac. Dobar pokus za novinare rezultirao je porastom interesa na samom web portalu do tek 29.000 pristupa u tome mjesecu. »Riječ je o događaju koji se ipak ne može mjeriti sa svehrvatskim sportskim natjecanjem, a dio interesa prebacio se na televizijsku platformu i stvaranje ad hoc zajednice okupljene oko projekta na društvenim mrežama. Fokus na pojedinačne proizvode u nekoj je mjeri narušio koherentnost simultanog rada na razini svih jezičnih cjelina portala istodobno«, procjena je radijskog urednika¹⁸, koji je odradio projekt na terenu zajedno s video-novinarkom i u suradnji s adminima i CM-ovima za sva četiri jezika u zagrebačkoj centrali.

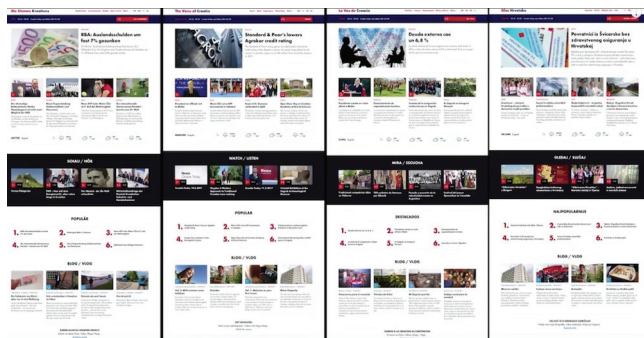
Događaji u vlastitoj organizaciji kanala. Prelazak praga od 30.000 posjeta portalu u ožujku 2015. bilježi se nakon humanitarne izložbe Slike Glasa Hrvatske autora Marka Froelicha koja je u dva izdanja - u Foto-klubu Zagreb i petrinjskoj galeriji "Krstó Hegedušić" - osigurala prikupljanje dvadesetak tisuća kuna za opremu područne škole Nebojan OŠ "Ivan Goran Kovačić" koju pohađaju mahom djeca doseljenih Hrvata s Kosova. Pratio ju je Facebook event prikupljanja sredstava, pojačana aktivnost na svim ostalim društvenim mrežama, strateški raspored reportaža u tjednim radijskim Magazinima i pratećim postovima mrežnih stranica na svim jezicima, te poseban naglasak na mrežnu stranicu Interaktiv. »Naučili smo koliko je važan fokus na jednu stvar i dobra priprema događaja, umjesto rasipanja na preširoko polje za koje realno nemamo kadrovske snage«, zaključuje koordinatorica programa¹⁹.

¹⁷ Tanja Rau, koordinatorica programa GH – intervju, svibanj 2016.

¹⁸ Tomislav Šikić, urednik redakcije na hrvatskom jeziku – intervju, srpanj 2015.

¹⁹ Tanja Rau, koordinatorica programa GH – intervju, svibanj 2016.

Statistika se ustaljuje na postignutoj razini kroz cijelu 2015. i dalje 2016. godinu dok se paralelno radi na izradi novog web portala GH koji je pušten u opticaj 01. 09. 2017.



Slika 16. Nove mrežne stranice GH na 4 jezika od 01. 09. 2017., montaža za cover photo na Facebooku

3.6 Edukacija i individualne inicijative

Prelazak sa jednoplatfornskog na dvo- ili višeplatformski javni medij podrazumijeva početnu obuku i neprekidno stjecanje novih vještina novinara. Kod višejezičnih redakcija taj proces ima dodatnu dimenziju, a tiče se stvaranja čvrste organizacijske mreže i neprekidne kooperacije svih programskih i produkcijskih čimbenika.

U slučaju hrvatskog javnog medijskog servisa, organizirana edukacija kadrova se izrijeком traži prema čl. 83. Ugovora HRT i Vlade RH. Kako su novinari GH mahom vanjski suradnici, taj je napatuk²⁰ u stanovitoj koliziji s unutrašnjim aktima, pa se pristupilo internom treningu za online novinarstvo, paralelnu proizvodnju za radio i web, te proizvodnju foto i video sadržaja. To se moralo izvesti uz postojeći posao, jer je nemoguće prekinuti redovito odvijanje programa radi treninga. Takav dvostruki napor, uz sve više raznorodnih zadataka na novoj programskoj platformi i društvenim mrežama, nužno uključuje individualnu motivaciju, i u pravilu je najveći izazov u redakcijama prilikom procesa medijske konvergencije.

²⁰ Ugovor između HRT i Vlade RH za razdoblje od 01. siječnja 2013. do 31. prosinca 2017., čl. 83: »HRT će tijekom ugovornog razdoblja u tehnologiji proizvodnje postupno obučavati i uvoditi osoblje višestrukih vještina s tendencijom da, u programskim projektima gdje je to prikladno, jedna osoba obavlja zadatke za više medija i pri tome objedini više kreativnih vještina uključivo samostalno korištenje suvremene opreme digitalnog sustava proizvodnje.»

Ovdje postoji i element multijezičnosti krajnjih proizvoda, te nedefiniranog mjesta u sustavu gdje se novinari na stranom jeziku po inerciji neutemeljeno smatraju prevoditeljima. Jer uz savršeno poznavanje jezika koji pišu, govore, interpretiraju za radio, moraju vladati poznavanjem osnova novinarske profesije uopće te poznavanjem društveno-političkih prilika u obje sredine i u odnosu na ostale sudionike u multijezičnom multimedijskom i interaktivnom proizvodu. Tako je jedna od nepredviđenih zamki za razvoj kvalitete proizvoda, u usporedbi s drugim sličnim javnim medijskim servisima u EU i šire, da rođeni govornici u većini slučajeva nemaju interesa uložiti toliko rada za ponuđeni honorar. Opća razina ukupne kvalitete multijezičnog medijskog proizvoda u tim uvjetima u mnogome počiva na individualnoj inicijativi onih koji su zainteresirani za multimediju iz afiniteta ili jer imaju u vidu neki plan sa multiskilling poslovima na duže staze.

»Ako nema neposredne materijalne koristi, entuzijazam, radoznalost i želja za osobnim razvojem manjine su ključan pokretački faktor. I svatko postiže razinu razvoja koju sam sebi postavi, bez obzira na direktivu rukovodstva. Kompletan proizvod izravno ovisi o omjeru snaga koje vuku naprijed i onih koji ne žele shvatiti da je obveza međunarodnog javnog servisa pratiti trendove multimedijalizacije«, kaže CM i admin programa na španjolskom jeziku.²¹

4. Zaključak

Studijom slučaja međunarodnog kanala Glas Hrvatske, uz komparativni uvid u glavne američke i vodeće europske multijezične elektronske medije, s naglaskom na radijske kanale, utvrdili smo da multimedijски sadržaji javnih medija imaju zajedničke opće značajke, ali uočavaju se posebnosti u pogledu vrste i prezentacije multijezičnih multimedijских sadržaja, a uvjetuju ih: zakonska regulativa, korisnička struktura, kadrovska razina i organizacijska podloga.

U redakcijama koje proizvode vijesti i njima srodne forme nameće se potreba za neposrednim stvaranjem zasebnih dnevnih multijezičnih sadržaja unutar više umreženih organizacijskih jedinica, što zahtijeva primjerenu organizaciju i koordinaciju poslova i zadataka, te permanentnu edukaciju novinara i urednika. Glavne promjene vezane za razvoj novih medija u ovome slučaju

²¹ Damian Bazan Mamić, novinar, urednik, web admin i CM redakcije na španjolskom jeziku GH – intervju, rujan 2017

odgovaraju hipotetičkim efektima kako ih navodi McQuail u poglavlju »New Media – New Theory?« (McQuail, D, 2010, p. 141) .

Kako je riječ o nužnim izvedbenim preklapanjima starih i novih medija, razvoj svakog pojedinog nosača rečenih sadržaja zahtijeva jasne strateške i programske smjernice. (Teorija – konvergencijski kontinuum) (Appelgren, E., 2004) No koliko god trebalo čekati jasne smjernice i ustaljen *workflow* na razini sveukupnog javnog sustava koji čine različiti tradicionalni mediji, dnevna praksa prisiljava sve njegove segmente da se na bilo koji dostupan način učine vidljivima na online platformi (webvergencija) (Keith, S. Thornton L-J. 2008). To je kod višejezičnog kanala posebno bitno s obzirom na ograničen doseg i cijenu tradicionalnih načina distribucije, koji podrazumijevaju u najvećoj mjeri jednosmjernu komunikaciju, u odnosu na besplatnu mogućnost izravne interakcije s korisnikom u praktički realnom remenu kakvu još uvijek pruža Internet.

Uz redovitu dnevnu produkciju, javni elektronski mediji imaju bogatstvo arhivskog audio i video materijala koje je relativno lako obraditi za različite jezične skupine, pa je njihova digitalizacija, pristupnost i mogućnost brze multijezične i multimedijske obrade važan strateški element.

Kod multimedijske obrade istih tema na različitim jezicima, strojno potpomognuto prevođenje praktički je nemoguće primijeniti, pogotovo kad proizvodnja sadržaja zahtijeva veći autorski novinarski pečat, uključuje složenije multimedijske vještine i obraća se specifičnijem krugu korisnika.

Količina i kvaliteta rečenih sadržaja dosta ovisi o individualnoj inicijativi na objema stranama komunikacijskog kanala. Na korisnike poticajno djeluje i korištenje njihovih uradaka (UGC), nastalih zahvaljujući sve jednostavnijem rukovanju sve dostupnijim mobilnim uređajima, pogotovo kad je riječ o izravnom individualnom uključivanju u društvene mreže na njihovom prirodnom jeziku. Kao što je predvidio McLuhan (1964), definirajući medije kao »produžetke čovjeka«, raste mogućnost daljeg globalnog umrežavanja u procesu nastanka osnovnog medijskog proizvoda, za koji u javnom mediju u pravilu odgovaraju profesionalni urednici.

Povremeni izvanprogramski događaji pozitivno utječu na interes i interaktivnost korisnika. Pritom je ključno u svakom segmentu odrediti fokus na korisničku skupinu, procijeniti prirodu i programski kapacitet samog događaja te procijeniti što programsko-produkcijski tim može realno najviše učiniti na svim raspoloživim platformama i na razini potreba svih jezičnih skupina kojima se obraćaju.

Literatura

Appelgren, E. (2004), „Convergence and divergence in media: Different perspectives“, *8th ICC International Conference on Electronic Publishing Brasilia - DF, Brazil* June 2004., pp. 237-248

Baldwin, Thomas F., McVoy, Stevens D., Steinfeld Charles (1996), *Convergence – Integrating Media, Information & Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks-London-New Delhi.

Brautović, M. (2009), „Usage of Newsroom Computer Systems as Indicator of Media Organization and Production Trends: Speed, Control and Centralization“, *Medijska istraživanja, god. 15, br. 1*, ss. 27-42.

Brautović, M., Cvjetinović, G. (2008), „Konvergencija medija i promjene u njihovoj organizaciji i menadžmentu, *Medijski dijalozi No. 1*, ss. 28-35.

Briggs, Mark (2007), *Journalism 2.0 – How to Survive and Thrive*, Creative Commons, Tampa Bay.

Car, V. (2007), „Konvergirani javni medijski servis“, *Politička misao, br.2*, ss. 113-127.

Conseil de l'Europe (2009), *Les stratégies des médias de service public visant à promouvoir une plus large participation démocratique des individus*, European Commission: Translation Tools.

Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions 2005, Paris

Creswell, John W. (1994), *Research Design - Qualitative and Quantitative Approaches*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Directorate-General for Translation of the European Commission (2007), *Translation Tools and Workflow*.

Dovedan, Z. Seljan, S., Vučković, K.: (2002), „Strojno prevođenje kao pomoć u procesu komunikacije“, *Informatologia 35 (4)*, ss. 283-291.

European Commission (2014), *Policies, information and services – Publication of the summaries of the Green paper replies*.

Gillmor, Dan (2004), *We the Media – Grassroots Journalism by the People, for the People*, O'Reilly Media, Sebastopol CA.

Grbeša, M. (2005), „Krizna javnog komuniciranja i ideja građanskog novinarstva“, *Političko obrazovanje, Vol. 1, br.3*, ss. 184-196.

Hallin, Daniel & Mancini, Paolo (2005), *Comparing Media Systems*, Cambridge University Press, New York.

Hromadžić, H., Popović, H. (2010), „Aktivne medijske publike: razvoj koncepta i suvremeni trendovi njegovih manifestacija“, *Medijska istraživanja*, god. 16, br. 1, ss. 97-111.

Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*, New York University Press, NY and London.

Johnson, Brian David (2010), *Screen Future – The Future of Entertainment, Computing and the Devices We Love*, Intel Press.

Keith, S., Thornton, L-J. (2008), *Goodbye Convergence, Hello 'Webvergence': The Decline of Broadcast-Print Partnerships in an Increasingly Online Media World*

Krajina, Z., Perišin, T. (2009), „Digitalne vijesti: mediji, tehnologija i društvo“, *Društvena istraživanja*, Vol.18, No.6, ss. 935-956

Lambeth, B. Edmund, Meyer, Philip & Thomson Esther (1998), *Assessing Public Journalism*, University of Missouri Press, Columbia MO.

Lindlof, T. R. (1995), *Qualitative Communication Research Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Lippman, Walter (1995), *Javno mnijenje*, Naprijed, Zagreb.

McLuhan, Marshall (1964), *Understanding Media: The extension of Man*, MacGraw – Hill, New York.

McQuail, Denis (2010), *Mass Communication Theory*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, 6th Edition.

Morris, M., Ogan, C. (1996), „The Internet as Mass Medium“, *Journal of Communication* 46 (1), ss. 39-51.

Mučalo, M., Šop, S. (2008), „Nova publika novih medija“, *Informatologija*, 41, br. 1, ss. 51-55.

Nord, L. (2008), „Comparing nordic media systems – North between West and East“, *Central European Journal of communication*, No.1, ss. 95-110.

Obradović, Đ. (2011), „Utjecaj razvitka multimedije na promjene u komuniciranju“, *Medijski dijalozi*, No. 8, Vol. 4, ss. 45-59.

Patton, Michael Quin (2001), *Qualitative Evaluation and Research Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

Perišin, Tena (2010), *Televizijske vijesti*, Medijska istraživanja, Zagreb.

Prelog, N., Uzelac A. in Cvjetičanin B. (ed.) (2008), „Digital Culture: the Changing Dynamics“, *Medijska istraživanja*, god. 14, br. 2, pp. 127-144.

Rafaeli, Sheizaf: (1988), „Interactivity: From new media to communication“, in: R. Hawkins et al. (Eds.) *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*, Newbury Park, CA, Sage, pp. 110-134.

Seljan, S., Gašper, A., Pavuna, D. (2007), „Sentence Alignment as the Basis for Translation Memory Database“, *INFuture2007-The Future of Information Sciences: Digital Information and Heritage*, pp. 229-311.

Seljan, S., Pavuna, D. (2006), „Translation Memory Database in the Translation Process“, *Proceedings of the 17th International Conference on Information and Intelligent Systems IIS 2006*, Varaždin: FOI, pp. 327-332.

Seljan, S., Pavuna, D. (2006), „Why Machine-Assisted Translation (MAT) Tools for Croatian?“, *Proceedings of 28th International Information Technology Interfaces Conference – ITI*, Cavtat, 2006, pp. 469-475.

Shirky, Clay (2008), *Here comes Everybody – The power of organizing without organizations*, Penguin Press.

Strategija poslovanja i razvoja HRT-a 2013-2017., 03. 05. 2013.

Šop Silvio (2011), *Konvergencija medija i radijsko novinarstvo - primjer Hrvatskog radija*, magistarski rad

Thoman, E., Jolls, T. (2004), „Essential issues of Media Literacy and Education“, *American Behavioral Scientist*, Vol. 48, No. 1, pp. 18-29.

Treaty of Amsterdam Amending The Treaty on European Union, the Treaties Establishing the European Communities and Certain Related Acts, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 02. 10. 1997.

Ulbrich, Katja, Kleeberger, Stefan (2009), *Circum Future Guide 2 – Convergence in Media Companies, New Forms of Organisation, Functioning and Jobs*, Circum, Nuernberg.

Weiner, Richard (1996), *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*, MacMillan, New York.

Zandt, Deanna (2008), *Share This!* Barrett-Koehler Publishers, San Francisco, 2010.

Zgrabljic Rotar, N. (2011), „Masovni mediji i digitalna kultura“ u: Zgrabljic Rotar, N. (ed.) *Digitalno doba, masovni mediji i digitalna kultura*, Zadar, Udžbenici Sveučilišta u Zadru, ss. 25-51.

Zgrabljic Rotar, N. (ed.) (2006), *Media Literacy and Civil Society*, Media-centar, Sarajevo.

Zgrabljic, N. (2000), „Hrvatska medijska politika i javni mediji“, *Medijska istraživanja*, god. 9 br. 21, ss. 59-77.

Zittrain, Jonathan: *The Future of the internet and how to Stop it*, Caravan Book, Harrissonburg, VA-USA.

Internetski izvori

ADWEEK – Brand Marketing, Belo Scratches CueCat, by Associated Press, 07. 09. 2001.

URL: <http://www.adweek.com/brand-marketing/belo-scratches-cuecat-51778/> (21. 08. 2017.)

Albright, Dann, How to Post in Multiple Languages On Facebook, 10. 02. 2016.

URL: <http://www.makeuseof.com/tag/post-multiple-languages-facebook/> (02. 09. 2017.)

American Public Media homepage. URL: <https://www.americanpublicmedia.org/> (21. 08. 2017.)

Arno, Christian SEJ, Social Media, How to manage Twitter Multi-Language Accounts, 19. 12. 2011. URL: <https://www.searchenginejournal.com/how-to-manage-twitter-multi-language-accounts/37891/> (02. 09. 2017.)

AZcentral, Part of the USA Today Network. URL: <http://www.azcentral.com/> (21. 08. 2017.)

Brown, K.: Article1, *What is Social Networking*. URL: www.WhatIsSocialNetworking.com (02. 12. 2016.)

Chi, Ed, Translate Google+ posts and comments with Google Translate, Google+ 20. 08. 2013.

URL: <https://plus.google.com/+EdChi/posts/hhybXrZeEtW> (02. 09. 2017.)

Circom, European Association of Regional Television. URL <http://www.circom-regional.eu/> (02. 09. 2017.)

CNN World View, About the Show. URL: <http://edition.cnn.com/CNNI/Programs/world.view/> (21. 08. 2017.)

COPEAM, Copeam - Conférence Permanente de l'Audiovisuel Méditerranéen. URL: <http://www.copeam.org/> (02. 09. 2017.)

CroExpress 03. 07. 2015. URL: <http://www.croexpress.eu/vijest.php?vijest=4518> (20. 08. 2017.)

DRdk. URL: <http://www.dr.dk/> (10. 08. 2017.)

European Commission: Translation Tools and Resources. URL: https://ec.europa.eu/info/resources-partners/translation-and-drafting-resources_en (20. 08. 2017.)

European Journalism Centre. Media Landscapes – Danmark. URL: http://ejc.net/media_landscapes/denmark (10. 08. 2017.)

European Journalism Centre. Meida Landscapes – Sweden. URL: http://ejc.net/media_landscapes/sweden (10. 08. 2017.)

KSL.com. URL: <https://www.ksl.com/> (21. 08. 2017.)

Meänraatio, Rajatonta ja ihmisläheistä raatiota meänkielelä./Gränslös och vardagsnära radio på meänkieli. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=1017> (11. 08. 2017.)

NetNewsCheck, The Business of Local Digital Media – Convergence Drives Gains at Cox Dayton, 02. 06. 2014. URL: (<http://www.netnewscheck.com/article/34178/convergence-drives-gains-at-cox-dayton>) (22. 08. 2017.)

NPR, Podcast Directory, Radio Ambulante. URL: (<http://www.npr.org/podcasts/510315/radio-ambulante>) (10. 08. 2017.)

NRK homepage. URL: <https://www.nrk.no/> (10. 08. 2017.)

Official website of the European Union – Audiovisual and media. URL: https://europa.eu/european-union/topics/audiovisual-media_en (10. 08. 2017.)

Patton, M.Q.: *Qualitative Evaluation Checklist*, September 2003 URL: http://fhs.mcmaster.ca/ceb/community_medicine_page/docs/Dec%2014%20-%204.pdf (25. 10. 2011.)

PRI homepage. URL: <https://www.pri.org/> (10. 08. 2017.)

Public Radio Exchange. URL: <http://www.prx.org/> (10. 08. 2017.)

Radio Romano, Nyheter och program på romani. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2122> (11. 08. 2017.)

Radio Schweden, Aktuelles aus Schweden. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2108> (11. 08. 2017.)

Radio Sweden, Your best source of news from Sweden. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2054> (11. 08. 2017.)

Radio Sweden Arabic. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2494> (11. 08. 2017.)

Radio Sweden Farsi/Dari. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2493> (11. 08. 2017.)

Radio Sweden Kurdish – Radoya Swêdê. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2200> (11. 08. 2017.)

Radio Sweden Somali - Raadiyahaha Iswiidhen, Warar iyo Barnaamijyo Af Soomali ah. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2172> (11.08.2017.)

Радио Швеция, Новости по-русски из Швеции. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2103> (11. 08. 2017.)

Richmond Times-Dispatch, Media General is gone; \$4.6 billion merger deal by Texas-based Nexstar completed, 17. 01. 2017. URL: http://www.richmond.com/business/local/media-general-is-gone-billion-merger-deal-by-texas-based/article_e4a90ce9-0326-5b8b-a7ed-3ba9958d4f74.html (21.08. 2017.)

Sameradion & SVT Sápmi. URL: <http://sverigesradio.se/sida/default.aspx?programid=2327> (11. 08. 2017.)

Sisuradio. URL: <http://sverigesradio.se/sisuradio> (11. 08. 2017.)

SVENSKA.YLE.FI. URL: <https://svenska.yle.fi/> (11. 08. 2017.)

Tampa Bay Times – Local TV ratings for February's 'sweeps' period outlines showdown between Fox 13 and ABC Action News, 4.3.2013. URL: <http://www.tampabay.com/blogs/media/local-tv-ratings-for-februarys-sweeps-period-outlines-showdown-between-fox/2106853> (21. 08. 2017.)

VOA News. URL: <https://www.voanews.com/> (21. 08. 2017.)

WGBH homepage. URL: <http://www.wgbh.org/> (21. 08. 2017.)

WNYC Studios. URL: <http://wnycstudios.wnyc.org/> (21. 08. 2017.)

YLE Uuitset–News. URL: <https://yle.fi/uutiset/osasto/news/> (25.03. 2017.)

YLE Uuitset – HOBOCTИ. URL: <https://yle.fi/uutiset/osasto/novosti/> (25. 03. 2017.)

LE Uuitset – Sápmi. URL: <https://yle.fi/uutiset/osasto/sapmi/>

<http://radioambulante.org/blog/video-conexion-rizada>

<http://radioambulante.org/en/blog-en/video-conexion-rizada-en>

<http://arena.yle.fi/tv/ohjelmat/30-371>

[https://svenska.yle.fi/artikel/2015/03/19/minna-canth-kampade-](https://svenska.yle.fi/artikel/2015/03/19/minna-canth-kampade-jamstalldhet)

<jamstalldhet>

<http://yle.fi/uutiset/3-9516626>

https://yle.fi/uutiset/osasto/news/finland_celebrates_equality_on_minna_canth_day/9518973

http://yle.fi/uutiset/osasto/novosti/finlyandiya_otmechaet_den_ravnopraviya/9518752

https://www.youtube.com/results?search_query=HRT+news+in+english

https://www.researchgate.net/publication/37676508_Convergence_and_divergence_in_media_Different_perspectives

<https://www.youtube.com/watch?v=a3nHMwQ6Yt8&t=8s>

<https://www.facebook.com/GlasHrvatske/photos/a.533622986701807.1073741828.532840850113354/924695427594559/?type=3&theater> (03. 09. 2017.)

<http://www.croexpress.eu/vijest.php?vijest=4518> (20. 08. 2017.)

<https://www.facebook.com/GlasHrvatske/> (03. 09. 2017.)

**ULOGA MEDIJSKE PISMENOSTI U SPRIJEČAVANJU NEGATIVNIH
MEDIJSKIH UTJECAJA NA DJECU*****MEDIA LITERACY ROLE IN PREVENTION OF NEGATIVE MEDIA INFLU-
ENCE ON CHILDREN***

mr DRAGAN MILANOVIĆ

Doktorska škola Kulturologije, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek

Apstrakt: *Medijska kultura i suvremeno potrošačko društvo, kao jedna od glavnih obilježja suvremenih civilizacija, generacije djece izlažu različitim vrstama i velikim količinama medijskih sadržaja. Već u prvim godinama svojih života djeca postaju aktivni konzumenti medija i korisnici medijskih platformi. Današnji mediji definiraju društvene vrijednosti, utječu na ponašanja i oblikuju stil i način života. Živimo u svijetu u kojem dijete prvo nauči koristiti primjerice mobilni telefon ili tablet, a tek onda nauči govoriti. Što nam nosi budućnost u kojoj se predviđa još progresivniji razvitak tehnologije? Rad se bavi temama izloženosti djece današnjim medijima, njihovu utjecaju na ponašanje i život djece, kao i pojmom medijske pismenosti.*

Ključne riječi: *Djeca, mediji, medijska kultura, medijska pismenost, potrošačko društvo*

Abstract: *Media culture and modern consumer society as one of the main characteristic of modern civilizations are exposing many generations of children to various kinds and large amounts of media contents. Even in the first years of their lives children are becoming active media consumers and media platforms users. Current media is able to define social values, influence human behavior and form lifestyles. We live in a world where one child first learn to use smartphone or tablet and then learn to speak. What the future brings us, future which predicts more progressive technology development? This paper*

studies topics such as media exposure of todays children, media influence on childrens behavior and lifestyle and term of media literacy.

Key words: *Children, Media, Media Culture, Media Literacy, Consumer Society*

1. Uvod

Današnje suvremeno društvo i progresivan tehnološki razvitak omogućili su prisutnost i dostupnost medija svakom pojedincu u svakom kutku naše planete. Tehnološke inovacije i uređaji kojima danas raspolažemo bile su gotovo nezamislive prije otprilike 20, 30 godina. Jasno vidljive nove tendencije tehnološke progresije vode zaključku kako će se razvoj tehnologije, pa tako i razvoj medija i medijske komunikacije unutar tog konteksta nastaviti i u budućnosti. Djeca su zasigurno jedna od društvenih skupina koja je najintenzivnije izložena medijskim sadržajima. Već u prvim godinama svojih života, čak i prije nego što nauče pričati, djeca nauče koristiti primjerice mobitel i tablet. Iako medijski nekompetentna s nerazvijenim kritičkim promišljanjem svakodnevno su izložena velikim količinama medijskih sadržaja često necenzuriranih i neprilagođenih njihovom uzrastu.

2. Izloženost medijima

Za djecu se često tvrdi da su najosjetljivija skupina u društvu budući da su tek u procesu psihofizičkog sazrijevanja i odrastanja tijekom kojeg iz interakcije s drugima oko sebe kao i iz osobnog iskustva i igre uče, zaključuju i usvajaju. Mediji su im vrlo privlačni jer pružaju sadržaje koji ih zanimaju, životne situacije i probleme prikazane iz drugačijeg motrišta od svakodnevnog, mogućnost identifikacije s nekim od likova, kao i zabavu i opuštanje (Sidik, 2012:7).

Roditeljima je, s druge strane, znatno lakše da, ukoliko su prezauzeti ili imaju neku neodgodivu obvezu za uraditi, djecu posjednu pred televizor ili im u ruke daju mobitel ili tablet koji će zaokupiti dječju pozornost. Na taj način se već u prvim godinama svojih života socijaliziraju i privikavaju na svakodnevno korištenje medijskih platformi i sadržaja. Istraživanja u SAD-u i Europi pokazuju kako „djeca i dalje provode značajno više vremena gledajući televiziju nego što obavljaju bilo koju drugu slobodnu aktivnost; kada im je dosadno ili su usamljena, više se vole okrenuti televiziji kao mediju koji se `podrazumijeva`; ukoliko imaju izbora, radije bi za sljedeći rođendan poželjeli

vlastiti televizor“ (Blažević, 2012: 490). Jasno je kako su gledajući televizijske sadržaje izložena različitim utjecajima, bilo pozitivnim i pro-socijalnim, ali i onim negativnim kao što su eksplicitne scene, scene nasilja i konzumacije opojnih sredstava. Otprilike 30% djece mlađe od dvije godine svaki dan gledaju televiziju i to najmanje jedan puta dnevno (Children's Media Use in America, 2013:23). Ipak, televizija više nije prevladavajuća medijska platforma, već se uz nju koriste i računala, tableti, pametni telefoni i igraće konzole. Današnja kultura djece i mladih generacija se slobodno može nazvati medijska kultura budući da su mediji sveprisutni i neizostavni dio međuljudskih interakcija u prošlom i ovom mileniju. Svi aspekti života su u značajnoj mjeri prožeti prisutnošću i utjecajem medija, milijuni tinejdžera širom svijeta svoj život više ne mogu ni zamisliti bez pametnog telefona i računala. Možda i najbolji pokazatelj izloženosti medijima jeste podatak kako će današnji mladi kada dožive 70 godina starosti ukupno provesti 7 do 10 godina svojih života gledajući televiziju (American Academy of Pediatrics, 2010).

Vrijeme provedeno ispred ekrana se najčešće provodi na račun neke druge slobodne aktivnosti koje su često u velikoj mjeri zdravije i korisnije za djetetov rast i razvoj kao što su igra i zabava u prirodi, interakcija s drugom djecom, učenje i pisanje domaće zadaće i slično. Obzirom da je medijska komunikacija u najvećem broju slučajeva jednosmjerna (osim komunikacije na Internetu koja može biti i dvosmjerna), medijski konzumenti se u tom procesu pasiviziraju što otvara mogućnosti budućim medijskim manipulacijama i indoktrinacijama.

Istraživanjima je utvrđeno kako djeca i adolescenti u interakciji s različitim vrstama medija provode više vremena nego u bilo kojoj drugoj aktivnosti - prosječno sedam sati dnevno (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:757). Na temelju toga možemo zaključiti kako je slobodno vrijeme današnjih generacija djece (vrijeme koje nije vezano uz školske obveze i aktivnosti) u velikoj mjeri ispunjeno sadržajima masovnih medija. Nadalje, "televiziju više gledaju djeca iz siromašnijih, niže obrazovanih i nepotpunih obitelji. Tiskanim medijima i računalima se više koriste djeca bogatijih i obrazovanih roditelja, a korištenje radija raste s dobi djece i sklonije su mu djevojčice. Isto tako, djeca s lošijim školskim uspjehom više se koriste masovnim medijima, osim računalima i knjigama" (Sidik, 2012:10).

Istraživanje provedeno u Hrvatskoj 2016. godine utvrdilo je da 51% djece televizijski program gleda s roditeljem, 46% s bratom ili sestrom, a 11% samo (Ipsos Puls, 2016). Mediji su jednostavno postali vrlo utjecajan suvreme-

ni „odgajatelj“ mnogih generacija koji sve češće dolazi na mjesto roditeljskog utjecaja. U svojim Preporukama za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija Agencija za elektroničke medije tvrdi kako je „komunikacija djece i adolescenata s odraslima dobrim dijelom zamijenjena korištenjem medijskih sadržaja na različitim platformama i raspravama s vršnjacima na društvenim mrežama, vrlo često bez kritičkog uvida roditelja. Sve veća i lakša dostupnost raznorodnih informacija i sadržaja među djecom i mladima otvara dodatne dileme oko kojih se mnogi roditelji imaju potrebu konzultirati sa stručnjacima“ (Agencija za elektroničke medije, 2016:3).

Mlađa djeca televizijske sadržaje u najvećoj mjeri konzumiraju u jutarnjim satima kada se prikazuju njima zanimljivi sadržaji, često u društvu roditelja. Ovdje su zanimljivi rezultati istraživanja koji pokazuju da djeca program „prate“ najčešće ušima. „Dok je televizor uključen, dijete se može baviti raznim drugim aktivnostima (igranje, čitanje, razgovor), a u trenutku kad čuje neki od zvučnih signala (poznatu melodiju ili glas nekog lica) koji najavljuju njemu zanimljiv i razumljiv sadržaj, ono usmjerava pogled ka ekranu. On će tamo i ostati sve dok traje takav (razumljiv i zanimljiv) sadržaj“ (Korać, Zečević, Bajraktarević, 2009:4). Kako djeca odrastaju interes za medijske sadržaje im se mijenja, pa se tako djeca u adolescenciji sve više zanimaju za sadržaje vezane uz pop kulturu, modu, sport i zabavu. Djeca u toj fazi sve češće televizijske i ostale sadržaje konzumiraju sama ili u društvu vršnjaka najčešće u svojoj sobi. Ž

Izloženost medijima u fazi djetinjstva znači izloženost vrijednostima i kulturi koje ti mediji prenose. Budući da roditeljski utjecaj u određenoj mjeri slabi obzirom da roditelji sve više vremena provode u svojim poslovnim obvezama i sve manje vremena imaju koje mogu provesti u druženju i razgovoru s djecom, na mjesto tog vremena najčešće dolazi konzumacija medijskih sadržaja. Dokazano je kako mediji imaju značajan utjecaj na formiranje vrijednosti pojedinca, oblikovanje životnih stilova, ponašanja, stavova i identiteta. „Djeca u medijima ne uče samo pojedinačna ponašanja nego i čitave scenarije ponašanja u različitim prilikama. Kada se dijete nađe u prilici koju prije nije iskusilo u stvarnom životu, a koja odgovara onoj za koje je iz medija naučilo scenarij, ono ga može upotrijebiti“ (Agencija za elektroničke medije, 2016:1, 7).

3. Posljedice utjecaja medija

Kako je već ranije navedeno djeca, slijedom različitih okolnosti, sve više vremena provode uz medije, koristeći ih tijekom cijelog dana. Na taj način

mediji postaju jedan od ključnih čimbenika socijalizacije koji utječe na formiranje osobnosti pojedinca. Obzirom na plasirane sadržaje utjecaj medija na djecu može biti poželjan/pozitivan i nepoželjan/negativan.

Istraživanja pokazuju kako redovito gledanje pro-socijalnih televizijskih sadržaja za rezultat može imati povećanje čestine altruističnih i poželjnih ponašanja kod djece svih dobnih razina (Sidik, 2012:10). Zaista, oblik i struktura medijskih sadržaja koji su djeci plasirani imati će za rezultat (posljedicu) odraz tih sadržaja u dječjem ponašanju i stavovima. Gledanje dokumentarnog programa kod djece je povezano s boljim školskim uspjehom (Agencija za elektroničke medije, 2016:9). Istraživanje u Australiji pokazuje kako oglašavanje zdrave hrane i komuniciranje zdravih prehrambenih navika djeci može povećati njihovu sklonost izboru takve hrane (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:763). Poznato je da mediji imaju mogućnost pozitivnog utjecaja na konzumente plasirajući sadržaje koji promiču pozitivna i poželjna ponašanja. Međutim, kako u literaturi, tako i u samom istraživanju medijskih sadržaja u određenoj mjeri prevladavaju negativni aspekti (pretjeranog) korištenja i konzumiranja medija. Utjecaj medija na djecu se znatno povećava kada imaju televizor i računalo u svojoj sobi: konzumiranje medijskih sadržaja se povećava za jedan do dva sata dnevno, rizik od pretilosti se povećava za 31%, a vjerojatnost konzumiranja cigareta udvostručuje. Također, smanjuje se sudjelovanje u aktivnostima kao što su čitanje i hobiji, kao i duljina spavanja (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:757).

Već dugi niz godina u medijima se stvaraju nerealne slike ljepote i poželjne figure koristeći modele koji su ozbiljno pothranjeni i čiji je medijski izgled rezultat čestih kako estetskih kirurških zahvata tako i obrađenih/filtriranih slika i video materijala. Rezultat toga jeste nezadovoljstvo vlastitim izgledom i stvaranje nerealnog i nedostižnog ideala ljepote u očima medijskih konzumenata koji često mogu voditi poremećajima kao što su bulimija i anoreksija ili korištenju različitih upitnih kemijskih supstanci.

Do svoje 18-e godine prosječni adolescent vidi otprilike 200 000 scena nasilja i to samo na televiziji. Kada je riječ o dječjem programu, scene nasilja su obično prikazane kao humoristične (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:758). Nadalje, utvrđeno je kako kontinuirana izloženost seksualno eksplisitnim sadržajima i scenama u masovnim medijima vodi ranijem prakticiranju seksualnih odnosa, njihovom znatnom povećanju, kao i povećanju rizika od neplanirane trudnoće i spolno prenosivih bolesti (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:760).

Budući da živimo u visoko razvijenim konzumerističkim društvima u kojima obrasci potrošnje prožimaju sve aspekte društva, svi konzumenti medijskih sadržaja su izloženi velikim količinama marketinških poruka. U takvim društvima se reklamira sve, od igle do putovanja u svemir, od načina rada do načina života. Današnje generacije američke djece će vidjeti otprilike 500 000 televizijskih reklama do završetka svoje srednje škole (American College of Pediatricians, 2016:9). Uzmemo li u obzir kako većina djece prije svoje osme godine nije u mogućnosti jasno razlikovati oglas od programskog sadržaja (Rozendaal, Buijzen, Valkenburg, 2010:79) jasno je kako te oglasne poruke imaju isključivo manipulativni karakter budući da ta djeca nemaju razvijeno kritičko mišljenje i medijske, odnosno potrošačke kompetencije.

Korać, Zečević i Bajraktarević navode istraživanje Sveučilišta Yale, Nacionalnog instituta za zdravlje i Medicinskog centra California Pacific koje je analiziralo 173 istraživanja iz polja utjecaja medija na zdravlje provedenih tijekom 28 godina. Analizom istraživanja je zaključeno kako „izloženost televiziji, filmovima, muzici, Internetu i drugim medijima dugoročno negativno utječe na zdravlje djece i adolescenata“ (Korać, Zečević, Bajraktarević, 2009:14).

4. Medijska pismenost djece

Medijska kultura u kojoj svakodnevno živimo kao imperativ nameće postojanje određene razine medijske pismenosti koja bi, u određenoj mjeri, omogućila pravilno korištenje svih medijskih platformi. Erjavec je uvjerenja da „komunikacijske tehnologije preoblikuju društvo i utječu na razumijevanje nas samih, naše zajednice i naših različitih kultura, te je stoga medijska pismenost ključna vještina za život u 21. stoljeću“ (Blažević, 2012:480). Obzirom da medijsko obrazovanje kao takvo ne postoji unutar nastavnih planova i programa u hrvatskom obrazovnom sustavu, najveću ulogu u razvijanju i podizanju razine medijske pismenosti djece imaju roditelji. S tim u vezi, dostignuta određena razina medijske pismenosti roditelja jeste osnovna pretpostavka za medijsku pismenost djece. Roditelji bi svakako trebali voditi računa o svojim navikama korištenja i konzumacije medija jer je dokazano kako je snažan pokazatelj visoke razine korištenja medija kod djece visoka razina korištenja i kod roditelja (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:762).

Mikić ovaj aspekt objašnjava na način da će roditelji koji ne ispuštaju daljinski upravljač (ili mobitel, op. aut.) cijeloga dana teško djetetu uspjati ukazati na štetnost cjelodnevnog gledanja televizijskog programa. Nasuprot,

roditelji koji ponekad odustaju od gledanja neke emisije stoga što se u obitelji vodi zanimljiv razgovor ili stoga što nisu završili sa zajedničkom obiteljskom večerom, uvjerljivije će to moći tražiti i od djece (Mikić, 2004: 46). Postmoderno društvo i digitalna tehnološka revolucija snažno oblikuju generacije djece odgajajući ih putem medija, ali i manipulirajući njima.

Prema Pungenteu postoji osam ključnih koncepcija i razloga za medijsko obrazovanje: mediji stvaraju realnost i nisu samo njezina „preslika“; mediji stvaraju simboličko značenje za (o)ponašanje; mediji imaju komercijalne implikacije: kako na medije utječu komercijalni čimbenici, kako oni utječu na sadržaj, tehniku i distribuciju komercijalne ponude; mediji sadrže ideološke i vrijednosne poruke: prenose eksplicitne ili implicitne ideološke poruke, vrijednosti potrošnje, imaju moćan komercijalni utjecaj na proizvodnju određenih vrsta sadržaja; mediji imaju društvene i političke implikacije; različiti mediji različito izvještavaju o istom događaju; svaki medij ima svoj estetski sadržaj (Tolić, 2009:197). Stoga bi medijska pedagogija kao sada već zasebna znanstvena disciplina trebala dobiti značaj koji zaslužuje u vrijeme današnjih modernih medija i komunikacijskih platformi kako bi generacije djece koje dolaze bile medijski pismenije i kompetentnije.

5. Zaključak

Američka pedijatrijska akademija roditeljima preporučuje da vrijeme koje djeca starija od dvije godine provode ispred ekrana ograniče na jedan do dva sata dnevno, potpuno ograniče korištenje medija djeci mlađoj od dvije godine, sve izvore medijskih sadržaja izbace iz dječjih soba, te zajedno s djecom prate medije i razgovaraju o prikazanim medijskim sadržajima (Strasburger, Jordan, Donnersten, 2010:762). Prisutnost masovnih medija i različitih medijskih platformi jeste realnost u kojoj živimo. Obveza svakog društva jeste da iskoristi sve mogućnosti i pozitivne aspekte koje taj stupanj razvoja omogućava, posebno kada je riječ o djeci.

Iz svega navedenog možemo zaključiti da mediji imaju vrlo snažan utjecaj na konzumente medijskih sadržaja budući da, na određeni način, prenose i šire općeprihvaćene društvene vrijednosti, prihvatljiva ponašanja i stavove, kreiraju životne stilove i formiraju identitete za novi milenij. Iz tog razloga je bitno omogućiti dominaciju sadržaja koji će potaknuti pozitivne ishode kako unutar potrošačkih, tako i unutar društvenih aspekata u cjelini, a negativne ishode usmjeravati ka minimalizaciji.

Literatura

Blažević, N. (2012), „Djeca i mediji - odgoj na "televizijski" način“, *Nova prisutnost*, god. 10, br. 3, ss. 479-493.

Korać, N., Zečević, I., Bajraktarević, J. (2009), *Utjecaj televizije na djecu i maloljetnike*, Stručni elaborat, Regulatorna agencija za komunikacije, BiH, Sarajevo.

Mikić, K. (2004), *Mediji i roditelji*, Zapis, Zagreb, preuzeto sa:

http://www.hfs.hr/hfs/zapis_clanak_detail.asp?sif=483

Preporuke za zaštitu djece i sigurno korištenje elektroničkih medija, Agencija za elektroničke medije, Zagreb.

Sindik, J. (2012), „Kako roditelji percipiraju utjecaj medija na predškolsku djecu?“, *Medijska istraživanja*, god. 18, br. 1, ss. 5-32.

Strasburger, V.C., Jordan, A.B., Donnerstein, E. (2010), „Health Effects of Media on Children and Adolescents“, *Pediatrics*, Vol. 125, No. 4, pp. 756-767.

The Impact of Media Use and Screen Time on Children, Adolescents, and Families (2016), American College of Pediatricians. Preuzeto sa: www.acped.org/the-college-speaks/position-statements/parenting-issues/the-impact-of-media-use-and-screen-time-on-children-adolescents-and-families

MEDIJSKA PISMENOST U SISTEMU OBRAZOVANJA U CRNOJ GORI

MEDIA LITERACY IN THE EDUCATION SYSTEM IN MONTENEGRO

dr MIRKO JAKOVLJEVIĆ, docent

Visoka škola za komunikaciju Beograd (VISKOM)

Apstrakt: *Da li se u obrazovnom sistemu medijskoj pismenosti posvećuje dužna pažnja? Da li mediji ostvaruju osnovne postulate koji se ogledaju u tome da informišu, ali i pružaju nova saznanja? Koliko se poštuju etički kodeksi u proizvodnji štampanih i elektronskih programa? Digitalizacija proizvodnje informativno-zabavnih programa učinila je da se pitanju medijske pismenosti danas posveti posebna pažnja. U Crnoj Gori se, kada je reč o institucionalnom pristupu i mogućnosti da se izučava, medijskoj pismenosti, najdalje otišlo iako podaci govore da to, svakako, nije brz i lak proces. Jedno je sigurno, kvalitetni uticaj na medijsku pismenost svih učesnika mora da se nastavi. I kroz obrazovne sisteme i putem medija. Pogotovo ako se ima u vidu da i Savet Evrope upravo medijsku pismenost svrstava u bitne preduslove za jačanje svakog dijaloga.*

Ključne reči: *Internet, digitalizacija, medijska pismenost, obrazovanje, svest, mediji*

Abstract: *Is there proper attention in the educational system for media literacy? Do the media realize the basic postulates that are reflected in informing, but also providing new insights? How much are ethical codes used in the production of printed and electronic programs? Digitizing the production of informative and entertainment programs has made a special focus on the issue of media literacy today. In Montenegro, when it comes to institutional approach and the ability to study, media literacy has gone far, although the data says that this is certainly not a quick and easy process. One thing is certain, the quality impact on the media literacy of all participants*

must continue. Both through educational systems and through the media. Especially if one takes into account that the Council of Europe places media literacy as a key precondition for strengthening each dialogue.

Key words: *Internet, Digitalization, Media Literacy, Education, Awareness, Media*

1. Uvod

Mediji imaju veliku ulogu u formiranju društvenog sistema vrednosti i kreiranju javnog mnjenja. Različita su tumačenja i razmimolilaženja o tom uticaju, ali brojni teoretičari medija se u jednom slažu. Stvari se drže pod kontrolom a na višem nivou se mnogo jasnije sagledava granica između stvarnog sveta i sveta koji stvaraju mediji. Džejms Poter smatra da ako nismo medijski pismeni nećemo primetiti razliku i uz dobre proizvode kupovaćemo loše. (Dž.Poter, 2011: 32)

Mediji su sve manje sredstva komuniciranja i edukacije, a sve više manipulacije. Prestiž, profit i tržište postaju osnovna vrednost za medije, a informativni i prosvetiteljski ciljevi gube značenje. Društva u tranziciji zakoračila su u društva spektakla. Naglašeni komercijalizam u medijima menja odnos između medija i publike i nameće potrebu novog "iščitavanja" medija današnjice. (Rutović, 2008: 63) Da li mediji ostvaruju osnovne postulate koji se ogledaju u tome da informišu, ali i pružaju nova saznanja? Problem se nazire u medijskoj pismenosti. Medijima smo saterani uz zid i kada je reč o medijskoj pismenosti, sputani. Svako društvo mora da vodi računa o medijskoj pismenosti. Najpoznatija definicija medijske pismenosti je "sposobnost pristupa, analize, procene i korišćenja medija". Medijska pismenost je sposobnost kritičkog mišljenja i analitičke sposobnosti za kapacitetno korišćenje medija.

Džejms Poter definiše *medijsku pismenost kao skup gledišta koje u korišćenju medija aktivno primenjujemo da bismo protumačili značenje poruka koje primamo*. U cilju razvoja novih oblika komunikacija između medija i korisnika iniciran je, pod okriljem UNESK-a dijalog o potrebi medijske pismenosti. Ubrzani rast tehnologije uslovio je publiku da nije dovoljno da zna da čita i piše već da je neophodno da se steknu znanja o pristupu i korišćenju medija u prizmi društveno-političkog, tržišnog i tehničkog funkcionisanja. (Rutović, 2008: 64-65)

U centru pažnje je, dakle "konzument medija". Čitalac, slušalac, gledalac, običan građanin, učesnik obrazovnog procesa koji "prati" ponuđene

medijske sadržaje. Da li su se, s druge strane mediji pretvorili u serijske proizvođače niskobudžetskih televizijskih novela, TV-serija, rijaliti programa, diskutabilnih formi kvizova znanja i, svedoci smo, celodnevnih sportskih prenoša i njihovih repriza u noćnim terminima?

Sušтина predmeta pod nazivom medijska pismenost je prihvatanje novih znanja koja su idealna da učenike podstaknu na razmišljanje. Medijska pismenost je usmerena na kritičko mišljenje učenika i podstiče ih da u obilju info-sadržaja koje ih "zapljuskuju" traže tačne i proverene informacije.

2. Obrazovanje i medijska pismenost

Pristup i karakter određenja prema pojmu i potrebi medijske pismenosti određuje strategiju i metod njene realizacije. Izučavanje konkretne analize sadržaja pozicioniraće i oblik primene, tj, medijske edukacije. Medijska pismenost se treba razumeti kao interaktivni odnos između tehnologije i korisnika. U okviru obrazovnog sistema definiše se set mera sistemskog i reformskog karaktera koji nadrađa partikularna pitanja i "jedinice slučaja" koje su pažnja određenog društvenog temata. Društveno-obrazovna regulacija jedna je od metoda aktivnog delovanja u cilju kreiranja mehanizama za zaštitu od štetnih medijskih sadržaja, te pitanja sposobnosti i mogućnosti koji se zahtevaju od ljudi za efikasno konzumiranje i sadržajno vrednovanje komunikacijske tehnologije globalizovanog sveta, sa gotovo trenutnim transferom informacija. (Rutović, 2008: 74) Medijska pismenost se ne dobija rođenjem. Ona se uči i stiče u procesu odrastanja čoveka, kroz njegovo vaspitanje i obrazovanje. Zato je važna i, gotovo, presudna uloga roditelja i nastavnika u formiranju "medijski pismenog" čoveka. Ž. Gone smatra da kod roditelja istovremeno postoje suprotstavljeni stavovi npr. u školu se ne ide da bi se naučilo čitanje štampe, gledanje slike ili televizije, već da bi se stekla osnovna znanja. Istovremeno, škola treba da pripremi dete za život. Ono, dakle, mora da zna da čita novine. (Ž. Gone, 1998: 25). A u današnje, digitalno doba zna kako da razume poruke koje saznaje dok prati televizijski dnevnik i druge televizijske i radijske programe kao i da usvaja samo istinite internet sadržaje

Mediji su ti koji pokreću brojna pitanja, a, s druge strane, na onima koji pripremaju javno mnjenje je da u svom poslu budu odgovorni i da samim tim medijski pismen čovek na pravi način sagledava i sam iznalazi odgovore na pokrenuta pitanja. Uticaj sredstava masovnih komunikacija ogleda se i u sistemu obrazovanja. Nesumnjivo, najveći uticaj, kada je ta problematika u pitanju, ima savremena digitalna tehnologija oličena u "njegovom veličanstvu"

internetu, ali se ni uticaj televizije ne može zanemariti. Televizija kao jedno od najmoćnijih sredstava masovnih komunikacija ima neopisivu moć. Televizija je važan deo medijske kulture i ne može joj se osporiti uticaj na oblikovanje mišljenja i ponašanja savremenika, a s druge strane pretvorila se u ubicu čovekovog vremena. (R. Božović, 2015:24) Savremeni elektronski sistemi doneli su konzumentima i, nametnuli, obeležja "savremene otuđenosti". Digitalno doba uslovalo je zavisnost korisnika od same digitalne tehnologije. Došlo se do toga da je blizu dan kada će se od strane nadležnih proglasiti "bolest zavisnosti od interneta". Tome je svakako doprinela hiperprodukcija vesti u digitalnom plasmanu informacija, ali se uporedo sa procesom informisanja "digitalno" sprovodi proces "digitalnog obrazovanja", a samim tim i kreiranja "digitalne medijske pismenosti" kojom konzumenti isključuju postojanje svakog drugog načina informisanja i saznanja u procesu obrazovanja. Prihvata se, i to u potpunosti, sve što se "nudi na internet stranama". Pri tome se i ne postavlja pitanje iznetih vrednosnih stavova, na lako dostupnim internet web stranama.

Uloga škole tu je od velikog značaja. Ta uloga se, smatra Gone, međutim, ne može dovoditi u istu ravan sa ulogom roditelja. U školama se pitanju realizacije procesa medijske pismenosti prilazi programskim sadržajima u više nastavnih predmeta. Stavovi učenika i nastavnika o relevantnim aspektima korišćenja interneta i čitanja novina sa interneta mogu biti važan faktor kvaliteta njihovog angažovanja u školi. (Lj. Bulatović, G. Bulatović, O. Arsenijević, 2013-2014: 117). Isto je i kada je praćenje programa televizije u školama u pitanju. Ovde je prilika da se stvari, bar kada je o televiziji reč, okrenu, ali tako da se stave na pravo mesto. Da se televizija "iskoristi" kao dobar oslonac u procesu obrazovanja a samim tim i kao efikasno nastavno oruđe u procesu medijskog opismenjavanja.

Praksa je pokazala da se brzo usvajaju i šire lažne informacije. Konzumenti medija ih usvajaju u skladu sa sopstvenim uverenjima. To im je u današnje vreme lakše uz savremenu digitalnu tehnologiju jer društvene mreže, portali i ostale digitalne platforme nemaju zaštitu od neželjenih sadržaja i komentara. Upravo zbog toga se u medijskoj pismenosti vidi "spas" u vremenu koje dolazi.

3. Medijska pismenost u crnogorskom obrazovnom sistemu

Obrazovni sistem koji se tradicionalno temelji na učenju činjenica postaje sve manje relevantan u svetu kada su informacije dostupne mnogo brže i u mnogo većem obimu nego ranije. Osim opšteg obrazovanja potreban je spe-

cifičan set veština koje nazivamo medijskom pismošću. Pod tim pojmom podrazumeva se između ostalog i razumevanje medija u demokratskom društvu a posebno razumevanje uslova pod kojim mediji mogu da doprinesu demokratizaciji društva. (Program razvoja medijske pismenosti u Crnoj Gori, 2017: 3)

Predmet medijska pismenost uveden je u crnogorski obrazovni sistem 2007. god. Podrška decentralizaciji obrazovanja u Crnoj Gori dobijena je od Kancelarije OSI čije je predloge u toj oblasti usvojio Nacionalni savet. Te godine UNESCO je usvojio Parisku agendu informacione i medijske pismenost. U Crnoj Gori se, u odnosu na zemlje u okruženju, kada je reč o institucionalnom pristupu i mogućnosti da se izučava, u oblasti medijske pismenosti, najdalje otišlo iako podaci govore da to, svakako, nije brz i lak proces.

Medijska pismenost je postala izborni predmet u obrazovnom planu i programu za gimnazije. Kada se govori o osnovnom obrazovanju medijska pismenost se izučava kroz nastavne planove predmeta koji obrađuju sličnu nastavnu tematiku. Završno tromesečje u nastavi predmeta medijska pismenost je posvećeno etici u medijima, novinarskom kodeksu, funkcionisanju javnog servisa. Medijska pismenost kao samostalni izborni predmet nije zastupljen u osnovnoj školi. U srednjoj školi medijska pismenost se uči u trećem razredu u gimnazijama.

Zabrinjavaju, međutim, podaci do kojih smo došli kada je u pitanju izborni predmet medijska pismenost:

1. Gimnazija "Miloje Dobrašinović" u Bijelom Polju - nema zainteresovanih učenika;
2. Gimnazija "25. maj" Tuzi, nema zainteresovanih učenika;
3. Gimnazija "Petar I Petrović Njegoš" Danilovgrad, nema zainteresovanih učenika;
4. Gimnazija "Tanasije Pejatovic" Pljevlja, nema zainteresovanih učenika;
5. Gimnazija na Cetinju, 7 (sedam) učenika izabralo je za izborni predmet medijsku pismenost.

Izuzetak je, dakle, gimnazija na Cetinju gde se medijska pismenost uči u trećem razredu. Od dva razreda koliko ih ima na trećoj godini 7 učenika izabralo je medijsku pismenost za svoj izborni predmet. Podaci su neumoljivi. Pokazuju da je zabrinjavajuće mali broj onih koji su izabrali medijsku pismenost, uprkos činjenici da se nastava u prethodnom periodu izrazito pozitivno odrazila na savladavanje veština od strane učenika, koje su predviđene pla-

nom i programom tog predmeta. Za sada su uzaludni pokušaji pojedinih nastavnika koji predlažu nadležnom ministru i ministarstvu da se predmetom medijska pismenost obavežu svi crnogorski učenici.

Sa druge strane, pojedine međunarodne organizacije poput UNICEF-a podržavaju akcije koje se odnose na bezbednost dece na internetu i digitalnim platformama. Od te organizacije podržana je Agencija za elektronske medije Crne Gore koja sprovodi regionalnu medijsku kampanju pod nazivom "Birazmo šta gledamo". Utisak je da, uprkos nastojanjima da se medijska pismenost podigne na viši nivo, poruke koje treba da utiču preventivno na svest najmlađe populacije su blede i nemoćne da se izbore sa još uvek prisutnim stereotipima kada je razumevanje a samim tim i shvatanje novog digitalnog doba u pitanju.

4. Zaključak

Preduslov za jačanje uloge svakog pojedinca u društvu koje teži da bude demokratski opredeljeno i u kome je dijalog osnovno obeležje je uvođenje medijske pismenosti u obavezne školske programe.

To je i preporuka zemalja članica Evropske Unije. U Crnoj Gori se u odnosu na zemlje regiona, kada je reč o medijskoj pismenosti, najdalje otišlo, ako se govori o institucionalnom pristupu i mogućnosti da se izučava, medijska pismenost. Podaci, ipak pokazuju da taj proces nije brz i lak. Neumoljivo pokazuju da je zabrinjavajuće mali broj onih učenika koji su izabrali medijsku pismenost, uprkos činjenici da se nastava u prethodnom periodu izrazito pozitivno odrazila na sve koji su izučavali taj predmet. Svakako da je javni interes da svaki pojedinac pa i učenik razume digitalno doba u kome živi. Međutim, na obrazovnim institucijama je da permanentno sagledavaju okruženje i omogućće pojedincima-učesnicima obrazovnog procesa da na pravi način budu deo "digitalnog sveta". Izolovanje i izbegavanje da se problemi u toj oblasti rešavaju jedno društvo nikako ne mogu da svrstaju u one sa prefiksom- društveno odgovorna.

Literatura

- Božović, R. (2015), *Paradosksi medijske slobode*, Medijska kultura, Nikšić.
 Bulatović, Lj., Bulatović, G., Arsenijević, O. (2013-2014), *Znanje, Obrazovanje, Mediji*, Sremski Karlovci.
 Gone, Ž. (1998), *Obrazovanje i mediji*, Clio, Beograd.

Poter, DŽ (2011), *Medijska pismenost*, Multimedia Clio, Forin, Beograd.

Program razvoja medijske pismenosti u Crnoj Gori (2017), Agencija za elektronske medije Crne Gore, Podgorica.

Rutović, Ž. (2008), "Medijska pismenost", Poseban otisak iz Zbornika radova sa naučnog skupa *Obrazovanje i mediji*, Zbornici radova br. 88, ODN knj. 34, CANU.

KOMERCIJALIZACIJA ŠTAMPANIH MEDIJA

COMMERCIALIZATION OF PRINTED MEDIA

mr MARIJANA ZEČEVIĆ, prof. književnosti

Apstrakt: Komercijalna kultura je uvjerljiva. Stanovište semiotike nije zainteresovano za izvor ili mjesto odakle poruka dolazi, već je bitan način kakvo je značenje stvoreno u glavi primatelja. Nedostatak ozbiljnih vijesti govori i o stanju duha u nekoj zemlji, o snazi intelektualaca, te opštoj društvenoj klimi, uključujući i stupanj demokratije. Poštovanje čovjekove ličnosti, kao aksiološka odrednica novinarstva, oslanja se na dva načela: načelo o poštovanju privatnog života i načelo o zaštiti od povreda časti. Mnogi vidovi ljudske aktivnosti prožeti su, danas, etičkim pitanjima, što ne isključuje ni novinarstvo, kao publicistički diskurs čiji je značaj u savremenom društvu veoma bitan.

Ključne riječi: Mediji, komercijalizacija, tabloidizacija, semiotika, aksiologija, informacija, trač, etika, istina

Abstract: Commercial culture is convincing. The point of view of the semiotics is not interested in the source or the place from where the message comes from, but the important way is how the meaning is created in the recipient's head. The lack of serious news also talks about the state of mind in a country, the power of intellectuals, and the general social climate, including the degree of democracy. Respect for human personality, as the axiological determinant of journalism, relies on two principles: the principle of respect for private life and the principle of protection against honor injuries. Many forms of human activity are today enriched with ethical issues, which does not exclude journalism as a publicist discourse whose significance in contemporary society is very important.

Key words: Media, Commercialization, Tabloidization, Semiotics, Axiology, Information, Gossip, Ethics, Truth

1. Uvod

Mnogi teoretičari OSJ smatraju da je rijetko koja profesija drastično kršila svoja pravila ponašanja kao novinarska. I danas postoje kodeksi, i ma koliko bili nesavršeni, njihova bi primjena nesumnjivo pomogla profesionalnijem ponašanju novinara.

Ovaj rad će se dotaći složene prirode novinarskog kodeksa, kao i uloge komercijalizacije novinarstva, u smislu novog vida tabloidiziranja dnevnih novina. Stručni posmatrači tabloidizaciju štampanih medija vide u smanjenom prostoru za ozbiljne vijesti, te praćenju skandala na način na koji to rade tabloidi. Profesor novinarstva na Fakultetu političkih nauka u Beogradu, Nada Todorović, kaže da su komercijalizacija i tabloidizacija medija česta pojava pa čak i najkvalitetnijih i da su pogubni po demokratiju.

Stanovište semiotike nije zainteresovano za izvor ili mjesto odakle poruka dolazi, već je bitan način kakvo je značenje stvoreno u glavi primatelja. Komercijalna kultura je uvjerljiva. Ljudi su skloni da povjeruju u iskrivljenu stvarnost, iako nije temeljena na činjenicama i istini. U pitanju je denominacija vrijednosti koja je usmjerena na promjenljivu percepciju, uz mogućnost nadogradnje smisla, u skladu sa stepenom rasonode koju ona proizvodi. Onamo gdje je percepcija kolebljiva, tu je i individualnost nesigurna, te ju je lako određenom interesnom spektru privoljeti.

A kako stoje opštevažeće vrijednosti i od toga izvedene opštevažeće norme za individualnu vrijednosnu sustinu? Na to Kant daje odgovor polazeći od etike: „Gde se poslovi ne odvijaju na način i nisu raspodjeljeni, gde je svako mnogostruki veštak, tu se zanati nalaze u najvećem varvarstvu.” (Kant, I., 2008, s. 7)

2. Poštovanje ljudske ličnosti

„Deklaracija o dužnostima i pravima novinara” usvojena u Minhenu 1971. god., utemeljila je između ostalih profesionalnih normi, u okviru novinarskog kodeksa, i sledeće dužnosti:

- odbrana slobode informisanja i nezavisnost novinara
- traganje za istinom
- poštovanje čovjekove ličnosti.

Ova treća, aksiološka odrednica novinarstva, oslanja se na dva načela: načelo o poštovanju privatnog života i načelo o zaštiti od povrede časti. Minhenska deklaracija kaže da se novinar obavezuje da poštuje privatnost drugih ljudi i teškim povredama profesije smatra: „blaćenje, uvredu, klevetu i neos-

novane optužbe". Za Kanta je poštovanje ličnosti ekvivalentno poštovanju zakona, te kaže da „svako poštovanje prema nekoj ličnosti zapravo je poštovanje prema zakonu (čestitosti itd.), za koji nam dotična ličnost daje primer.” (Ibid., s. 29)

„Što se tiče širenja informacija o nekoj istini koja je takvog karaktera da može štetiti ugledu ličnosti, otkrivanja izvjesne tajne, nužnosti da se zadire u privtani život neke ličnosti, tu shvatanje novinara o javnom interesu ili o pravu javnosti da bude informisana može biti različito shvatano od sudije zaduženog za sprovođenje zakona". (Korni, D., 1999, s. 57)

Razlika između javne sfere u životu političara, koja može biti predmet legitimne pažnje novinara, i privatne ili intimne sfere u životu pojedinca, koja pripada samo tom pojedincu, koriste se kao model prilikom izrade normativnih pravila za novinarsku profesiju. To razlikovanje omogućava da se svaka konkretna situacija analizira na dobro odmjerene načine, naročito kada je u pitanju uspostavljanje ravnoteže između zaštite privatnog života, s jedne strane, i javnog interesa s druge strane.

Ova dva polariteta mogu varirati u zavisnosti od konkretnih ličnosti. Uočljivi su brojni slučajevi poznatih pozorišnih, filmskih i estradnih zvijezda, koje rado dopuštaju da se zaviri u njihov privatni život, pa čak i u intimni život, da bi održali slavu. Veoma su osjetljivi oni slučajevi koji se odnose na povredu privatnog života javnih ličnosti, naročito političara.

Danijel Korni postavlja pitanje. "Kako tačno procijeniti uticaj privatnih postupaka i ponašanja nekog ministra ili visokog državnog funkcionera na sliku koju će o toj ličnosti imati javnost?"

"Većina medija će prikazati istinit, sažet i razuman zbir dnevnih zbivanja u ozračju koje im daje društveni značaj." (Malović, S., 2007, s. 20) Mnoge teorijske rasprave tiču se sagledavanja objektivnog ili neodgovornog izvještavanja, važnosti i smisla određene informacije i koliko je njeno objavljivanje od javnog interesa.

Međutim, otvara se mogućnost rasprave o vrijednosti objavljenog teksta, u funkciji bilo kakvog javnog interesa, ukoliko može nanijeti štetu pojedincu; uslovljavajući sadržaj koji je u znaku klevete, te forme tabloidnog efekta, koji su nerijetko prisutni i u dnevnoj štampi.

3. Šta ne može novinar

Kao najveće profesionalne greške prof. dr Stjepan Malović navodi: plagijat, klevetu (uvredljive, netačne i neutemeljene optužbe), primanje mita. Jesu

li novinari kadri ozbiljno naškoditi ljudima i mogu li u skladu sa svojim ovlašćenjima javnog objavljivanja oklevetati, pa time nanijeti (ne) popravljivu štetu? On navodi Žarka Puhovskog koji je rekao sledeće: "Došlo je vrijeme da se zaštitimo od novinara, koji imaju snage i mogućnosti nanijeti velike štete pojedincima, a bez prave odgovornosti." (Ibid., s. 35) Dalje govori da nema gore stvari nego li kada te prozovu mediji, a pogotovu "ako nisi luk ni jeo ni mirisao."

»Novinari najčešće nisu svjesni svoje snage i raznog dometa napada u medijima. Neki čak misle da je njihova sveta dužnost nekoga "prozvati", "priklikovati na stub srama", "rasturiti", i "raznijeti ga". (Ibid., s. 35)

Postavlja se pitanje koliko su takvi članci primjer dobrog, ili pak lošeg novinarstva? Navode na razmatranje koliko njihov efekat ide u prilog kategorijama pozitivnih ili negativnih OSJ. Poći ćemo od teorije minusa (-) u odnosima sa javnošću, po kojoj su negativne strane OSJ sledeće:

- stvaranje pseudo-događaja koji ne služe interesima organizacije ili javnosti
- skrivanje činjenica od javnog interesa
- smanjivanje povjerenja u ustanove, političare i nevladine organizacije.

Ako određeni članak plasira pseudodogađaj, onda on služi ili ne služi nečijim interesima. Intencionalno može biti „koristan“ u komercijalnom pogledu, a spram očekivanja javnosti, sem ako je riječ o potrebi zadovoljavanja nesavršenih ljudskih priroda. Samo razvijanjem svijesti o profesionalnim kodeksima, na kojima je zasnovano odgovorno novinarstvo, uz aksiološke odrednice novinarske etike, može se izbjeći manir lošeg novinarstva. U suprotnom, novinarstvo će zapasti u koliziju, tj. oprečnost i mržnju prema umu.

Novinari moraju ukazati na negativnosti, kako bi javnost znala šta se dogodilo i kako bi se sabotiralo ponavljanje istih. Ako novinar otkrije kako je javni funkcioner u svom radnom vijeku počinio neke neprihvatljive novčane transakcije, imao bi profesionalnu dužnost otkriti javnosti takve malverzacije kako bi sankcionisali takva djela. Ukazivanje na malverzacije nije linč, već društveno korisno djelo.

U suprotnom, ukoliko se služi tabloidnim sadržajem, otvara pitanje novinarske etike i nivoa društveno korisnih efekata, te koliko je u funkciji trenda ka podilaženju publici često niskih strasti? Time članak dobija formu tabloidnog novinarstva, što u komparaciji sa ozbiljnim dnevnim listom nije adekvatan prostor za kvalitet, koji je indigniran jeftinim sadržajem i senzacijom. Ciljna grupa je masa, a akcenat stavljen na formu koja služi kao dobra

osnova za tabloidiziranje dnevnih novina. To dalje povlači, banalizaciju društva i degradaciju vrijednosti. Kako Lalić kaže: „uopšte je čovjek jadno stvorenje u vrijeme gomilanja i gomila: vrda kao Šarlo tamo vamo, gaze ga, guraju ga, posipaju splačinama. Gomile su važne, a ne čovjek, i važno je ko će zgrabiti gomile - oni ili mi.“ (Lalić, M., 2006, s. 230)

4. Mediji, marketing i društvo

Uzimajući u obzir mogućnosti objektivnosti članka, novinar mora voditi računa o tome da i objektivno novinarstvo može biti neodgovorno. Novinarska projekcija je izložena sudu javnosti i novinari koji ne poštuju profesionalne standarde često su izloženi opravdanim kritikama. Sud javnosti procjenjuje je li neki medijski produkt proizvod novinarstva ili senzacionalizma. Neki tračarski tabloidi mogu biti čitani i gledani, ali to nije novinarstvo. Takvi sadržaji, upravo, dobijaju dimenziju tabloidnog novinarskog proizvoda.

U posljednje vrijeme, novinarski tekstovi nerijetko postaju oksimoron, ostvaren kroz odnos impresivne biografije određene javne ličnosti, u sprezi sa senzacionalističkim novinarskim sadržajem, što su sadržaji koji podilaze publici koja voli demagoške sekvence o eventualnim padovima onih koji se suviše visoko vinu i lete.

Nedostatak ozbiljnih vijesti govori i o stanju duha u nekoj zemlji, o snazi intelektualaca, te opštoj društvenoj klimi, uključujući i stupanj demokracije. Naslovne strane najviše idu u prilog čitanosti, koji i jeste glavni kriterijum, ne zato da bi se dokazao kvalitet, već da bi se bolje prodale novine.

"U novinarstvu, informacija se shvata kao društveno dobro, a ne kao roba, što znači da novinar dijeli odgovornost za informaciju koju prenosi i da je stoga odgovoran ne samo onima koji kontroliraju medije već, u konačnici, najširoj javnosti, uključujući i razne društvene interese." (Malović, S., 2007, s. 77)

Senzacionalistički članci u sprezi sa rubrikama "Društvo", uslovljavaju pitanje koliko je i njegova vrijednost realna slika istog tog društva. U Crnoj Gori imamo kategoriju čojstva (braniti druge od sebe) prema kategoriji morala, a ne interesa, princip pravde i stoizam (ljudsko dostojanstvo, čvrstina). Tabloidiziranjem novinarskih sadržaja, degradira se i samo društvo kojem pripadamo, a što je publika manje obrazovana, to su uspješniji primitivniji medijski sadržaji. Tim reciprocitetom vrši se uzajamno rušenje vrijednosti i kriterijuma. Što je manje intelektualaca, to je manje kvalitetnih medijskih sadržaja. Mediji su pozornica javnog života, kulture, pa bi sofisticiraniji sadržaji svakako uticali na održavanje takve duhovne klime.

Medijski diskurs pomjeren je sa novinarsko-publicističkog stila izražavanja, zasnovanom na preciznosti, temeljnosti, jasnom izražavanju i formi, na razgovorni funkcionalni stil, koji ne mora uvijek odgovarati standardnom jeziku. Bilo koji diskurs koji prodaje mješavinu i nesrazmjeru, kako kaže Kant, proizvodi samo šepRTLje. (Kant, I., 2008, s. 7)

Prof. Malović kaže da čim novinar počne razmišljati o tome koliko će se povećati profit, tada nestaje novinarstvo i počinje najgora komercijalizacija. Novinar ne bi trebalo da izvještava zato da bi povećao prodaju, slušanost ili gledanost svoga medija, već zato što događaji o kojem izvještava ima vrijednost vijesti, zato što može podučiti konzumente medija.

Masovni mediji potvrđuju se na tržištu, na način da ono utiče i na njihov sadržaj. Sve se mjeri i to odmah: čitanost, slušanost, gledanost. Teror tržišne uspješnosti pretvara se u apsolutni kriterijum kvaliteta.

5. Između trača i istine

Klinički psiholog Mladen Marković tvrdi da intezitet bavljenja tračem zavisi, prije svega, od stepena samosvjesnosti jednog društva. On je ustvari povezan sa vrijednostima jedne bratije, tako da je u društvima u kojima je viši nivo moralnih, spoznajnih i estetskih vrijednosti manje i trača.

Trač kao širenje neistine i glasina o osobinama ljudi i detaljima iz njihovog života nije opasan ukoliko ostane bezazlen, pa je kao takav svojevrsan vid rasonode. „Trač je udica koja se baca. Onaj na koga se odnosi, određuje šta će dalje biti sa tom igrom. Ako se upeca, onda igra tek počinje. Ako prezire cilj te igre, onda se igra paralizira. Onaj ko razumije te igre, neće reagovati na bačenu udicu. Negiranje, neprihvatanje igre je najbolji metod da se izbjegne beskorisno trošenje energije, ” savjetuje Marković kako se odbraniti od trača. (Marković, M.,)

Trač može imati i određeni cilj, a ne samo vršiti funkciju rasonode. To se najbolje može analizirati na pojavi trača u medijama, što ima za cilj po Markoviću da se umanjí vrijednost osobe koja je predmet trača. Kaže: „Tračaju se osobe koje nešto imaju, beznačajne osobe, nisu predmet trača”. (Ibid.) Predmet trača mogu biti kvalitetne osobe izuzetnih vrijednosti, zato što ugrožavaju manje sposobne ljude, kako bi se smanjila njihov avrijednost. Trač je uvod u igru, najprije se jedna vijest širi, i u zavisnosti od igre, može se pretvoriti u aferu, pojašnjavaju dalje Marković.

6. O istini

Pitanje o istini je vrlo stara i permanentna tema filozofske misli. Pri analizi doživljaja ukazuju se razna tumačenja i shvatanja istine. Huserl ih grupiše u četiri slučaja:

1. Istina, kao korelat akta koji identifikuje, može biti "sam odnos stvari" i kao korelat identifikacije koja se potpuno poklapa - identičnost, tj. potpuno slaganje onoga što se misli sa datim kao takvim.
2. Pojam istine može da bude sam "idealni odnos" koji se nalazi u evidenciji poklapanja između akata koji se poklapaju. U prvom slučaju istina je nešto predmetno, u ovom drugom, po Huserlu, više bi bila ideja forme akata, njihova suština, ili ideja apsolutne adekvacije kao takve.
3. Istina kao potpuna datost predmeta o kome se misli. Istina bi bila ta idealna potpunost i to u smislu doživljavanja potpunosti kao onoga što čini istinitost.
4. Sa gledišta intencije istinu možemo shvatiti iz odnosa evidencije, kao tačnost *intencije* i kao njenu adekvatnost prema istinitom predmetu.

Fenomenološki radovi ukazali su na nove vidike u pitanju istine. Proučavaju istinu u njenom neposrednom doživljavanju, iskustvu, počevši od praktičnog svakodnevnog života od njene objektivne, idealne forme u naučnim iskazima. Fenomenologija proučava istinu u živoj intencionalnosti svijesti u svim mogućim slučajevima.

U sferi logičkih ispitivanja evidencija je doživljaj slaganja između onoga što se misli i datoga odnosa stvari, a ideja toga slaganja treba da je sama istina, tvrdi Huserl.

7. Zaključak

Mnogi vidovi ljudske aktivnosti prožeti su, danas, etičkim pitanjima. To je slučaj, između ostalog, i sa novinarstvom, čiji je značaj u savremenom društvu veoma značajan i jasan. Život savremenog čovjeka je nezamjenljiv bez masovnih medija, koji ujedno čine i našu svakodnevnicu. Odnos medija i društva je složen.

Društvo reaguje na medije, koji su moćni faktor u unapređenju, poboljšanju, ali i unazađivanju društva. Odnos medija i društva umnogome određuje i same odnose u društvu, a taj reciprocijet pokazuje da kakvo je društvo, takvi su i mediji i obratno.

Komuniciranje je dio industrije kulture, koja djeluje prema zakonitostima tržišta, jer novine, radio, televizija, knjige, film, društvene mreže i sl. su medijumi za stvaranje doživljaja i osjećanja, te služe nam za percepciju svijeta, ali i rasonodu.

U radu se pitanje etike informisanja ticalo funkcije novinarskih sadržaja i kriterijuma koji su postavljeni ili svojstveni novinarima. Informacija obuhvata istovremeno i sadržaj i formu, kao i njihovo prenošenje i saopštavanje. U tom smislu etika informisanja navodi na sami termin *etika* koji je po Polu Riteru "ono što se smatra ispravnim", a moral smatra "onim što se nameće kao obavezno".

Profesionalni kodeksi i savjeti za štampu trebalo bi da udovoljavaju opštim zahtjevima. Iako postoje mnogobrojni kodeksi, novinarska profesija priznaje izvjestan broj normativnih pricipa koji imaju međunarodni karakter.

Literatura

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

Korni, D. (1999), *Estetska informisanja*, CLIO, Beograd.

Lalić, M. (2006), *Lelajska gora*, Daily Press, Podgorica.

Malović, S. (2004), *Mediji i društvo*, Sveučilišna knjiga, Zagreb.

Marković, M., na: [http://www. google.com](http://www.google.com), *Komercijalizacija štampanih medija*

Mićić, Z. (1998), *Fenomonologija Edmunda Huserla*, Književna zajednica Novog Sada.

Theaker, A. (2017), *Priručnik za odnose s javnošću, T –mobile*

Zečević, M. (2014), *Insrtumentalizacija štampanih medija u Crnoj Gori*, MSS, Podgorica.

INTERPERSONALNA KOMUNIKACIJSKA KOMPETENCIJA

INTERPERSONAL COMMUNICATION COMPETENCE

mr ENITA ČUSTOVIĆ

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu

Apstrakt: Umijeće komuniciranja jedna je od najvažnijih kompetencija 21. stoljeća. Znati kako razmjenjivati tačne, razumljive, potpune i sorsishodne informacije kao i biti uvjerljiv u komunikaciji, postaje činjenica od presudne važnosti. Bilo koje poboljšanje komunikacijskih kompetencija direktno će dovesti do niza pogodnosti u razvoju lične karijere, u razvijanju međusobnih odnosa, u lakšem stjecanju naklonosti i povjerenja, kao i u ličnom životu. Interpersonalna komunikacijska kompetencija podrazumijeva primjerenost i uspješnost ponašanja prilikom ostvarivanja individualnih i relacijskih ciljeva, a uključuje i dvije vrste društvenih vještina: kognitivne i bihevioralne društvene vještine. Nadalje, neizostavna potpora interpersonalnoj komunikacijskoj kompetenciji su i neverbalna komunikacija te ekstralingvistički faktori ili izvanjezička sredstva, o čemu će u radu također biti riječi.

Ključne riječi: Komuniciranje, (interpersonalna) komunikacijska kompetencija, komunikacijsko ponašanje, neverbalna komunikacija, ekstralingvistički faktori

Abstract: The communication skills are one of the most important competences of the 21st century. Knowing how to exchange accurate, comprehensible, complete and useful information as well as being convincing in communication becomes a fact of crucial importance. Any improvement in communication competencies will directly lead to a number of benefits in developing personal careers, developing relationships, gaining affection and trust, as well as in personal life. Interpersonal communication competence implies the appropriateness and success of behavior when attaining individual and relational

goals, and includes two types of social skills: cognitive and behavioral social skills. Furthermore, the inevitable support to interpersonal communication competence are both non-verbal communication and extralinguistic factors, which will also be discussed in the paper.

Key words: Communication, (Interpersonal) Communication Competence, Communication Behavior, Nonverbal Communication, Extralinguistic Factors

1. Uvod

Pitanje kompetencije u (interpersonalnoj) komunikaciji postalo je predmetom interesovanja tek u novije vrijeme, tačnije tokom nekoliko posljednjih desetljeća. Upravo zbog toga, nauka je još uvijek u početnoj fazi postavljanja prave definicije interpersonalne komunikacijske kompetencije, sa dosta neslaganja. Tako Vreg za komunikacijsku kompetenciju kaže da je to „sposobnost govornika, koji je spreman na sporazumijevanje, da razumljivu rečenicu (i gramatički ispravnu) „ukomponuje“ u odnose komunikacijske stvarnosti. Habermasova glavna teza je da svaki komunikativno djelujući subjekt mora vladati univerzalnim zahtjevima za valjanošću, a njih mora prepoznati i njihov komunikacijski partner. Komunikator, dakle, pretpostavlja da slušalac prizna je njegovu izjavu kao istinitu, normativno ispravnu i istinoljubivu (iskrenu)“ (Vreg: 1991: 220). Franc Vreg također navodi Habermasova glavna načela „zahtjeva za valjanošću“ komunikativnog djelovanja, a koja su u vezi sa komunikacijskom kompetencijom: a) zahtjev za razumljivošću, b) zahtjev za *proporcionalnom istinom*, c) zahtjev za *ispravnnošću*, d) zahtjev za *istinoljubivošću (iskrenošću)* (v. Vreg 1991: 220-221). „Habermas upozorava da svaki govorni akt možemo smatrati nevažećim s obzirom na tri aspekta: a) neistinitim s obzirom na datu izjavu, b) neispravnim s obzirom na dati normativni kontekst, c) neistinoljubivim s obzirom na intencije govornika“ (Vreg 1991: 221).

2. Komunikacijska kompetencija

Definicija interpersonalne komunikacijske kompetencije koju postavlja K. K. Reardon, zasad se uzima kao najprihvatljivija, a predstavlja sintezu definicija koje su postavili različiti teoretičari s tog područja. Dakle, „razina interpersonalne komunikacijske kompetencije stupanj je u kojemu su nečija ponašanja primjerena situaciji i tako omogućuju osobi da ostvari svoje individualne i relacijske ciljeve“ (Reardon, 1998: 72). Reardon na taj način, a kako je vidljivo

iz same definicije, kompetenciju određuje kao varijablu, odnosno relativnu veličinu koju svako posjeduje u određenom stepenu. Tako, svaka komunikacija u interakciji sa drugim ljudima može biti obilježena manjom ili većom kompetentnošću, a taj stepen kompetencije, uvjetovan je postojećim sudionicima, odnosima i situacijama. Također, ostvarivanje vlastitih ciljeva uz istovremeno nastojanje da drugi sudionici interakcije barem djelimično ostvare svoje ciljeve, daleko je više kompetentno od isključivog ostvarivanja vlastitih ciljeva uz potpuno zanemarivanje ciljeva drugih sudionika. U interakcijama s ljudima važnije je održati odnos "živim" od kratkoročnog ostvarivanja vlastitih ciljeva. Tako J. M. Wiemann s pravom zaključuje da je kompetentni komunikator „osoba koja postiže što želi, a da pritom održava uzajamno prihvatljive odnose“ (Wiemann 1977: 198), čime, za razliku od definicija koje uključuju samo ostvarivanje individualnog cilja, jednako obuhvata i pojedinca i odnos u kojem se nalazi naspram sudionika u određenoj situaciji. Na taj način (interpersonalna) komunikacijska kompetencija, osim uspješnosti, uključuje i primjerenost, kako to idući korak dalje pretpostavljaju Spitzberg i Cupac (1984). „Da bi se ponašao kompetentno, komunikator mora govoriti ili činiti ono što je primjereno situaciji i ujedno uspješno s obzirom na njegove individualne i relacijske ciljeve“ (Reardon, 1998: 73). Zanimljivo je da ponašanje koje vodi uspjehu, nije istodobno i najprimjerenije. „Primjerenost znači mjeru u kojoj je komunikatorovo ponašanje ispravno u usporedbi s društvenim pravilima koja su relevantna za tu interakciju“, dok se „uspješnost tiče namjere u kojoj komunikatorovo ponašanje pomaže ostvarivanju individualnih i relacijskih ciljeva“ (Reardon 1998: 73).

Komunikacijska kompetencija stvar je kompromisa, traži pronalaženje konstruktivnih rješenja za (istodobno) i primjerenost i uspješnost. Međutim, do zabune u razlikovanju primjerenosti i uspješnosti može doći i zbog kulturnoloških razlika, ali se prepreka u ostvarivanju kompetencije može javiti i na razini sukoba između kompetencije i uspješnosti. Međutim, interpersonalna komunikacijska kompetencija ne može biti shvaćena (samo) kao obilježje ličnosti, jer bi tada istraživanje obuhvatalo popis svih vještina i sposobnosti koje posjeduju uspješni komunikatori, što je s aspekta „situacijske perspektive“ (Reardon 1998: 74) - nemoguće, budući da ne postoji tzv. univerzalno (kompetentno) ponašanje primjenjivo u svim situacijama i prilikama. Umjesto toga, „moraju se proučiti različite vrste situacija i za svaku od njih odrediti ponašanja koja dovode do uspjeha“, kako to, idući korak dalje, postavlja Reardon (1998: 74). Teoretičari koji zastupaju situacijsku perspektivu, smatraju da će

komunikacijska kompetencija (u datoj situaciji) zavisiti i od tipa odnosa među sudionicima. Tako su G. R. Miller, F. Boster, M. Roloff i D. Seibold došli do spoznaje da „komunikatori primjenjuju potpuno drukčije strategije uvjeravanja na osobe s kojima su u trajnim odnosima, nego na osobe za koje smatraju da ih više nikada neće vidjeti.“ (Miller / Boster / Roloff / Seibold 1977: 37-51)

Sumirajući sve navedeno, može se konstatovati da je komunikacijska kompetencija veoma kompleksan pojam i sadržava: *komunikacijsku djelotvornost* (uspješnost u komunikaciji), *usmjerenost na druge* (razvijanje grupa i veza), *dekodiranje i enkodiranje poruka* (uspješnost tumačenja verbalnih i neverbalnih poruka), *ekspresivnost* (uspješnost izražavanja i prikupljanje kredibiliteta), potom *socijalnu opuštenost* (smirenost i opuštenost pri javnim govorima) i *namjerenost* (uspješna upotreba strategija za postizanje zadatog cilja). Komunikacijska kompetencija predstavlja jedinstvo jezičke, društvene, kulturne i strateške kompetencije; ona je spoj jezičkih vještina i društvene interakcije.

3. Komunikacijsko ponašanje

Ne postoji neko općeprihvaćeno kompetentno komunikacijsko ponašanje, nego je situacija ta koja zahtijeva ili nameće određeno ponašanje, kao što to traži i odnos među osobama koje komuniciraju. Interpersonalna komunikacijska kompetencija obuhvata i tri vrste ponašanja: *spontana ponašanja* koja su obilježena odsutnošću svjesnog planiranja ili vođenja i predstavljaju emocionalne reakcije na događaje, predmete i ljude; zatim *uvježbana ili skriptirana ponašanja*, koja se temelje na promišljanju i vođenju koje se događa u razdoblju učenja ponašanja te nakon toga nastupa automatizacija, pa više nema potrebe za promišljanjem i vođenjem, te *planirana ponašanja* koja su uvijek svjesno promišljena i vođena i predstavljaju komunikacijski čin na najvišem stupnju svjesnosti.¹ (v. Reardon 1998: 75)

Komunikacijska kompetencija uključuje i dvije vrste društvenih vještina: *kognitivne i bihevioralne* društvene vještine. *Kognitivne vještine* pomažu u otkrivanju načina uspješnog ostvarivanja individualnih i relacijskih ciljeva, no relevantnost svake kognitivne vještine ovisi o situaciji u kojoj se određena vještina primjenjuje. 1) K. Reardon konstatuje da je *empatija* jedna od najistaknutijih kognitivnih vještina, a odnosi se na senzibilitet mišljenja i osjećaja drugih

¹ Može se konstatovati da podjela komunikacijskog ponašanja podsjeća na nivoe neverbalne komunikacije (svjesna, nesvjesna i manipulativna), o kojima govori i M. Marković u *Poslovnoj komunikaciji*. (v. Marković 2003: 57-60)

osoba. Izrazito je bitna za uspješnu interpersonalnu komunikaciju budući da je nužno shvatiti stajališta i pozicije drugih, ukoliko se želi ostvariti uspješna komunikaciju s njima. Iako empatija nije nužna u svim oblicima i vrstama interpersonalne komunikacije, ona u svakoj situaciji može doprinijeti poboljšanju kompetencije. To je način na koji komunikator može prikupiti informacije o drugim ljudima, koje će zatim koristiti u izboru riječi i strategije, te stila prezentacije.² 2) *Zauzimanje društvenih perspektiva*, kao kognitivna vještina, predstavlja sposobnost zaključivanja o mogućnostima koje imaju druge osobe. Stepen do kojeg se razumije način na koji druge osobe vide svoj položaj i svoje mogućnosti u izboru ponašanja, ujedno je i stepen do kojeg se mogu predvidjeti njihovi buduće potezi, pa, prema tome, i reagirati na primjeren i uspješan način. 3) *Kognitivna kompleksnost*, kao sljedeća vještina, u tijesnoj je vezi sa zauzimanjem društvenih perspektiva, a podrazumijeva broj i vrste pojmova i shema kojima određena osoba raspolaže u svrhu interpretacije različitih aspekata svoje okoline. Važnost kognitivne kompleksnosti u komunikacijskoj kompetenciji očituje se u tome što kognitivno kompleksne osobe mogu prosuđivati ljude i situacije s većeg broja stajališta, te tako prilagoditi komunikacijsko ponašanje specifičnostima sudionika i situacija. 4) *Vještina osjetljivosti za standarde odnosa* podrazumijeva duboku svjesnost komunikatora o očekivanjima drugih ljudi, pa tako i prilagodbu ponašanja prema tim očekivanjima. 5) Također, jedna od bitnih kognitivnih vještina je i *poznavanje situacije* koja se upotrebljava za određivanje primjerenih pravila prema kojima se u toj situaciji sudionici trebaju ponašati (upor. Reardon 1998: 76-83).

Bihevioralne vještine omogućavaju ostvarivanje individualnih i relacijskih ciljeva i obično se definiraju u smislu tjelesnog ponašanja tijekom interakcije. Ne mogu se u potpunosti odvojiti od kognitivnih vještina budući da je mišljenje neodvojiv dio djelovanja. 1) *Vještina uključenosti u interakciju* podrazumijeva mjeru u kojoj osoba participira u razgovoru. Izrazito uključeni ljudi imaju sposobnost istodobnog usmjeravanja svijesti prema sebi, drugima i temi razgovora, pa ih drugi stoga vide kao kompetentne interpersonalne komunikatore, dok slabije uključeni ljudi, zapravo ostaju psihološki vrlo udaljeni od razgovora, pa se smatraju manje kompetentnima u interakciji s drugima. 2)

² Treba voditi računa o izboru riječi, jer "bilo bi netačno smatrati da se reč javlja samo kao "eti-keta" koja označava pojedini predmet, radnju ili osobinu. Ustvari, smisaona (semantička) struktura reči mnogo je složenija, a istraživanje prave smisaone strukture reči, kako se to više puta tvrdilo u lingvistici, zahteva mnogo širi prilaz" (Lurija 2000: 41).

Upravljanje interakcijom je vještina koja je tijesno povezana s prethodnom vještinom – osim što mora biti uključen u interakciju, komunikator mora znati i kako njome upravljati u svrhu ostvarivanja vlastitih ciljeva. Ova se vještina stječe još u najranijem djetinjstvu, u vrijeme kada se uče pravila uspješne interakcije. 3) *Vještina fleksibilnosti ponašanja* predstavlja mjeru u kojoj komunikator tokom interakcije poznaje i primjenjuje alternativna ponašanja radi ostvarenja istog cilja. Reardon smatra da ljudi očekuju kako će drugi ljudi u interakciji slijediti pretpostavljena zajednička pravila konverzacije, pa kada se neko od tih pravila prekrši, onda dolazi do nepredvidivosti konverzacije što se naziva *konverzacijskim otklonom ili konverzacijskom devijacijom*.

Interpersonalna komunikacijska kompetencija zahtijeva sposobnost ovladavanja konverzacijskim devijacijama, a da pritom ne dođe do ugrožavanja odnosa. Stoga komunikatori moraju biti fleksibilni i služiti se alternativnim načinima, kako bi premostili konverzacijske devijacije i ostvarili vlastite ciljeve. 4) *Slušanje* je izrazito važna bihevioralna vještina i značajno povećava komunikacijsku kompetenciju. Nisu svi ljudi jednako dobri slušaoci, odnosno slušati ne znači istovremeno i čuti, kao što ni gledati ne znači vidjeti, ali svako može vježbom poboljšati svoje sposobnosti slušanja. Potrebno je uložiti svjesni napor da se sagovornik ne prekida ili da misli ne odlutaju dok neko govori. Upravo je taj napor faktor koji je u pozitivnom i bliskom suodnosu s uspjehom u komunikaciji i uvjeravanju. 5) *Društveni stil*, kao bihevioralna vještina, označava način komuniciranja, a ne sadržaj. Svaka osoba ima razvijen vlastiti stil komunikacije koji koristi dovoljno često da bi se taj stil mogao povezati s njegovom ličnošću. Znanstvenici koji se bave komunikacijom razlikuju dvije vrste stila: *uobičajeni obrazac reagiranja neke osobe i način predstavljanja poruke*. Obje su vrste značajne za komunikacijsku kompetenciju, jer će stil koji se primjenjuje u nekoj interakciji utjecati na ishod te interakcije, kao što i tipičan stil neke osobe izrazito utječe na ishode svih interakcija te osobe. 6) Posljednja u nizu bihevioralnih vještina koja utječe na interpersonalnu komunikacijsku kompetenciju je *strah od komunikacije*. Neki ljudi se, zbog različitih razloga, jednostavno boje komunicirati, pa taj strah utječe na njihovo ponašanje tokom komunikacije (upor. Reardon 1998: 83-90).

Prema istraživanju koje su proveli J. C. McCroskey, J. Daly i G. Sorenson, „ljudi koji se boje komunicirati osjećaju da nemaju kontrolu nad okolinom i nemaju samopouzdanja.“ (v. McCroskey / Daly / Sorenson 1976: 376-380). Svaka se osoba ponekad osjeća nesigurno i nervozno tokom komunikacije, ali

ako je takav strah veoma izražen i stalno prisutan, onda će sigurno imati negativan utjecaj na komunikacijsku kompetenciju.

Interpersonalna komunikacijska kompetencija može se mijenjati od situacije do situacije, ovisno o kompetenciji komunikatorova sugovornika. Komunikacija je nešto što se radi sa ljudima, a ne prema njima, pa stepen kompetencije jednog komunikatora mora biti pod utjecajem ponašanja drugog. Iz navedenog se može zaključiti da je komunikacijsku kompetenciju daleko lakše ostvariti kada drugi pri tome surađuju. No, kompetencija u interpersonalnoj komunikaciji nije samo pitanje vještine, nego je i *situacijsko i relacijsko pitanje*. Osim toga, često je i stvar kompromisa. Kompetencija je, dakle, posebna za svaki odnos i za svaku situaciju te nije osobina s kojom se ljudi rađaju, nego vještina koja se može razviti i poboljšati. Primjerenost i uspješnost za situaciju ili odnos, kriteriji su po kojima se može odrediti razina kompetentnosti neke osobe, no komunikacijska kompetencija nije jedina kompetencija kojom učesnici javne komunikacije moraju ovladati. Naime, govoreći o glasnogovorništvu, Marko Sapunar u knjizi *Teorijski aspekti novinarstva* analizom strukture i funkcije glasnogovorničkog zanimanja utvrdio je tri kompetencije: *informacijska* (sposobnost da se pravilnom selekcijom javnosti prezentiraju samo bitne informacije, vodeći računa o načelu istinitosti informacija), *komunikacijska* (sposobnost jasnog i nedvosmislenog prenošenja informacija u pravom obliku, optimalizacija "prometne vrijednosti informacija") i *etička kompetencija* (u njoj je sadržana svrha cijelog djelovanja u smislu unapređenja kvalitete života, zasniiva se na povjerenju; etičku kompetenciju je veoma teško vratiti, ako se jednom izgubi) (v. Sapunar 2001: 42).

Na osnovu navedenoga, može se konstatovati da ljudi često djeluju, a da pritom nisu promislili o posljedicama svojih akcija. U svojim su interakcijama više ili manje kompetentni, a ne apsolutno kompetentni ili apsolutno nekompetentni, odnosno, neki ljudi pokazuju zavidan nivo komunikacijskih kompetencija, drugi se „snalaze“, dok treći jedva da bi izvukli prolaznu ocjenu.

4. Umijeće neverbalnog komuniciranja

Biti komunikacijski kompetentan, ne znači (samo) znati pravilno govoriti, biti dobar retoričar, poznavati gramatiku, već uz sve navedeno znati se ponašati u različitim situacijama, te biti uspješan i u neverbalnoj komunikaciji. Neverbalna komunikacija u velikoj mjeri definira imidž, a govorniku koji se vješto snalazi u neverbalnim aspektima komunikacije omogućava kontroliranje neverbalne poruke i time navodi publiku da poruku dekodira na način na koji

on to želi. Neverbalna komunikacija, najprostije, „može se definisati kao prenošenje informacija kroz izravni kontakt, svim sredstvima koja nisu verbalna: izrazi lica (gestikulacija, mimika), pokreti ekstremiteta (ukrštanje ruku ili nogu, češanje oka, nosa itd.), promene na telu koje nastaju usled emocionalnih reakcija ili nekih spoljnih faktora (crvenilo u licu, širenje zenica, itd.), položaj tela u odgovarajućoj situaciji (telo nagnuto napred ili nazad pri sedenju, itd.)“ (Vasković / Kršić 2009: 150). Kako dalje navode Vasković i Kršić, „dokazano je da svi ljudi koriste „govor tela“, koji dobar poznavalac njegove simbolike može da pročita. Međutim, izgleda da ljudi i bez poznavanja psihologije odlično poznaju „govor tela“, jer je on stariji od bilo kog drugog jezika. Američki psiholog Albert Mehrabian došao je krajem 1960-ih do otkrića, da kada ljudi iskazuju i prenose svoja osjećanja, koriste ukupno: a) 55% „govor tela“, b) 38% ton govora i c) 7% reči (što znači da se čak 93% komunikacije zasniva na neverbalnom prenošenju informacija)“ (Vasković / Kršić 2009: 151-152).

Vješto interpersonalno komuniciranje i tehnike raspoznavanja neverbalne komunikacije ne služe samo u svrhu raskrinkavanja onoga što se može pročitati "između redova" već i za stvaranje neverbalnog konteksta, i formiranje odnosa između govornika i publike. Govornik mora biti prilagođen publici (vokabularom) i situaciji. Također, on i svojim neverbalnim ponašanjem treba biti u skladu sa publikom i situacijom, te joj treba prilagoditi i svoje neverbalno i izvanjezičko ponašanje – odjeću, geste, ton glasa, facijalnu ekspresiju itd. Neverbalna komunikacija može uveliko utjecati na verbalnu komunikaciju, osobito na upravljanje verbalnom komunikacijom, kao što je slučaj u javnim nastupima. Vješt govornik moći će prepoznati sve prednosti i nedostatke neverbalne komunikacije i vremenom je naučiti upotrebljavati u vlastitu korist. U vezi sa korelacijom verbalnog i neverbalnog koda, Šipka ističe „kako se komunikacija može ostvarivati tako da a) neverbalna sredstva komunikacije prate i pojačavaju verbalni iskaz (kad npr. gest i mimika prate govor), b) da neverbalna sredstva čine sama po sebi autonoman sistem znakova za sporazumijevanje, zaseban kod, što je takođe svojevrsan „jezik“ (takav je npr. gestovni jezik kojim se sporazumijevaju gluhoonijemi, ili sistem znakova za sporazumijevanje pomoću zastavica u pomorskom saobraćaju i sl.) i c) kombinovana upotreba verbalnih i neverbalnih sredstava za sporazumijevanje u naizmjeničnoj komunikaciji (npr. u slučaju kad govornik govori, što je primjena verbalnog koda, a slušaoci mu odgovaraju aplauzom – u znak odobravanja, ili zviždanjem – u znak negodovanja, gdje se u oba slučaja radi o elementima

neverbalnog koda, tj. o slanju poruka pomoću neverbalnih sredstava)“ (Šipka 2005: 25-26).

Nadalje, u vezi sa vještinom neverbalne komunikacije, može se govoriti o tri nivoa ponašanja - svjesnoj, nesvjesnoj i manipulativnoj neverbalnoj komunikaciji. „Svesna neverbalna komunikacija predstavlja svesno i kontrolirano kretanje u odnosu na: sagovornika, verbalni tok i određeni prostor. Ovaj vid komuniciranja ne znači uvežbavanje pokreta do savršenstva, iako se ponekad primenjuju veštine uvežbavanja pokreta da bi se koristile prilikom složenih pregovora. (...) Pored ovih pokreta koji se čine svesno, *voljno*, ali i pod uticajem nervnog impulsa (disanje, formiranje glasa) javljaju se i ponavljaju i oni drugi, manje poželjni, nesvesni pokreti ili prisilne kretnje, prateći pokreti koji često nevoljno „učestvuju“ u komunikaciji. Mrštenje, oblizivanje, gutanje pljuvačke, podizanje obrva, micanje, trzanje usana – pokreti su koji se čine nesvesno, mimo volje i odluke. Izrazito negativnu pojavu predstavljaju tzv. tikovi – neprijatni, sitni, učestali, nevoljni pokreti. (...) Manipulativna neverbalna komunikacija se sa namerom uvežbava do savršenstva da bi se prezentovala određena shema ponašanja koja treba da deluje prirodno i opuštено. Ovakvo ponašanje često pruža sagovorniku ili pregovaračima, u složenom procesu pregovaranja, pogrešnu sliku, namernu dezinformaciju i ostavlja željeni, planirani utisak, zarad postizanja određenih ciljeva“ (Marković 2003: 57-59).

Kao što se može zaključiti, izbor sredstava neverbalne komunikacije zavisi od mnogih faktora – prostora, okoline, povoda (javnog) nastupa, raspoloživog vremena, broja sagovornika ili slušalaca. Vješt komunikator, naročito politički, morat će ovladati vještinom neverbalne komunikacije, što prije svega podrazumijeva pažljiv odabir pokreta, gestova, poza i njihovo usklađivanje sa govornim činom.

5. Izvanjezički faktori kao važna potpora vješтини komuniciranja

Ekstralingvistički faktori ili izvanjezička sredstva predstavljaju veoma važnu potporu vješтини komuniciranja. Iako za komunikaciju nisu najvažniji, ekstralingvistički faktori mogu znatno doprinijeti kvaliteti komunikacije, a javni nastup učiniti uspješnim. „Lična osobenost svakog pojedinca dolazi do izražaja u sopstvenim gestima, govoru, oblačenju, navikama trošenja slobodnog vremena, naročito ondje gdje može da raspolaže većom slobodom svog društvenog ispoljavanja“ (Nuhanović 1998: 157). S druge strane, ukoliko je odabir izvanjezičkih sredstava pogrešan ili neusklađen sa prilikom, on će obezvrijediti ili potpuno upropastiti ma koliko dobro osmišljen javni nastup.

Dakle, ekstralingvistički faktori ili izvanjezička sredstva predstavljaju dodatak, dopunu verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji, odnosno sve one fine-se u odijevanju i ponašanju koji odaju čovjeka - od izbora odjeće, obuće, nakita, detalja i dodataka, šminke i frizure do načina dolaska do govornice i ponašanja za govornicom. Ovi faktori u potpunosti odslikavaju i odaju ličnost, govore i o manirima, odgoju i bontonu osobe, odnosno, njegovoj cjelokupnoj kulturi komuniciranja i imidža. Neprimjereno ponašanje ili odijevanje prilikom javnog nastupa ili istupa, tumačit će se ne samo neadekvatnom pripremljenošću ili neznanjem, nego i nekulturom. „Na osnovu poznavanja stila pojedinca moguće je predvidjeti njegovo ponašanje u komunikaciji. Stil se odnosi na cjelokupno ponašanje čovjeka. U poznatoj francuskoj izreci „*stil je sam čovjek*“, sadržana je suština i komunikacijska vrijednost ovog, složenog, neverbalnog znaka“ (Dizdarević 1997: 88).³

Kako je istaknuto, lični imidž je važan dio komunikacije, stoga bi svaki komunikator itekako trebao voditi računa o ekstralingvističkim faktorima, a prije samog javnog nastupa sebe upitati šta želi postići, kakav utisak želi ostaviti – i tome prilagoditi svoj cjelokupni izgled i ponašanje. Brojni su elementi koji u to trebaju biti uključeni:

1. Odijevanje i vanjština – opća urednost i njegovanost, prepoznatljivost stila. Govoreći o poslovnom bontonu, Marković ističe važnost odijevanja, navodeći da „dobar ukus u odevanju znači pravilan izbor odeće, obuće, nakita i drugih garderobnih i ukrasnih detalja za svaku priliku, doba dana i okruženje. Šta se može smatrati profesionalnom odećom? Može se govoriti o uniformi, ali i o slobodnoj varijanti odevanja, u zavisnosti od vrste zanimanja. Bez obzira na posao koji se obavlja, kada nije obeležen uniformom, najprikladniji je klasičan tip odevanja. On se ogleda u kroju i boji, vrsti i izboru materijala, obući, tašnama, kravatama i ukrasima“ (Marković 2003: 187). Pritom, „vreme koje se potroši na pripreme, na osmišljavanje sopstvenog stila u odevanju, izgledu, frizuri, šminkanju, nikako nije izgubljeno vreme. Naprotiv, to je najbolja investicija za budućnost, jer je prvi utisak često veoma važan. Ne treba

³ Naprimjer, neprikladno odijevanje nekog političara neće samo značiti da je političar neuk, priprost ili neupućen, nego i drzak, budući da će ovakvo ponašanje nerijetko (i potpuno) izaći iz okvira svog osnovnog značenja, dobivajući konotativnu dimenziju – svjesno / namjerno ponašanje s ciljem da se cijeli događaj / prilika obezvrijedi, a sagovornik ili auditorijum uvrijede i omalovaže (po principu „sve mi je ovo veoma nebitno – nisam našao/la za shodno ni da se prikladno obučem“).

biti ni običan, već pronaći jednostavan detalj u kombinaciji sa nekim odevnim predmetom. Nastup, odevanje, imidž treba da izdvoje pojedinca iz mase. Ne treba zaboraviti – i odećom se uspostavlja dobra komunikacija“ (Marković 2003: 193).

2. Imidž čini i vremensko ponašanje, odnos prema svom i tuđem vremenu, osjećaj za tzv. tajming (pravo vrijeme za prave stvari), jer „postupci ljudi su često od većeg značaja no njihove reči. (...) Zakašnjenja se mogu podeliti na ona posle kojih se „nešto progundā“, na ona posle kojih se kaže neka reč izvinjenja, na donekle uvredljiva, koja iziskuju izvinjenje, na neučtiva u pravom smislu i na skroz uvredljiva“ (Hol 1976: 12).

3. Dodirivanje, tapšanje, društveni poljubac, rukovanje – tzv. kontakt treće vrste.

4. Prostorno ponašanje pri stajanju i sjedenju koje podrazumijeva korišćenje svog, tuđeg i javnog prostora, te poštivanje prostornih zona (intimne, lične, društvene, javne), zatim tjelesni stav u hodanju i usmjerenost tijela prema sagovorniku, način dolaska do govornice, ponašanje za govornicom.

5. Bonton u najširem smislu, kao „skup pravila za ponašanje u društvu; znači i učtivo, pristojno, uljudno vladanje“ (Marković 2003: 169), odnosno maniri – „ustanovljeni standardi (kodeks) u ponašanju koje jedna zajednica (ili većina) dobrovoljno prihvata, uči, ali i kreira“ (Marković 2003: 173).

Iako za cjelokupnu komunikaciju veoma bitni, ekstralingvistički faktori ili izvanjezička sredstva, još uvijek nisu dovoljno istraženi. Gotovo da nema literature koja se bavi ekstralingvističkim faktorima zasebno – uglavnom se izučavaju unutar neverbalne komunikacije, pretpostavljajući tako da su uvijek u vrijednosti znaka (u funkciji signala, naprimjer), što u ozbiljnijoj analizi i definiranju složenosti komunikacijskog ponašanja, odnosno interpersonalne komunikacijske kompetencije, ne bi trebao biti slučaj.

Također, ekstralingvistički faktori su „teško uhvatljivi“, za (pisanu) analizu i ocjenu veoma nezahvalni, upravo zbog nemogućnosti da se prepoznaju, a potom i adekvatno dekodiraju (dileme: imaju li vrijednost (neverbalnog) znaka, nose li određenu poruku ili su u potpunosti izvanjezički i da li lijepo istovremeno znači prikladno), no zasigurno će u vrednovanju ovih faktora od velike pomoći biti traženje neke srednje vrijednosti.

6. Zaključak

U pokušaju da se definira komunikacijska kompetencija, moguće je konstatovati, a to uočavaju i Bagarić i Mihajević Djigunović „kako se pojam

komunikacijske kompetencije od trenutka njegovog uvođenja u lingvistički diskurs mijenjao i prilagođavao kontekstu njegove uporabe, tako su se predlagali i/ili koristili drugi termini umjesto termina komunikacijske kompetencije, naprimjer izrazi „jezično umijeće“, „komunikacijsko umijeće“ i „komunikacijska jezična sposobnost“. Međutim, pojmovi koji se kriju iza tih izraza su, kao što je vidljivo iz prvoga poglavlja ovoga rada, istoznačni ili vrlo bliskoznačni pojmu komunikacijske kompetencije“ (Bagarić / Mihaljević Djigunović 2007: 91), stoga se tumačenjem nekih od navedenih sintagmi djelimično ili potpuno tumači komunikacijska kompetencija.

Biti kompetentan korisnik jezika u komunikaciji, kako je to uočeno, ne znači samo posjedovati znanje o jeziku nego i sposobnost i vještinu za aktiviranje tog znanja u komunikacijskom činu. Podizanjem nivoa svijesti o ovoj izuzetno važnoj pojavi, doprinosi se primjerenosti i uspješnosti ponašanja, kao segmentima komunikacijske kompetencije. Sposobnost komuniciranja na način koji je upravo primjeren, dosljedan i uspješan u okviru postojećih odnosa i postojeće situacije, garant je ostvarivanja unaprijed postavljenih ciljeva.

Literatura

Bagarić, V. i Mihaljević Djigunović, J. (2007): Definiranje komunikacijske kompetencije, Metodika, Vol. 8, br.1, Učiteljski fakultet, Zagreb (84-93).

Dizdarević, Ismet (1997): Psihologija masovnih komunikacija, Mediji, modeli, mjerenje, Humanitarno udruženje građana Žena 21, Sarajevo.

Hol, Edvard (1976): Nemi jezik, Beogradski izdavačko-grafički zavod, Beograd.

Lurija, Aleksandar R. (2000): Jezik i svest, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd.

Marković, Marina (2003): Poslovna komunikacija, Clio, Beograd.

McCroskey, J. C. / Daly, J. / Sorenson, G. (1976): Personality correlates of communication apprehension: A research note. *Human Communication Research* 2 (376-380).

Miller, G. R. / Boster, F. / Roloff, M. / Seibold D. (1977): Compliance-Gaining Message Strategies. A Typology and Some Findings Concerning Effects of Situational Differences', *Communication Monographs* 44 (37-55).

Nuhanović, Asad (1998): Fenomen javnosti, Promocult, Sarajevo.

Reardon, K. K. (1998): Interpersonalna komunikacija - gdje se misli susreću, Alinea, Zagreb.

Sapunar, Marko (2001): Teorijski aspekti novinarstva, ITG, Zagreb.

Šipka, Milan (2005): *Kultura govora*, Institut za jezik u Sarajevu, Sarajevo.

Vasković, Vojkan / Kršić, Dario (2009): *Diplomatija i pregovaranje u informacionom društvu*, Prometej, Beograd.

Vreg, France (1991): *Demokratsko komuniciranje*, NUB BiH, Sarajevo.

Wiemann, J. M. (1977): *Explication and test of a model of communicative competence*, *Human Communication Research*, 3 (195-213).

**VIJESTI O MIGRANTIMA U SLUŽBI POPULIZMA I
POLITIČKE MANIPULACIJE****MEDIA REPORTS ABOUT MIGRANTS IN THE SERVICE OF
POPULISM AND POLITICAL MANIPULATION**

MLADEN OBRENOVIĆ, MA

Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Sarajevu

***Apstrakt:** Nakon Makedonije, Srbije i Hrvatske veliki broj izbjeglica i migranata stigao je prošle godine, na putu prema Zapadu, i u Bosnu i Hercegovinu. Izvještavajući od prvog dana o ljudima s Bliskog i Srednjeg istoka te sjevera Afrike koji su na putu prema boljoj budućnosti u nekoj od država Europske unije privremeno boravili u Bosni i Hercegovini, mediji su često širili glasine, neproverene informacije, laži u vijestima, a prenosili su i izjave političara koji su povremeno pokazivali ksenofobiju i netrpeljivost prema drugima i drugačijim. Naravno, to su bili samo rijetki izuzeci. Priliku su vješto iskoristili političari, prije svega u Bosni i Hercegovini, a posljedično i u Hrvatskoj, te su migrantsku situaciju (zlo)upotrijebili za međustranačke obračune, predizbornu kampanju i slanje poruka građanima, odnosno biračima. S druge strane, bilo je i političara koji su konkretno, jasno i precizno komunicirali probleme migranata. Za potrebe ovog rada studijom slučaja migrantske situacije koja se dogodila u Bosni i Hercegovini te Hrvatskoj bit će provedena analiza sadržaja najčitanijih portala u te dvije države – Klix.ba i 24sata.hr – tokom 2018. godine kako bi se utvrdilo koliko su nesreću migranata, odnosno izbjeglica u svrhu manipulacije i populizma koristili političari.*

***Ključne riječi:** Migranti, izbjeglice, politička manipulacija, populizam, fake news, društvene mreže*

***Abstract:** After Macedonia, Serbia and Croatia, many refugees and migrant, during their quest toward West, came in Bosnia and Herze-*

govina. In reports since day 1 about people from Middle East and Northern Africa, media outlets often were spreading rumors, unverified information, lies in news, as well as statements from politicians that sometimes were filled with xenophobia and bigotry. However, those were rare exemptions. Politicians in Bosna, and by consequence in Croatia, used this situation and abused stories about migrants for fights between parties, electoral campaigns and sending messages to citizens-electors. On other hand, there were politicians that talked about migrants problems clearly and precisely. In this study about migrants situation in Bosnia and Croatia, we will analyze content of leading news portals from those countries (Klix.ba and 24sata.hr) during 2018. so we could establish in which scale politicians used misery of migrants for manipulation and populism.

Key words: *Migrants, Refugees, Political Manipulation, Populism, Fake News, Social networks*

1. Uvod

Iako imaju svježja i traumatična sjećanja na progone stanovništva, etničko čišćenje i izbjegličke kolone iz ratova '90-ih, čini se da se države koje su nastale raspadom Jugoslavije nisu najbolje snašle u situaciji koja im je 2015. godine s Bliskog istoka, potom i Srednjeg istoka te sjevera Afrike donijela veliki broj izbjeglica i migranata koji su krenuli prema Europi prolazeći tzv. balkanskom rutom – preko Makedonije, Srbije i Hrvatske – dalje na Zapad¹. Neophodno je bilo izvjesno vrijeme da državne vlasti slijede primjer građana i nevladinih organizacija, domaćih i stranih, koje su pokazale humano lice i pomogle velikom broju izbjeglica, uglavnom Sirijaca, Iračana i Afganistana, na putu u bolju budućnost. Tri godine kasnije, promijenila se ruta, ali se promijenila i nacionalna struktura te status ljudi koji mjesecima, ponajviše pješice, prelaze stotine kilometara. Dok je u prvom slučaju bila riječ o izbjeglicama, dakle ljudima koji su bježali od ratova i progona, u drugom slučaju se radilo o

¹ EUROSTAT je objavio da je tokom 2015. godine u Europu stiglo 1.321.560 migranata, uglavnom iz ratom zahvaćenih Sirije, Afganistana i Iraka (Usp. Research Gate: Mušić, Safet i Agović, Anesa Agović (2018). Securitization of migrant crisis on the Western Balkan route, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa https://www.researchgate.net/publication/325973193_Securitization_of_migrant_crisis_on_the_Western_Balkan_route).

migrantima, ljudima koji su na Zapad krenuli iz ekonomskih razloga i u potrazi za boljom egzistencijom². Ovoga puta stizali su i u Bosnu i Hercegovinu te potom nastavljali prema Hrvatskoj³.

Migrantska situacija⁴ stvorila je u Bosni i Hercegovini brojne probleme, prije svega političke prirode jer su oni koji obnašaju vlast – od lokalne do najviše državne razine – u nedostatku rješenja stvarali dodatne probleme, optužujući i prozivajući jedni druge. Pri tome su koristili i medije, a budući da je

² Prema UNHCR-u, „izbjeglice su osobe koje bježe od oružanog sukoba ili progona ... nalaze u situaciji koja je često tako opasna i nepodnošljiva da prelaze nacionalne granice kako bi potražili sigurnost i tako postali međunarodno priznati kao 'izbjeglice' ... upravo zato što je za njih previše opasno da se vrate kući, pa trebaju utočište negdje drugdje. To su ljudi za koje uskraćivanje azila ima potencijalno smrtonosne posljedice“.

Pod pojmom migranta UNHCR podrazumijeva osobe koje se na napuštanje domovine ne odluče „zbog izravne prijetnje progona ili smrti, već uglavnom radi poboljšanja života pronalaženjem posla ili u nekim slučajevima radi obrazovanja, spajanja obitelji ili drugih razloga“ (UNHCR: Edwards, Adrian (2016). UNHCR viewpoint: 'Refugee' or 'migrant' – Which is right?, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://www.unhcr.org/news/latest/2016/7/55df0e556/unhcr-viewpoint-refugee-migrant-right.html>).

³ Vijeće ministara BiH službeno je potvrdilo da su tokom prošle godine prijavljena 23.902 nezakonita migranta na teritoriju BiH, namjeru da zatraži azil je iskazalo 22.499 osoba, dok je njih 1.567 podnijelo zahtjev za azil. Najveći broj migranata je iz Pakistana, Irana, Sirije, Afganistana i Iraka (Vijeće ministara BiH: Održana 164. sjednica Vijeća ministara BiH, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine sa http://www.vijeceministara.gov.ba/saopstenja/sjednice/saopstenja_sa_sjednica/default.aspx?id=29840&langTag=hr-HR).

⁴ Stručnjak za sigurnost Safet Mušić upozorava na medijsko-populističku terminologiju koja koristi termin „migrantska kriza“, te umjesto toga predlaže termin „migrantska situacija“ jer se „ni po čemu to stanje ne može nazvati krizom“. „Kada se govori o pojmu kriza, podrazumijeva se da je to uopšteni i neutralan pojam koji označava sistemski poremećaj i hitan slučaj da može opravdati zakonske ili političke mjere i promjene“, objašnjava Mušić. Termin „migrantska kriza“ je nastao 2015. godine, navodi, kada je veliki broj migranata u kratkom periodu stigao u Europu. „Formalno-pravni razlog pojave termina 'migrantska kriza' je bio nepoštivanje prethodno uspostavljenih politika prijema i registracije migranata na nivou EU. Drugi razlog, koji je u stvari i doveo do masovne i dinamične medijske upotrebe termina 'migrantska kriza' je direktna povezanost sa populističkim političarima, odnosno sa liderima desničarskih stranaka“, ukazuje. Prema njegovim riječima, „rješenja koja su ponudili desničarski populistički političari nisu uopšte sadržavali socijalne i psihološke pretpostavke, niti neke sofisticirane metode, već su korištene metode koje su karakteristične kao srednjovjekovna ratna doktrina, zatvaranje granica zidovima i fortifikacijskim preprekama, a na kraju i žicom“... „Kada su uredno evidentirane i kontrolisane, migracije ne predstavljaju izazov za desničarske populiste niti njihovu javnost. Zato planski stvaraju sliku da je situacija poremećena i van kontrole, što izaziva strah i neizvjesnost, te rezultira podrškom glasača i opstankom na vlasti kao krajnjim ciljem ove populističke strategije“, navodi. (Safet Mušić, e-mail poruka autoru, 30. 1. 2019.)

2018. bila izborna godina međusobno optuživanje dobro je poslužilo i u predizbornoj kampanji. Koristila su se sva raspoloživa oružja, naravno verbalna, a sve u svrhu podmetanja protivniku, manipulativnog i populističkog nastupa prema biračima.

S druge strane granice, u Hrvatskoj, vladajući su nastojali svim silama ispuniti zadatak koji im je povjerila Europska unija – ne pustiti niti jednog migranta preko granice. I pri tome su, također putem medija, komunicirali s javnošću, ali i razmjenjivali optužbe s nevladinim humanitarnim organizacijama koje su ih prozivali za nehuman odnos prema migrantima. Dio opozicijskih političara iskoristio je priliku za napade na vladajuće, a oni najneodgovorniji za objavu glasina, pa i očitih laži na račun migranata koji su uznemirili hrvatsku javnost. Poučeni iskustvima iz događanja 2015. godine, novinari su tri godine kasnije pokazali punu odgovornost, no u borbi za čitanost, slušnost, gledanost i oni su imali propusta.

2. Ciljevi, teorijski i metodološki okvir

Manipulativne tehnike nisu ništa novo u djelovanju političara, pa ih u svom obraćanju građanima na području Balkana koriste i lokalne političke snage. „Putevi očajnika“, termin koji za opis situacije u kojoj se našao veliki broj ljudi koristi UNHCR⁵, samo su postali plodno tlo za nove oblike manipulacije, ali i populističkog djelovanja⁶.

Dok Šušnjić navodi kako manipulator ima namjeru da „utiče na uverenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, tako da bi se oni u stvarima o kojima ne postoji opšta saglasnost, a za koje su životno zainteresovani, usmerili prema ubedenju, stavovima i vrednostima manipulatora, a da toga nisu svesni“ (2008: 41), Tanta konstatira, govoreći o manipulaciji u međuljudskim odnosima, kako je taj pojam danas „opterećen negativnim slojevima značenja i njome se obično označavaju odnosi među ljudima, pri kojima se nastoji ostvariti osobni ili skupni interes, npr. kada političari manipuliraju glasačima“ (2007: 22).

⁵ Usp. UNHCR (2019). *Desperate Journeys report*, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://www.unhcr.org/media-page-desperate-journeys-report-january-2019>

⁶ „Populistička doktrina poremećaje u sistemu svjesno predstavlja kao krize, uz plansko korištenje medija koji svojim djelovanjem svjesno produbljuju i povećavaju trajanje određenih društvenih poremećaja, kao što je slučaj sa migrantskom situacijom“ (Mušić, nav. mj.)

Prema *Leksikonu radija i televizije*, manipulacija predstavlja „upravljanje ljudskim ponašanjem u određene svrhe; također smišljeno varanje javnosti, podvaljivanje lažnih informacija i stvaranje krive slike ili mišljenja o pitanjima šire važnosti ... Posebno je opasna medijska manipulacija, odnosno manipulacija sredstvima javnog informiranja, jer političkim, društvenim i financijskim elitama omogućuje da podređivanjem medija nameću svoje uske političke i ekonomske interese i promiču grupna stajališta ... I sami mediji mogu manipulirati svojim korisnicima (moć medija, utjecaj medija), što u posebnim političkim i društvenim uvjetima može dovesti do zlouporabe medija“ (Galić, ur. 2016: 305).

Iako će Berto Šalaj podsjetiti da „populizam može biti i lijevi i desni, i autoritaran i libertarijanski, i progresivan i reakcionaran, ovisno o prirodi i vrijednostima elita i 'opasnih drugih' kojima se suprotstavlja“ (2013: 18), ukazuje da postoje dva lica populizma: „Jedno pokazuje da populizam ugrožava demokraciju, o čemu svjedoči politička povijest 20. stoljeća koja pokazuje kako su neki izvorno populistički pokreti završili u autoritarnim i totalitarnim oblicima vladavine. Drugo pak pokazuje da populizam može biti koristan korektiv inherentnih sklonosti predstavničke demokracije da se razvija isključivo u smjeru elitističke demokracije. Nadalje, mobiliziranjem i uključivanjem u politički proces onih koji su bili marginalizirani i pasivni, populizam politici glavne struje šalje poruku da se previše udaljila od mišljenja i interesa običnih građana“ (2013: 21). Na drugom mjestu konstatira kako se „pridjev populistički u svakodnevnom govoru najčešće upotrebljava kao izraz kojim se želi diskreditirati političke aktere s čijim stavovima i prijedlozima nisu suglasni oni koji ih prozivaju. Pritom se populiste optužuje za davanje lažnih i nerealnih obećanja i jeftinu demagogiju pomoću kojih nastoje kod ljudi razbuditi 'niske' osjećaje i strasti te tako zadobiti njihovu potporu“ (Šalaj, 2012: 55).

Političari su u stvaranju razlika po principu „mi i oni“, podizanju tenzija, slanju poruka biračima u kojima su ukazivali na „opasne druge“ djelovali na jednu od šest osnovnih emocija, kako ih navodi Paul Ekman (prema Castells, 2014: 177), a to je, uz gađenje, iznenađenje, tuga, sreća i ljutnja, i strah – u ovom slučaju od „drugih i drugačijih“. Pri tome su se uveliko koristili tehnikama *framinga*, odnosno uokvirivanja, koje Entman definira kao „proces odabira i isticanja određenih aspekata nekih događaja ili tema i njihovo povezivanje tako da se promoviše određeno tumačenje, vrednovanje i/ili rešenje“. Castells dodaje i kako „glavne političke elite imaju najveću kontrolu nad frejmovima u vestima. Njihov se stepen kontrole povećava kada se frejmovi odnose

na kulturološki prikladne događaje, kao što su odbrana nacije od neprijatelja nakon 11. septembra ili za vreme rata“ (2014: 203).

U novinarskom djelovanju, Kunczik i Zipfel navode kako „frame' predstavlja interpretativni okvir, kognitivni ustroj u svijesti novinara, koji olakšava odabir i obradu informacija. Ranija se iskustva pohranjuju te koriste kao okvir, putem kojeg se tumače kasnija iskustva“ (Kunczik i Zipfel, 1998: 104). Vrlo je znakovito i objašnjenje istih autora po kojem se „postupkom *framinga* ističu određeni dijelovi zbilje, dok se drugima smanjuje ili zanemaruje vrijednost“ (Ibid). A to je primjenjivo upravo na priče o migrantima – uglavnom su objave u kojima se pisalo o njima bile iz rubrike „crna kronika“, dok su njihove životne priče, razlozi zbog kojih su pošli na neizvjestan i po život opasan put, te uvjeti u kojima se nalaze postavljeni u drugi plan ili se o tome nije pisalo.

Istraživanje će, u tom smislu, biti usmjereno na provjeru hipoteze da su političari u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj iskoristili situaciju u kojoj su se našli migranti za slanje poruka biračima, a sve u svrhu manipulacije i populizma. Pri tome se nisu ustručavali koristiti i lažima, koje su bez kritičkog odmaka i utvrđivanja istine prenosili mediji, što je uznemirilo javnost u obje države.

Nužno je odgovoriti na ova istraživačka pitanja:

1. Na koji način su političari u Bosni i Hercegovini te Hrvatskoj reagirali na migrantsku situaciju i u svojim porukama koristili medije?
2. Koliko su u medijskim objavama nastalim na porukama koje su slali političari dominirale neprovjerene informacije, glasine, dezinformacije i laži?
3. Jesu li u porukama poslanim putem medija političari bili fokusirani na stvarne probleme migranata, a ne na manipulaciju ljudskom tragedijom?

Budući da je u bosanskohercegovačkim i hrvatskim medijima bilo puno objava o izbjeglicama i migrantima, pretragom po ključnim riječima *migranti*, *izbjeglice*, *migrantska* i *izbjeglička kriza*, *migrantska situacija* a u kontekstu izjava, priopćenja, komentara, odnosno objava na društvenim mrežama političara, tj. nositelja najviših državnih dužnosti tokom 2018. godine bit će analiziran sadržaj najčitanijih portala u Bosni i Hercegovini – *Klix*, odnosno u Hrvatskoj – *24 sata*⁷. Za potrebe istraživanja analizirano je 228 objava na porta-

⁷ Dva promatrana portala bili su najposjećeniji u Bosni i Hercegovini, odnosno Hrvatskoj prema istraživanju agencije Gemius Audience.

lu *Klix*, odnosno 102 objave na portalu *24 sata* u kojima su se o problemima izbjeglica i migranata oglašavali bh. i hrvatski politički dužnosnici, ali i tijela zakonodavne i izvršne vlasti (Predsjedništvo BiH, Vijeće ministara BiH, ministarstva, državni i entitetski parlamenti, zastupnici te Hrvatski sabor, Vlada Republike Hrvatske, predsjednica Republike Hrvatske, premijer, ministri i zastupnici).

3. Analiza političkog diskursa o migrantima u BiH

Kad je 2015. godine Njemačka zatvorila svoje granice, primivši prethodno gotovo milijun izbjeglica s Bliskog istoka, nitko nije očekivao da će dolasci ljudi iz ratom zahvaćenih područja ili osiromašenih država, koje su unesrećili besmisleni sukobi, zapravo prestati⁸. Dramatične scene prelaska nabujalih rijeka u Grčkoj, blokada na granici te države s Makedonijom, žilet-žica na mađarskoj, a potom i na slovenskoj granici tek što su postajale dio zaborava, otvorena su druga žarišta, prije svih u Bosni i Hercegovini. Privremeno šatorsko naselje u središtu Sarajeva doslovno je preorano nakon što su migranti iseljeni i poslani na jug, prema Mostaru. No tamo nisu tako lako stigli, jer ih je na pola puta blokirala policija Hercegovačko-neretvanskog kantona. Ubrzo se fokus prenio na zapad Bosne i Hercegovine, odnosno na granicu s Hrvatskom jer su migranti tim putem pošli prema Zapadu.

Još dok su se migranti nalazili u Sarajevu, pojedini mediji objavljivali su lažne vijesti i dezinformacije o nasilju, pljačkama, zloupotrebi droge⁹, no situacija je kulminirala 18. svibnja, kad je spomenuti konvoj autobusa u kojima su bili migranti zaustavljen na pola puta prema izbjegličkom naselju Salakovac kod Mostara. Upravo akcija pripadnika hercegovačko-neretvanske polici-

⁸ „Migracije su postale fenomen 21. vijeka, te izazivaju strahove u zemljama tranzita i prijema, kao i predrasude i različite reakcije. Strahovima i predrasudama je lako manipulirati, a to ekstremni desničari danas koriste kako bi ostvarili značajan prodor u političkom sistemu. Različiti mediji igraju veoma važnu ulogu u tome, kroz pojavu i objavljivanje lažnih vijesti o migrantima“, piše Safet Mušić na portalu *Avangarda*.

„Cilj desnih političkih opcija, a može se reći i medija preko kojih se objavljuju lažne vijesti, je radikalizacija domaćeg stanovništva, što onda dovodi do ugrožavanja vladavine prava, urušavanje sudstva, medija, pa čak i stvaranje nacionalne i vjerske netrpeljivosti“, navodi Mušić (*Avangarda*: Mušić, Safet (2018). Ko i zašto proizvodi strah od migranata u Evropi i na Balkanu?, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <http://avangarda.ba/detaljno.php?id=680>).

⁹ Raskrinkavanje: Livančić-Milić, Biljana (2018). „Avazove“ lažne vijesti o migrantima u Sarajevu, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://raskrinkavanje.ba/analiza/avazove-lazne-vijesti-o-migrantima-u-sarajevu>

je, koja je izazvala reakcije gotovo svih političkih stranaka predstavlja primjer u kojem su u prvi plan izbile međusobne optužbe političara i stranaka, a sami migranti i njihova sudbina ostali su u drugom planu¹⁰.

Među prvima je reagirao ministar sigurnosti BiH, Dragan Mektić¹¹ (Srpska demokratska stranka) koji je taj potez nazvao „državnim udarom“¹². Uslijedile su reakcije stranaka, a potom i dužnosnika, aktualnih i bivših¹³. Bez obzira na njih, autobusi u kojima su bili migranti su nakon višesatne blokade pušteni i smješteni u izbjeglički centar.

Posebno su znakovite reakcije Milorada Dodika (Savez nezavisnih socijaldemokrata), tadašnjeg predsjednika bh. entiteta Republika Srpska, a danas člana Predsjedništva BiH iz reda srpskog naroda koji je govorio kako će „učiniti sve da zaštiti dosadašnji način života“ entiteta kojem je na čelu, govorio kako će „naći način da se odbrani od najezde“ i da „ne želi promjene struk-

¹⁰ Posebni predstavnik Europske unije u Bosni i Hercegovini, Lars-Gunnar Wigemark upozorio je, čim se situacija s migrantima zakomplicirala, da oni „ne smiju biti političko pitanje“ i da bh. vlasti trebaju izbjeći pravljenje „političkog cirkusa od svega toga“ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/wigemark-od-problema-s-migranatima-ne-treba-praviti-politicki-cirkus/180628088> (26. 1. 2019.)

¹¹ Mektić je rekao da je migrantska kriza pogodila kompletnu regiju te da određeni političari žele ovakvu situaciju iskoristiti u kontekstu političke kampanje. Podsjetio je da je u kolonama masa ranjivih kategorija koje bježe od pakla u svojim zemljama. „Ovi ljudi, bez obzira na to što su ilegalni migranti, zaslužuju ljudski tretman i da se prema njima ponašamo u skladu s međunarodnim standardima“, kazao je Mektić <https://www.klix.ba/vijesti/bih/mektic-policijski-komesar-hnk-ilija-lasic-danas-ce-bit-priveden-u-tuzilastvo-bih/180518066> (26.1.2019.)

¹² Iz Ministarstva sigurnosti BiH je poručeno, nakon što su autobusi s migrantima zaustavljeni na crti razdvajanja dva kantona, kako je „nelogično da neko s lokalnog nivoa zabranjuje da se neko preveze državnim cestama i smjesti u državni objekt“ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/ministarstvo-sigurnosti-bih-ne-zna-ko-je-i-zbog-cega-izdao-naredbu-da-se-migranti-zaustave/180518028> (26. 1. 2019.)

¹³ Ovo su neki od naslova: *Demokratska fronta: Drama sa migrantima je početak realizacije Čovićevo 'plana B', SDP: Zaustavljanje migranata je državni udar u režiji HDZ-a i posljedica antidržavne politike SDA, SBB: Nedopustivo je da se Vlada i komesar HNK izdignu iznad odluka institucija BiH, SDA: Oni koji su spriječili konvoj sa izbjeglicama počinili su krivično djelo, Izetbegović: Odluka MUP-a HNK da zaustavi migrante je protivustavna, Zvizdić: MUP HNK mijenja teze, Vijeće ministara odlučuje gdje će migranti biti smješteni, Semiha Borovac: Sramno, nenadležno i protuzakonito postupanje MUP-a HNK, Mektić: Policijski komesar HNK Ilija Lasić danas će biti priveden u Tužilaštvo BiH, Novalić: Ne shvatam današnja zbivanja kao ni razloge zbog kojih je do njih došlo, Lagumdžija: Pomoć migrantima je odbrana evropskih vrijednosti.*

ture stanovništva“¹⁴. Kasnije je tu tezu samo proširio, te govorio kako su nastojanja Sarajeva da „dospeljavanjem Sirijaca, Afganistanaca i drugih muslimana ... za četiri, pet ili deset godina piše da je BiH većinski bošnjačka i muslimanska zemlja“¹⁵. Prema Dodiku, „migranti nakon tri godine u statusu azilanta u BiH¹⁶, automatski dobijaju državljanstvo, čime mogu da učestvuju u političkom i javnom životu kao i svi ostali građani BiH. To će onda biti pritisak i na izborni sistem, biračko tijelo i samu konfiguraciju vlasti¹⁷. Približavanjem datuma izbora retoriku je zaoštravao, a brojke migranata koje „u BiH želi da uvuče SDA i da im reguliše azilantski status kako bi kasnije mogli da dobiju državljanstvo“¹⁸ samo je povećavao stigavši do brojke od 150.000¹⁹.

¹⁴ Entitetske vlasti Republike Srpske poručile su, nakon razmatranja problema migranata, da neće prihvatiti nijednu samostalnu odluku Vijeća ministara BiH, ukoliko utvrđuje određene mjere koje se odnose na teritorij tog entiteta <https://www.klix.ba/vijesti/bih/dodik-poziva-bih-na-zatvaranje-granice-za-migrante-zelimo-se-odbraniti-od-najezde/180513063> (26. 1. 2019.)

¹⁵ „Neko je dao signal migrantima da krenu. Što nisu ranije išli, prije pet godina, prošle godine? Zar neko misli da se ovo odjednom desilo. Prije deset, 15 godina su strane diplomate govorile da će se ovdje stvari rješavati jer će neki narod doći sa strane i ojačati ovdje strukture“, govorio je Dodik <https://www.klix.ba/vijesti/bih/dodik-se-plasi-migranata-sarajevo-doseljavanjem-muslimana-zeli-stvoriti-muslimansku-zemlju/180522005> (26. 1. 2019.)

¹⁶ „Od približno 22.100 osoba koje su izrazile svoju namjeru traženja azila u BiH 2018. godine, samo sedam posto ih je na kraju predalo aplikaciju za azil“ (Usp. UNHCR (2019). Desperate Journeys report, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://www.unhcr.org/media-page-desperate-journeys-report-january-2019>)

¹⁷ „Nijedan jedini azil još nikome nije odobren, niti smatram da će biti odobren. Čak ni migranti nemaju takav interes da podnesu azil“, rekao je ministar Mektić <https://www.klix.ba/vijesti/bih/mektic-nekolicina-migranata-iz-bihaca-je-prijetnja-po-zajednicu-i-mi-cemo-ih-izolovati/180626043> (26. 1. 2019.)

¹⁸ Dodikove kvalifikacije odbacio je potpredsjednik bh. entiteta Republika Srpska, Ramiz Salkić (Stranka demokratske akcije): „Riječ je o predrasudama prije svega jer u Republici Srpskoj misle da je riječ samo o migrantima muslimanima, međutim, među njima ima i kršćana i drugih vjeroispovijesti. Vlada Republike Srpske smatra da dolaze 'neki muslimani' i onda se to sve ne uklapa u njihov koncept i strateške ciljeve da u ovom entitetu živi što manje Bošnjaka i Hrvata. Zapravo, oni žele pravoslavni entitet i zato imaju tako rigidan stav prema migrantima“ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/salkic-vlada-rs-migrante-posmatra-iskljucivo-kao-muslimane-i-zato-ih-odbija-pomoci/180513088> (26. 1. 2019.)

¹⁹ U predizbornom duhu Dodik je govorio obraćajući se i Europskoj uniji, upozorivši da neće dozvoliti naseljavanje migranata na područjima na kojima su prije rata živjeli Srbi <https://www.klix.ba/vijesti/bih/dodik-tvrdi-da-rs-u-izbore-ulazi-najstabilnija-nego-ikada-odbacio-optuzbe-ohr-a/180728042> (26. 1. 2019.)

I drugi su članovi Dodikove stranke²⁰, doduše na različitim dužnostima – entitetskim ili državnim – upućivali kritike državi²¹, ali i ministrima. Na meti im se posebno našao ministar sigurnosti Mektić, koji je od početka 2018. godine upozoravao na svu ozbiljnost problema s migrantima. U gotovo svim njegovim istupima analizirana je situacija i predlagana rješenja, isticana je činjenica da se problem mora rješavati regionalno, a ne lokalno, prozivao EU da su migranti njezin, a ne bh. problem, no ni on nije propuštao priliku obračunati se s političkim protivnicima, a ponajprije s kritičarima njegovog rada. I kako su se približavali izbori, njegove poruke su se sve više usmjeravale prema političkim protivnicima, ali i biračima uz povlačenje paralela s migrantskom situacijom²².

Značajnu ulogu, ali vrlo pozitivnu, odigrala je Semiha Borovac (Stranka demokratske akcije), ministrica za ljudska prava i izbjeglice BiH, čije su poruke i djelovanje bile usmjerene humanitarnom aspektu i smirivanju situacije, posebice dokidanju nepotrebnih političkih tenzija. Posjećivala je migrante

²⁰ Dodikova stranačka kolegica i nasljednica na dužnosti predsjednika bh. entiteta Republika Srpska, Željka Cvijanović govorila je na sličnom tragu, prebacujući odgovornost za rješenje migrantske krize na državu, ali i upućujući kritike Europskoj uniji: „Jedina pomoć jeste da im otvore svoje granice i raspoređuju ih po svojim zemljama jer su se ovi migranti, kao i svi prije toga, tamo zaputili. Cilj migranata ionako nije da ostanu u BiH već da dođu do razvijene Evrope. Ako su se neke evropske zemlje ogradile žicama da bi spriječe priliv migranata, onda ne vidim zašto je nama pomoć to da gradimo kapacitete za njihov prihvata i smještaj ovdje, a pojma nemamo ni koliko će ostati, ni ko će da ih liječi, hrani, provjerava njihov identitet u smislu sigurnosnih rizika“ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/cvijanovic-skida-odgovornost-sa-rs-a-i-kritikuje-drzavu-kako-se-ne-bavi-problemom-migranata/180512065> (26. 1. 2019.)

²¹ "Imate pet hiljada ljudi koji su nelegalno tu, za koje ne znate ni ko su ni šta su, da li su problematični, a mnogi među njima su bili u borbenim dejstvima ili u Siriji ili u Iraku. Ima i onih koji dolaze iz drugih zemalja - Irana, Pakistana... Jednostavno ne znate njihove prave podatke, njihova prava imena, a ni njihovu istoriju i šta su radili u svom životu", upozorio je ministar unutrašnjih poslova Republike Srpske, Dragan Lukač ukazujući na „ljudе koji prave probleme, vrše krivična djela, provale, krađe, pa čak i pokušaje silovanja“ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/ministar-lukac-vlasti-u-sarajevu-ignorisu-migrantsku-krizu/180812072> (26. 1. 2019.)

²² „Velike brojke iznosili su političari koji nisu imali nikakvog odgovora na krizu u BiH, pa su smislili da je lakše iznositi manipulacije nego pričati o migracijama koje se dešavaju iz BiH. Veći je problem odlazak mladih ljudi koji budućnost vide u bježanju iz BiH“, kazao je Mektić <https://www.klix.ba/vijesti/bih/mektic-ne-pada-mi-na-pamet-da-lavrovu-polazem-ikak-ve-racune/180817034> (26. 1. 2019.)

smještene u kolektivnim centrima, iskazivala skrb za djecu, zahtijevala bolje uvjete²³.

Članovi Predsjedništva Bosne i Hercegovine – Bakir Izetbegović, Mladen Ivanić i Dragan Čović – različito su reagirali na problem s migrantima. Izetbegović (Stranka demokratske akcije) uglavnom se nije oglašavao o tom pitanju, ali je nekoliko dana uoči službenog početka kampanje za opće izbore posjetio migrante u Cazinu, uručio im donaciju, te najavio „adekvatno rješenje“ do zime. Ivanić (Partija demokratskog progresa) se u svojim porukama zalagao se za bolju i čvršću kontrolu granice, ali bez angažmana Oružanih snaga BiH, te se suprotstavljao ideji smještaja migranata na prostoru BiH²⁴. Čović (Hrvatska demokratska zajednica BiH) također je prebacivao odgovornost za rješavanje krize na razinu države, ali i dao zanimljivu opasku o prebacivanju migranata u Mostar, navodeći da je to učinjeno – „za potrebe dolaska predsjednika Turske [Recepa Tayyipa Erdogana] u Sarajevo“²⁵. Nakon poraza na izborima, ni Čović ni Ivanić nisu se više oglašavali o migrantima, bar ne na promatranom portalu.

Migrantska situacija bila je česta tema političkih rasprava na svim razinama vlasti, pogotovo u državnim i entitetskim parlamentima, no kad su prošli izbori sve je ostalo tamo gdje su se migranti i zaustavili na putu prema Hrvatskoj – u Unsko-sanskom kantonu na krajnjem zapadu Bosne i Hercegovine.

²³ „Kao država moramo stvoriti sve uslove da se pruži humanitarna pomoć svim migrantima, ali ta pomoć mora da se odvija na tačno određenim mjestima. Ne smijemo stvarati loš imidž. Ne smijemo dozvoliti da se šalje loša slika da migranti borave po parkovima. Naš prioritet će biti stvaranje smještajnih kapaciteta“, poručila je Borovac <https://www.klix.ba/vijesti/bih/migrantska-kriza-ne-smije-eskalirati-ali-se-na-konkretne-mjere-pomoci-i-zastite-jos-ceka/180607044> (26. 1. 2019.)

²⁴ Ivanić je smatra da težinu migrantske situacije Bosna i Hercegovina „ne može izdržati ni politički niti ekonomski“ i da bi to „proizvelo veliku političku nestabilnost“ <https://www.klix.ba/vijesti/bih/ivanic-bih-ce-se-suprotstaviti-svakom-pokusaju-smjestaja-migranata/180717018> (26. 1. 2019.)

²⁵ Upozoravao je Čović i da će „negativni odnos prema migrantima samo jačati“, te da „migrantsku krizu, prije svega, doživljava kao humanitarnu pa tek onda sigurnosnu i na kraju političku“. „Ako bismo taj problem potcijenili, mogli bismo imati izuzetnu krizu u BiH, pogotovo u izbornoj kampanji, jer ti migranti će služiti nekome također za kalkulacije i izborne poruke“, govorio je Čović <https://www.klix.ba/vijesti/bih/covic-migranti-su-u-mostar-prebaceni-za-potrebe-dolaska-erdogana-u-sarajevo/180621021> (26. 1. 2019.)

4. Politički diskurs o migrantima u Hrvatskoj

S druge strane granice, koju su čvrsto čuvali pripadnici Ministarstva unutarnjih poslova Hrvatske, najčešće spominjano ime bio je čelni čovjek navedenog ministarstva Davor Božinović (Hrvatska demokratska zajednica). Uglavnom je branio djelovanje granične policije, koju su migranti i nevladine humanitarne organizacije prozivale za brutalno ponašanje u zaštiti granica, ali u upozoravao na lažne vijesti, glasine i dezinformacije koje se šire, ponajviše društvenim mrežama, a potom i kroz medije. Božinovićev nadređeni, premijer Andrej Plenković (Hrvatska demokratska zajednica) čvrsto je zastupao politiku Europske unije prema migrantima, koja je podrazumijevala njihovo zadržavanje izvan svojih granica, dakle i izvan Hrvatske, a opozicija je koristila situaciju za obračun s vladajućima. No, jedan dio opozicije odigrao je neslavnu ulogu šireći paniku među stanovništvom objavom netočnih, lažnih, uznemirujućih glasina²⁶.

Osim što je ministar Božinović vrlo često morao objašnjavati što i kako radi hrvatska policija, pogotovo u situacijama u kojima se pokušavalo zaustaviti krijumčare ljudima koji su na svaki način pokušavali prebaciti migrante do slovenske granice²⁷, morao je reagirati i povodom lažnih vijesti koje su širili i obični ljudi, ali i neodgovorni političari²⁸. Problem bi nastao kad su političari širili strah i paniku, prenoseći informacije koje nisu bile istinite.

²⁶ Safet Mušić navodi kako su „populističkoj retorici zapravo neophodni termini kakav je 'migrantska kriza', jer na taj način kontinuirano ponavljajući taj termin u stvari proizvode i održavaju krizu, iako se u migrantskoj situaciji ne radi o krizi, već zapravo o sistemskom poremećaju u društvu“ (nav. mj.)

²⁷ „Hrvatska od prvoga dana nije sklona postavljanju žica jer žice nisu nikoga zaustavile. Zaustaviti može samo dobro obučena, dobro opremljena granična policija i suradnja sa svim državama od kojih svaka treba preuzeti svoj dio tereta po ovom pitanju“, govorio je Božinović <https://www.24sata.hr/news/u-borbi-protiv-ilegalaca-je-najvaznija-suradnja-susjeda-577262> (27. 1. 2019.)

²⁸ „Zbog mogućnosti brzog širenja informacija suočeni smo s većim brojem lažnih vijesti. Većina događaja koji su se u proteklom razdoblju dovodili u vezu s migrantima pokazali su se lažnima nakon provjera. Ne može se sve dovesti u vezu s migrantima niti za to postoji opravdanje“, odgovorili su iz Ministarstva unutarnjih poslova Hrvatske na novinarske upite. I sami su bili na meti onih koji šire laži u vijestima, te su najavili kako će „o takvim sigurnosnim incidentima redovito obavještavati javnost i demantirati sve laži. Ako itko posumnja u bilo kakav kriminal, može se obratiti policiji koja će, kao i dosad, doći na svaku intervenciju“ <https://www.24sata.hr/news/policija-o-migrantima-se-sire-gnjusne-lazi-nemojte-nasjedati-598679> (27. 1. 2019.)

Najdalje je otišao saborski zastupnik Ivan Pernar (Živi zid) koji je prvo, krajem lipnja, otišao u bihački kraj da se upozna sa stanjem terenu, prenoseći svoje dojmove putem Facebooka i iznoseći nekoliko vrlo spornih tvrdnji, kao na primjer: „Ono što je najgore jest što među migrantima ima kriminalaca koje policija zna ali ništa ne čini da ih deportira ili makne s ulice. Ima ih na kojima se vidi da su narkomani ili alkoholičari, ima i mentalnih slučajeva“ ili „kada padne noć domicilno stanovništvo se ne usudi slobodno kretati po gradu, to se posebno odnosi na žene; navika da s djecom odete u park ili ih pustite da se bez nadzora igraju po ulici je nestala“²⁹. Mjesec dana kasnije ponovno se oglašio o migrantskoj situaciji navodeći da „80 posto migranata čine muškarci u naponu snage, te da velik broj njih ima sklonost alkoholu, drogama i nasilju ... Javnost polako saznaje istinu koja se od njih skrivala. Uspjeli smo razbiti lažni narativ koji je do tad bio dominantan, da se radi o ljudima koji bježe od rata, da je puno žena i djece, da među njima nema kriminalaca, da su to sve dobri ljudi kojima treba otvoriti vrata“³⁰. Još je nekoliko objava Pernar³¹ na istu temu imao na Facebooku, pri čemu ne treba smetnuti s uma da ga na toj društvenoj mreži prati više od 285.000 ljudi³².

Ni Most nezavisnih lista, još jedna stranka opozicije, nije ostao po strani, pa je u priči iskoristio Nizara Shoukryja, etničkog Sirijca koji već 35 godina živi u Hrvatskoj i koji je prije četiri godine dobio nagradu „Ponos Hrvatske“ za doprinos, volontiranje i humanost pokazanu prilikom izbjegličke krize. Dok su 2015. godine na hrvatske granice dolazili uglavnom njegovi bivši zemljaci, sad se pita „tko su ti [današnji] migranti, da li bježe od vatre ili su migranti koji dolaze iz zemalja koje nisu pogođene ratom i to bez dokumenata i žele nastaviti put prema zapadu“³³.

²⁹ <https://www.facebook.com/pearnari/posts/2092017081124064> (27. 1. 2019.)

³⁰ <https://www.facebook.com/pearnari/posts/2130934417232330> (27. 1. 2019.)

³¹ „Ako odete na Google i upišete 'migranti, djevojka, glava', imate prilike vidjeti jedan stravičan video gdje mladoj djevojci prvo odrube glavu, a onda je kuhaju, napisao je na svojem profilu Ivan Pernar žaleći se kako su mu administratori te društvene mreže izbrisali dvije 'brutalne objave' na tu temu“ <https://www.24sata.hr/news/pearnar-bulazni-kako-migranti-kuhaju-ljude-gmoja-zove-vojsku-598289> (27. 1. 2019.)

³² Pernarov stranački kolega Ivan Vilibor Sinčić u Hrvatskom saboru se zauzimao za odlučniji stav prema migrantima, ukazujući na praksu Italije koja brani pristajanje brodova s migrantima na svoje obale ili Mađarske koja je „odavno prva dignula žicu“ <https://www.24sata.hr/news/ma-arska-odavno-ima-zicu-a-hrvatska-treba-odlucniji-stav-578948> (27. 1. 2019.)

³³ „Kao Hrvat koji poznaje mentalitet Istoka predlažem da odmah počnemo raditi na fortifikacijskim preprekama i to prvo od juga zemlje prema istoku ... Osim toga, migranti imaju

S desne strane političkog spektra, saborska zastupnica Bruna Esih (Nezavisni za Hrvatsku) upozoravala je da se „jednom ipak mora reći ne perfidnom i tihom ratu objavljenom europskim suverenim nacijama pa tako i Hrvatskoj“³⁴, dok su s lijeve strane iz oporbenog SDP-a smirivali situaciju, pozivali na iskustva u izbjegličkoj krizi kada su oni bili na vlasti, ali i upozoravali da država mora imati jasnu strategiju za novonastalu situaciju na hrvatskim granicama te koristili navodno policijsko nasilje prema migrantima za prozivanje vlasti.

I bivši SDP-ov premijer, Zoran Milanović osvrnuo se krajem godine na izbjegličku krizu³⁵, podsjetivši kako „tada nitko nije imao problem, ni desnica ni ljevica. Tu i tamo je netko pokušao uloviti neki politički bod. Ljudi su se prema tim ljudima, druge vjere i porijekla ponijeli dosta susretljivo, u najgorom slučaju hladno. Za razliku od drugih država gdje je nastupila histerija“. Tri godine kasnije, smatra, nastupila je „histerija zbog tih ljudi koji traže zrnce sreće veća nego ikad“ i u Hrvatskoj što smatra da je „jedan od problema ekstremne desnice ... koja sada na tome gradi političku platformu“³⁶. Glavni problem s tom Milanovićevom izjavom jeste činjenica da uskoro dolaze predsjednički izbori, a on se spominje kao najozbiljniji protukandidat ljevice aktualnoj predsjednici Kolindi Grabar-Kitarović³⁷.

veliki respekt prema vojsci tako da kada oni vide da vojska stoji uz policiju na granici znati će da je Hrvatska odlučna u svojoj odluci i da neće dozvoliti prelazak ilegalnih migranata“, govorio je Shoukry <https://www.24sata.hr/news/sirijac-iz-mosta-treba-odmah-dizati-prepreke-na-granicama-598154> (27. 1. 2019.)

³⁴ Svoje izlaganje u Hrvatskom saboru Esih je iskoristila i za obračun s premijerom Plenkovićem, a situacija s migrantima bila je samo usputni povod <https://www.24sata.hr/news/esih-premijeru-u-ovom-ratu-anemija-vam-nije-opravljanje-599912> (27. 1. 2019.)

³⁵ Prema Ministarstvu unutarnjih poslova Hrvatske, na koje se pozivaju Mušić i Agović, od rujna 2015. do ožujka 2016. godine u Hrvatsku je ušlo 658.068 migranata i izbjeglica. Gotovo svi nastavili su put prema zapadnoj Europi, dok je u Hrvatskoj azil zatražilo 39 migranata i izbjeglica (nav. mj.)

³⁶ Milanović smatra da se protiv „histerije“ desno orijentiranih stranaka u vez s migrantima treba boriti na tri načina: „To nije oružje, borbeni avioni, nego kultura srca i snaga duha, da zalažući se za ono što ti je vrijedno kroz akademiju, novinarstvo i neovisne sudove takve stvari rješavamo. Ne silom“ <https://www.24sata.hr/news/migranti-traze-zrnce-srece-a-histerija-od-njih-je-veca-no-ikad-604060> (27. 1. 2019.)

³⁷ Predsjednički izbori u Hrvatskoj još su daleko, no već s počelo kalkulirati s imenima onih koji će se na njima kandidirati <https://www.24sata.hr/kolumne/zoki-protiv-kolinde-part-2-milanovic-kao-spasitelj-ljevice-601765> (27. 1. 2019.)

5. Medijsko izvještavanje o migrantima u Bosni i Hercegovini i Hrvatskoj

Priče o migrantima koji napadaju i pljačkaju ljude po Bosni, ali i otimaju i siluju po Hercegovini, strancima koji love i peku patke po Bihaću, pretučenom ocu i silovanoj djevojčici u Hrvatskoj, dobile su svoj vrhunac u Samoboru, nedaleko Zagreba, gdje je policiji prijavljena grupa „ilegalnih migranata“, iako je riječ bila o zaposlenicima jedne domaće tvrtke³⁸.

Dr. sc. Drago Župarić-Iljić, stručnjak za migracije i docent na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu, u svemu vidi i veliku krivnju medija, koji „prezentiraju stvar kao nadiruću ugrozu, gotovo katastrofu, umjesto da prilaze načinima izvještavanja koristeći neutralniju terminologiju“³⁹.

Unatoč svima koji su upozoravali na porast nasilja, pogotovo kriminalnih djela koje su izazvali migranti, iz hrvatske policije su odgovorili iznoseći podatak da je u prošloj godini „kriminalitet na razini države u padu za 4,5 posto, pri čemu je zabilježeno 13 ubojstava manje nego lani i sva su razriješena. Imovinska nedjela u padu su za više od osam posto, a krađe za gotovo 10 posto“⁴⁰.

³⁸ „Jedna stanovnica Samobora vidjela je prije nekoliko dana u trgovačkom centru grupicu tamnoputih osoba i zaključila kako se radi o 'ilegalnim migrantima' koje je odmah, revnosno i nadasve odgovorno, prijavila policiji. Policija je, također revnosno, izašla na teren i ustanovila da se radi o uredno prijavljenim strancima“, piše Tomislav Klauški na stranicama *24 sata*. „Bila je to izravna posljedica višetjednog huškanja protiv migranata. Sirota žena očito si nije mogla pomoći. Čitala je novine i vidjela bombastične vijesti kako 'migranti kradu aute', kako 'pljačkaju vikendice' ili čak 'siluju žene'. Gledala je televiziju gdje je gost Velimira Bujanca govorio o 'crnčugama i arapčugama koji siluju, ubijaju i teroriziraju po svijetu, uglavnom su zaraženi sidom i hepatitisom, a jako puno ih ima i tuberkulozu', pa je apelirao na gledatelje da 'uopće ne kontaktiraju s migrantima, jer oni namjerno šire sidu na ljude oko sebe'. Može li gore od toga“, pita Klauški <https://www.24sata.hr/kolumne/lov-na-migrante-u-samoboru-evo-dokle-nas-dovodi-huskanje-598778> (27. 1. 2019.)

³⁹ „Sve to je samo odraz načina na koji ipak glavni kreatori javnog mnijenja, dakle političari, prikazuju ovaj fenomen. A onda se tobože čude otkud je sad zavladao strah, moralna panika, paranoja kod ljudi da svakoga tko ne liči na domaćeg prijavljuju policiji“ <http://www.glas-slavonije.hr/381970/11/Drago-Zuparic-Iljic-Sporazum-treba-podrzati-iako-je-opasnost-da-ostane-mrtvo-slovo-na-papiru> (27. 1. 2019.)

⁴⁰ „No, u porastu je, i to za čak 60 posto, broj zatečenih ljudi u nezakonitom prelasku državne granice, a 80 je posto više evidentiranih kaznenih djela i počinitelja krijumčarenja ljudi“ <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/lazne-vijesti-o-migrantima-nemaju-uporiste-u-realnosti-ali-otvaraju-prostor-manipulaciji-foto-20181117> (27. 1. 2019.)

Kad su bosansko-hercegovačka iskustva u pitanju na zloupotrebu priča o migrantima upozoravaju i medijska profesionalna udruženja, ali i nevladine organizacije. Centar za društvena istraživanja „Global Analitika“ je u svom znanstveno-istraživačkom radu o značaju medija u izvještavanju o migrantskoj situaciji utvrdio da „problematiku migrantske populacije, prvo u svom radu kao predmet interesa, koriste mediji kako bi bili aktuelni i osigurali čitavnost i u toj trci sa vremenom (ne)svjesno se zaborave osnove profesionalnog novinarstva, te sa senzacionalističkim naslovima nerijetko novinari upadnu u zamku lažnog izvještavanja“⁴¹.

Profesionalna novinarska udruženja podsjećaju na visoke etičke standarde kojih se moraju pridržavati novinari, a pogotovo obvezu da se „štite prava pojedinca, dok će u isto vrijeme podržavati pravo na informaciju koja služi javnom interesu“. U tom smislu, ukazuju na Kodeks Vijeća za štampu i online medije Bosne i Hercegovine, samoregulatornog tijela za printane i online medije, koji u svom prvom članku utvrđuje interes javnosti kao „postupak i/ili informaciju kojima je namjera pomoći javnosti u donošenju ličnog mišljenja i odluka o pitanjima i događajima, uključujući i napore otkrivanja krivičnog djela i/ili prekršaja, te spriječiti zavođenje javnosti nekom izjavom ili postupkom pojedinca ili organizacije“⁴².

Ako se analiziraju političke poruke i medijske objave o izbjeglicama i migrantima koji su prošle godine bili u središtu pozornosti bosanskohercegovačke i hrvatske javnosti, jasno je da su i jedni i drugi – i političari, i mediji – situaciju iskoristili u svoju korist. Od samog početnog korištenja pogrešne terminologije (je li migrantska kriza ili migrantska situacija – dramatičnije zvuči kriza, je li izbjeglica ili migrant – termin migrant dobio je, zahvaljujući političarima, negativnu konotaciju), preko pretjerivanja brojevima (u Bosnu i

⁴¹ „Novinari medija koji su pod kontrolom političkih stranaka, uglavnom i ne vode računa o novinarskoj etici, već objavljuju informacije koje žele čuti ti političari, ne poštujući osnovna novinarska načela, niti provjeravaju informacije“, navodi „Global Analitika“ <http://globalanalitika.com/migrantska-situacija-u-bosni-i-hercegovini-postaje-ozbiljan-sigurnosni-izazov/> (27. 1. 2019.)

⁴² Kodeks Vijeća za štampu i online medije Bosne i Hercegovine, koji je uz određene korekcije, na snazi dva desetljeća upozorava i na opasnosti govora mržnje, huškanja, poticanja diskriminacije i netolerancije, kao i obvezu novinara da „neće objavljivati netačne ili krivonavodeće materijale u vidu fotografija, tekstova ili drugih materijala. Fotografije i dokumenti ne smiju biti falsifikovani i/ili korišteni na krivonavodeći način“ <https://www.vzs.ba/index.php/vijece-za-stampu/kodeks-za-stampu-i-online-medije> (27. 1. 2019.)

Hercegovinu ušlo je tokom cijele godine gotovo 30 puta manje ljudi nego u Hrvatsku, od jeseni 2015. do proljeća 2016. godine, dakle u šest mjeseci) do stvarnih namjera migranata (ipak su svi došli u Bosnu i Hercegovinu, ali i Hrvatsku, samo da prođu dalje prema Zapadu) koristile su se brojne tehnike političke i medijske manipulacije. Pri tome su se slale poruke biračima, ali i publici uglavnom kod njih izazivajući strah od „onih drugih“. Stvarna patnja i problemi s kojima su se suočavali migranti – vrlo često neadekvatno zbrinuti i gladni, danima na otvorenom po svim vremenskim uvjetima, suočeni ponekad s neprijateljskim namjerama pojedinih ljudi – ostali su u drugom planu. Važniji je bio svaki glas, važniji je bio svaki birač, ali i svaki klik lakovjernog čitatelja.

I zato je bilo važno u koji *frame* su bili stavljeni izbjeglice i migranti – kao žrtva ili kao prijatelj⁴³. Na dva promatrana portala, osim analiziranih članaka u kojima su se političari bavili migracijama i u kojima su ljudi uglavnom bili u drugom planu, najviše puta migranti su spominjani u kontekstu policijskih izvješća – o ilegalnim prelascima granice, incidentima u kojima su sudjelovali, uglavnom anonimno – a vrlo rijetko kroz širu priču u kojoj su obuhvaćeni svi segmenti njihovog položaja. Jasno je da su i sami zazirali od novinara i kamera, a i kad su prikazani u medijskim objavama uglavnom su to bile scene s ulica, iz kolektivnog smještaja ili nehumanih uvjeta u kojima se nalaze. Kad je i to bilo previše, ostali su samo bezlična masa u statističkim podacima.

5. Zaključak

Iako bi odgovoran političar uz pomoć odgovornih novinara javnosti u kriznim situacijama trebao slati umirujuće poruke, predlažući i stvarajući rješenja, to se u dobrom dijelu 2018. godine u traženju načina kako pomoći brojnim migrantima koji su stigli u Bosnu i Hercegovinu i Hrvatsku nije događalo. Naprotiv. Političari su iskoristili nesreću migranata za slanje poruka biračima, a sve u svrhu manipulacije i populizma, koristeći pri tome i laži, manipulativ-

⁴³ „Izbjeglice se u medijima uglavnom pojavljuju u negativnom kontekstu, dehumanizuju se i predstavljaju kao 'masa', njihova loša djela osvajaju naslovne stranice medija, a njihova dobra djela predstavljaju se kao incidentna“, piše Amela Delić (2016: 330). „Iako mediji redovno izvještavaju o izbjeglicama, njihove informacije rijetko se odnose na svakodnevni život osobe koja bježi iz ratom zahvaćene domovine. Više prostora zauzimaju one informacije o osuđujućim postupcima pojedinih izbjeglica, koje se najčešće već u naslovu povezuju sa njihovim porijeklom, religijom ili kulturom“ (Delić, Amela (2016). Predstavljanje izbjeglica na informativnim web portalima u Bosni i Hercegovini, u: *DHS*, Br. 1, str. 327-342).

ne i populističke tehnike. I to su, bez kritičkog odmaka i utvrđivanja istine, povremeno prenosili mediji, što je uznemirilo javnost u obje države, te stvorilo tenzije na ionako nestabilnim političkim scenama.

Istraživanjem je dokazano da su političari manipulirali situacijom (brojem migranata, navodnom prijetnjom, pa i mogućom islamizacijom države Bosne i Hercegovine te narušavanjem kršćanskog identiteta Hrvatske, pojedinim događajima kao što su preseljenje migranata iz Sarajeva u Mostar ili njihovim smještajem na području Bihaća, te pokušajima prelaska granice). Pri tome su zloupotrebljavali medije šaljući poruke, najčešće retorički zapaljive, koje su bile idealna podloga za zvučan naslov i nove klikove.

Nisu se političari libili ni korištenja populističkih poruka (obrana načina života, učvršćivanje granica, suprotstavljanja „drugome“, djelovanja po principu „mi protiv njih“, ali i diskreditacije političkih protivnika, lažnih i nerealnih obećanja, demagogije), kao ni stvaranja okvira u kojima se ciljalo na emocije građana, a sve u korist nekog višeg cilja kao što su obrana identiteta, tla, nacije. I u tome su vrlo često korištene neprovjerene informacije, glasine, dezinformacije i laži. Njihovom širenju, osim klasičnih ili mainstream medija, pridonijele su i društvene mreže kao idealan kanal svakome populistu i manipulatoru za dolazak do što šire javnosti. Ljudska tragedija ostala je u drugom planu i njome su se bavili drugi – savjesni građani, odgovorni novinari, humanitarni radnici.

Literatura

Castells, Manuel (2014), *Moć komunikacija*, Beograd, Clio.

Delić, Amela (2016), „Predstavljanje izbjeglica na informativnim web portalima u Bosni i Hercegovini“, *DHS, Br. 1*, ss. 327-342.

Galić, Mirko (ur.) (2016), *Leksikon radija i televizije*, Zagreb, Hrvatska radiotelevizija.

Kunczik, Michael i Zipfel, Astrid (1998), *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zagreb, Zaklada Friedrich Ebert.

Šalaj, Berto (2012), „Što je populizam?“, *Političke analize, Br. 11*, ss. 55-61.

Šalaj, Berto (2013), „Jesu li Hrvatski laburisti populist i je li populizam nužno loš?“, *Političke analize, Br. 13*, ss. 17-22.

Šušnjić, Đuro (2008), *Ribari ljudskih duša: ideja manipulacije i manipulacija idejama*, Beograd, Čigoja štampa.

Tanta, Ivan (2007), „Oblikovanje mnijenja ili nužnost manipulacije“, *MediAnali*, Vol. 1, Br. 2, ss. 13-32.

Web izvori

Avangarda: Mušić, Safet (2018), Ko i zašto proizvodi strah od migranata u Evropi i na Balkanu?, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <http://avangarda.ba/detaljno.php?id=680>.

Raskrinkavanje: Livančić-Milić, Biljana (2018), „Avazove“ lažne vijesti o migrantima u Sarajevu, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://raskrinkavanje.ba/analiza/avazove-lazne-vijesti-o-migrantima-u-sarajevu>

Research Gate: Mušić, Safet i Agović, Anesa Agović (2018), Securitization of migrant crisis on the Western Balkan route, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa https://www.researchgate.net/publication/325973193_Securitization_of_migrant_crisis_on_the_Western_Balkan_route.

UNHCR (2019), Desperate Journeys report, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://www.unhcr.org/media-page-desperate-journeys-report-january-2019>.

UNHCR: Edwards, Adrian (2016), UNHCR viewpoint: ‘Refugee’ or ‘migrant’ – Which is right?, preuzeto dana: 30. 1. 2019. godine, sa <https://www.unhcr.org/news/latest/2016/7/55df0e556/unhcr-viewpoint-refugee-migrant-right.html>

www.24sata.hr

www.klix.ba

**KREATIVNA I PREDUZETNIČKA (AGRO)EKONOMIJA –
ZNAČAJ PREDUZETNIČKOG OBRAZOVANJA****CREATIVE AND ENTERPRENEURIAL (AGRO)ECONOMY –
THE SIGNIFICANCE OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION**

dr RADOVAN PEJANOVIĆ, redovni profesor
Poljoprivredni fakultet, Univerzitet u Novom Sadu

Apstrakt: U radu je predstavljen razvojni koncept zasnovan na kreativnoj i preduzetničkoj (agro)ekonomiji. Reč je o konceptu integralnog ruralnog razvoja, nastalog u Evropskoj Uniji i primenjenog u zemljama članicama. Srbija i Crna Gora, kao države koje teže ulasku u ovu zajednicu (otvarajući odgovarajuća poglavlja), imaju sve uslove (i prirodne i društvene) za implementaciju ovog veoma značajnog koncepta. Obrazovanje, kao ključni faktor novog društva – društva znanja, treba da odigra veliku ulogu u pripremi i realizaciji ove ideje, uz adekvatnu ekonomsku politiku države.

Ključne reči: Kreativna industrija, preduzetnička ekonomija, agrarno preduzetništvo, integralni ruralni razvoj, obrazovanje, Srbija, Crna Gora

Abstract: The paper presents a development concept based on creative and entrepreneurial (agro)economy, namely the concept of integrated rural development, which originated in the European Union and is implemented in the member states. Serbia and Montenegro, the countries that are striving to join the EU by opening appropriate accession chapters, have all the conditions (natural and social) for the implementation of this important concept. Education, as a key factor of the new society - knowledge society, should play a major role in formulating and implementing this idea, together with the adequate economic policy of the state.

Key words: Creative Industry, Entrepreneurial Economy, Agricultural Entrepreneurship, Integral Rural Development, Education, Serbia, Montenegro

1. Uvod

Ruralne oblasti u mnogim delovima u celom sveta suočavaju se sa nazadovanjem kroz odliv, smanjivanje i starenje stanovništva, nižu bazu veština i nižu prosečnu produktivnost. Sve to smanjuje kritičnu masu potrebnu za efikasne usluge, javne ser-

više, infrastrukturu i razvoj biznisa u ovim oblastima čime se stvara začarani krug. Međutim, mnoge ruralne oblasti, zahvaljujući Zajedničkoj agrarnoj politici EU, aktivnostima organizacije FAO i organizacije OECD, iskoristile su svoje potencijale (prirodne, kulturne, ekonomske). Uspeh ovih dinamičnih ruralnih oblasti evidentiran je u regionalnim statistikama. Upravo je ta uspešnost osnovni motiv pisanja ovog rada.

Krajem prošlog veka koncept ruralnog razvoja dobija na značaju i u razvijenim i u zemljama u razvoju. U fokusu je ne samo prevazilaženje regionalnih dispariteta i razlika između urbanog i ruralnog razvoja, već i kordinacija razvoja poljoprivrede i drugih delatnosti i usluga u ruralnim područjima, da bi se osigurao bolji kvalitet života i unapredio životni standard stanovništva, racionalnim korišćenjem resursa i njihovim očuvanjem za buduće generacije. Ovaj integralni pristup je danas osnova svih razvojnih politika država EU, čijem članstvu teže kako Srbija, tako i Crna Gora.

Koncept integralnog ruralnog razvoja, koji je rođen u EU i koji je pokazao pozitivne rezultate u razvijenim agrarnim zemljama – put je kojim treba da se kreće naše strateško agrarno razvojno opredeljenje ovih zemalja. U tom konceptu ključno mesto treba da imaju kreativna industrija i preduzetnička ekonomija, sa svim pratećim politikama održivog razvoja (agrarnom, ruralnom, investicionom, kreditnom, poreskom, obrazovnom, populacionom i drugim politikama). Reč je, dakle, o novom konceptu održivog razvoja.

S obzirom na izvanredne komparativne prednosti Republike Srbije i Republike Crne Gore za razvoj agrobiznisa, agroindustrije i agroprivrede, nužno je i veoma značajno preduzetničko obrazovanje na svim nivoima.

Osnovna hipoteza u ovom redu je da se putem preduzetničkog obrazovanja i uz adekvatnu ekonomsku politiku treba afirmisati i implementirati koncept integralnog ruralnog razvoja, putem razvoja kreativne industrije i agrarnog preduzetništva. Srbija i Crna Gora, kao izrazito agrarne države, poseduju komparativne prednosti za primenu ovog koncepta.

2. Kreativizacija i razvoj ruralnih regiona

Globalizacija je dovela do novih ekonomskih koncepata i drugačijih metoda proizvodnje i razmene proizvoda i usluga.¹ Zbog ubrzanog razvoja Interneta i digitalnih tehnologija ekonomski razvoj se drugačije odvija (od tradicionalne ekonomije ka modernoj ekonomiji).

Tradicionalni sektor privrede (poljoprivreda, prerađivačka industrija i dr.) u uslovima globalne tržišne privrede napuštaju, naime, dosadašnje modele poslovnog ponašanja i sve više slede nove ekonomske obrasce karakteristične za savremenu ekonomiju (kreativnu industriju i kreativnu ekonomiju), čije se konkurentске prednosti

¹ Rast globalizacije, unapređenje komunikacija i smanjenje transportnih troškova, dodatni su pokretači ekonomskih promena u ruralnim oblastima.

zasnivaju na znanju, inovacijama i kreativnosti. Pri tom je kreativnost sposobnost da se stvari i pojave posmatraju na nov način, uspostavljaju novi odnosi, sagledavaju nove perspektive i razvijaju nove ideje, tj. mogućnosti stvaranja nečeg novog, zasnovanog na znanju i inovacijama.

Kreativne industrije (izdavaštvo, filmska industrija, muzička industrija, izvođačke umetnosti i festivali, arhitektura, grafički, modni dizajn, kao i pojedine sfere tradicionalnog kulturnog života) svoju održivost na tržištu postižu međusobnim povezivanjem sa drugim sektorima (na primer, turizam, kulturno nasleđe i baština, stari zanati, izdavaštvo i filmska industrija, dizajn, arhitektura i drugi privredni segmenti i sl.). Navedene i druge poslovne aktivnosti čine tzv. kreativnu ekonomiju, koju je moguće i potrebno razvijati u ruralnim regionima Republike Srbije i Republike Crne Gore.

Pored pomenutih poslovnih praksi i industrija, kreativna ekonomija obuhvata i patentne delatnosti (nauka i inovacije, istraživanje i razvoj), industriju robnih znakova, franšiza kao i onu produkciju kod koje je forma važna pored sadržine. Kreativnost postaje i jedan od ključnih komponenti tradicionalnih delatnosti poput automobilske industrije (patenti i dizajn) i poljoprivrede (biotehnologija, organska poljoprivreda, precizna poljoprivreda). Na taj način kreativni i tradicionalni sektori međusobno se povezuju i sjedinjuju, dovodeći do suštinskog preobražaja industrijskog sektora (reindustrijalizacije).

Sinergija kreativnosti, ekonomskih, socijalnih i kulturnih promena uslovlila je preoblikovanje starih modela proizvodnje i distribucije. Tradicionalna proizvodnja nastavlja da obezbeđuje radnu snagu i materijalne resurse, dok se kapital i simbolička dobra koncentrišu u novim sektorima kreativne ekonomije. Privredni razvoj u savremenim uslovima ima sve više kreativizaciju industrija i drugih delatnosti (poljoprivreda i "oko poljoprivrede"), kao osnovni sadržaj. Razvoj ukupne privrede koji se odigrava pod uticajem kreativnosti i u kome posebno mesto ima kreativna ekonomija - predstavlja proces kreativizacije (Rikalović, Molnar, Mikić, 2016).

Proces kreativizacije znači oslobađenje industrija od tradicionalnih sirovinskih obeležja i preusmeravanje u pravcu uspostavljanja razgranatih poslovnih struktura u kojima osnovne elemente čini prerada agrarnih i industrijskih sirovina u dobra i usluge sa značajnim kreativnim sadržajem. Kreativizacijom se promovise ujednačavanje ekonomskog rasta u urbanim i ruralnim sredinama. Ona je osnova njihovog inovativnog i preduzetničkog potencijala, kao i privlačenja novih investicija.

Novi koncept društveno – ekonomskog razvoja zasniva se na stvaranju uslova za razvoj koji pruža jednaku šansu životu u gradu i selu. U modernom konceptu razvoja značaj lokalnog i ruralnog razvoja postaje sve veći.² U lokalnoj sredini se, naime,

² Upravo to je prepoznala Evropska Unija, koja kroz svoju Kohezionu politiku izdvaja značajna sredstva za razvoj lokalnih i ruralnih sredina.

stvara visoko kreativan inovativni proizvod. Kreativnost se ogleda u sledećem: svaka lokalna zajednica može da razvije kreativnu privredu, pri čemu je univerzalni karakter kreativnosti takav da je on dostupan svima i da se nalazi u svim oblastima. U tom smislu značajno je raditi na novom integrativnom pristupu podsticanjem razvoja, koji se može obezbediti zapošljavanjem vrhunske radne snage, privlačenjem pripadnika tzv. kreativne klase radnika.

Navedeni razvojni koncept posebno je značajan za Srbiju i Crnu Goru, kao izrazito ruralne države, koje već decenijama karakteriše proces ubrzane deagrarizacije i ruralnog egzodusa stanovništva. Depopulacioni procesi, snažno podstaknuti činjenicom da mladi napuštaju sela i odlaze u gradove, deluju nezaustavljivo. Kao osnovni razlozi za odlazak mladih mogu se prepoznati u negativnoj percepciji života u ruralnoj sredini, budući da u njima nema kulturnog i društvenog života, kao i ekonomskih uslova za život i rad. Jedna od mogućnosti za revitalizaciju i oporavak ruralnih područja jeste primena koncepta tzv. pametnih sela. Suština tog novog koncepta je razvoj privrede (reindustrijalizacije) zasnovane na znanju i kreativnosti, u procesu decentralizacije (regionalnog i ruralnog razvoja). To treba da doprinese poboljšanju investicione klime u ruralnim područjima, promeni strukture prihoda seoskog stanovništva u pravcu veće zastupljenosti zarada od nepoljoprivrednih aktivnosti, podizanju obrazovnog i kulturnog nivoa lokalne populacije, zadržavanju mladih ljudi na selu, kao i dolasku (doseljavnju) kreativnih profesionalca. U tom kontekstu javlja se i potreba za donošenjem nacionalnog programa ruralne industrijalizacije i jačanja njene kreativne komponente. Glavni put u budućnost biće sve veća zastupljenost kreativnog preduzetništva i preduzetnika u ruralnim područjima, što će omogućiti, prvo, smanjenje siromaštva, a potom otvaranje perspektive razvoju modernog sela. Tome će, svakako, doprineti "pogodnosti ruralne sredine" ("rural amenities").³ Te pogodnosti, uz odgovarajuću politiku države, mogu da budu jedan od najvažnijih faktora ruralnog razvoja.

Za realizaciju novog razvojnog koncepta potreban je transfer znanja i transfer tehnologije u ruralna područja. Za transfer praktičnih, stručnih znanja o modernom agrobiznisu neophodna je strateška državna podrška agrarnim naučno – obrazovnim institucijama, kao i mreže savetodavnih centara u kojima bi se zapošljavali mladi obrazovani stručnjaci raznih specijalnosti. Transfer tehnologije podrazumeva prenos ili razmenu tehnoloških znanja od mesta nastanka do neposrednih korisnika. Poželjan je i horizontalni (uvoz licenci za patente i know – how, kupovina opreme, itd.) i vertikalni transfer znanja, koji se odvija na realaciji istraživanje – razvoj (bazična – primenjena – razvojna istraživanja), gde se učesnici u transferu uključuju u neku od faza u lancu.

³ Ovaj pojam je definisan u publikaciji OECD-a i odnosi se na širok spektar prirodnih i veštačkih karakteristika ruralne sredine (predeli, istorijski spomenici i kulturna tradicija).

Transfer znanja i tehnologije ogleda se, na primer, u sledeća dva slučaja. Prvi slučaj je organska poljoprivreda, kao nova tehnologija, za čiju primenu je nužan transfer znanja kao i nove tehnologije. Nasuprot standardizovanog znanja koje se primenjuje u konvencionalnoj poljoprivredi, organska proizvodnja zahteva nova, drugačija znanja, zbog čega se poljoprivrednici susreću sa problemima prelaska iz jednog modela proizvodnje u drugi. U organskom sistemu proizvodnje poljoprivredni proizvođači moraju da uče kako da koriste poljoprivredu na način koji je više u skladu sa ekosistemom i ritmom prirode. Ovde se vrednuje lokalno znanje, lokalni eko – sistem i lokalni identitet. Druga oblast transfera znanja i tehnologija je primena aj – ti (IT) sektora i digitalizacija u ruralnim sredinama. Reč je, između ostalog, o mogućnostima primene koncepta "precizne poljoprivrede" ili "poljoprivrednoj proizvodnji zasnovanoj na informacijama", digitalizacije poljoprivrede. Svrha joj je ekonomsko korišćenje vode, azota i drugih inputa, kako bi se hrana proizvodila uz manji uticaj na životnu sredinu. "Precizna poljoprivreda" uključuje, na primer, optimalno korišćenje đubriva, kako bi se smanjila valorizacija i ispiranje đubriva koje ne apsorbuju biljke, što je značajno za očuvanje poljoprivrednog zemljišta i njegovog racionalnog korišćenja (Pejanović, 2017).

Uspešan transfer znanja i tehnologija treba da omogućuje potpunu primenu koncepta održivog razvoja. Održivi razvoj je, naime, ozbiljno ugrožen konvencionalnom poljoprivrednom proizvodnjom zasnovanom na sintetičkim inputima intenzivne poljoprivrede, što je dovelo do ozbiljnih problema zdravstvene bezbednosti hrane. Problem je i što se celokupni dosadašnji razvoj zasniva na energiji fosilnih goriva. Problem je, takođe, i u tome što je poljoprivreda sve više izložena negativnim efektima klimatskih promena. Stoga su nam potrebna nova znanja i nove tehnologije, kao što su biološki preparati u zaštiti biljaka i životinja, obnovljivi izvori energije, kao i nova znanja u adaptivne mere u preventivu klimatskim promenama.

Kada je u pitanju transfer znanja i tehnologija treba stimulisati kako tehnološke tako i organizacione inovacije u agroindustrijski sektor (preko razvoja sistema naučno – obrazovnih institucija, razvoja saradnje privrede sa univerzitetima, podrške vlade naučno – istraživačkom radu, veći procenat izdvajanja za istraživanja, itd). Neophodno je da se povezuju univerziteti, firme, lokalne zajednice i druge institucije i organizacije civilnog društva, u cilju pronalazjenja rešenja za održivi razvoj.

Potrebna je, dakle, temeljna promena globalnog modela razvoja i razvojne politike, sa naglaskom na regionalni, lokalni i ruralni razvoj. Reč je o **modelu integralnog ruralnog razvoja**, koji pored poljoprivrede u ruralnim sredinama, posebno u selima, podstiče razvoj kreativne industrije, razvoj malih i srednjih agroindustrijskih preduzeća, zanatskih radionica, raznih tipova zadruga, uslužnih servisa i agencija (npr. za seoski turizam), sve do moderne kućne radinosti i seoskog kulturnog stvaralaštva. Integralni ruralni razvoj bi pratile odgovarajuće državne politike: agrarna, investiciona, kreditna, socijalna, populaciona, kulturna i politika preduzetništva.

3. Preduzetništvo, inovacije i multifunkcionalna poljoprivreda

Preduzetništvo se u savremenoj ekonomiji smatra četvrtim faktorom društvene reprodukcije – pored zemlje, rada i kapitala. Danas se sve više govori o preduzetničkoj ekonomiji kao najboljem modelu savremene tržišne privrede.

Inovacije i preduzetništvo su od suštinskog značaja za tržišno pozicioniranje i sticanje konkurentne pozicije u uslovima promenljivog okruženja. Sve izraženija dinamika tehnoloških promena, globalizacija svetske ekonomije i povećanje nivoa konkurentnosti predstavljaju velike izazove pred preduzetnike, kao lidere novog milenijuma (Pejanović, Tica, 2005).

Preduzetnici su nosioci preduzetničkih aktivnosti, tj. pokretači novih poslovnih poduhvata. Većinu uspešnih preduzetnika odlikuju neke zajedničke osobine: motivisanost, odlučnost, inicijativnost, kreativnost, inovativnost, orijentacija na budućnost, itd. Preduzetnici su posebne ličnosti, koji određenu ideju ili koncept tretiraju kao šansu, i to tamo gde je mnogi ne vide. Pri svemu tome, centralna kategorija preduzetništva je inovacija i to u najširem smislu (tehnička, ekonomska, društvena).

Inovacija kreira resurs. Resurs je, naime, "mrtav kapital" sve dok ga čovek ne obdari upotrebom i ekonomskom vrednošću. Sve do tada, svako postrojenje znači samo "korov", svaka ruda znači samo jednu od beznačajnih stena, dok zemljište predstavlja obično stanište biljnog i životinjskog sveta (Draker, 1992).

Iskustvo razvijenih zemalja pokazuje da postoji čvrsta veza između ekonomskog rasta i inovacione politike. Ta politika je deo koncepta sistemske inovacije, tj. svrsishodnog i organizovanog traganja za promenama. Značajna je aktivnost države u tom domenu, koja pruža podršku i relevantne institucije, te njihovu umreženost, radi postizanja potrebne sinergije.

Značaj inovacija slikovito opisuje Jozef Šumpeter, čuveni ekonomista, koji kaže: "Kao što ljudi umiru prirodnom smrću, u slučaju firmi uzrok smrti je njihova nesposobnost da drže korak u inoviranju" (Šumpeter, 1985). Inovacije su, dakle, pokretačke sile ekonomskog razvoja.

Od mnogobrojnih oblika preduzetništva za Srbiju i Crnu Goru posebno je važno agrarno preduzetništvo. Ono je u tesnoj vezi sa agrobiznisom. Pri tom agrobiznis označava moderni sistem proizvodnje, prerade i distribucije hrane. Agrobiznis predstavlja zbir svih operacija i delatnosti u poljoprivredi i "oko poljoprivrede". Konkretno, agrobiznis čine: male porodične farme, velike korporacije, kreditne institucije i drugi snabdevači inputima, marketing i prerađivačke firme, transportna mreža, veletrgovina, restorani, agrarni turizam, uslužni biznis, IT sektor u poljoprivredi.

Ideja agrarnog preduzetništva javlja se 70-ih godina prošlog veka u Evropskoj ekonomskoj zajednici, da bi bila posebno podržana 90-ih godina u Evropskoj Uniji. Prekomerna idnustrijska koncentracija na urbanim područjima prouzrokovala je devijacije u demografskoj, socijalnoj i ekološkoj sferi. Bili su to ključni razlozi za pristupanje novoj razvojnoj filozofiji.

Zahvaljujući čitavom nizu reformskih akata⁴, donesenih u cilju poboljšanja ekonomske i socijalne kohezije Zajednice, **ruralna područja** postaju sve više privlačna za različite vrste biznisa, naročito za one koji nisu konkurentni u prenaseljenim urbanim centrima. Otvaranje mogućnosti za nove poslove počelo je da privlači sve veći broj ljudi u nekada zapostavljena ruralna područja. Na selo, kao područje rada i življena, ne gleda se više sa rezignacijom.

Održivost ruralnog razvoja, po novom konceptu, ne ogleda se samo u očuvanju kvaliteta prirodnih resursa i biodiverziteta, već i u očuvanju socijalnog i kulturnog diverziteta, kao osnove opstanka na našoj ugroženoj planeti.

Novi koncept ruralnog razvoja i ruralne ekonomije uvodi u zemlje-članice stručnu obuku, koja žitelje ruralnih područja ohrabruje da ulaze u nove oblike **ruralnog biznisa**. Smatra se da ruralni svet ima značajne kapacitete za samorevitalizovanje.

Programi ruralnog razvoja⁵ u okviru Zajedničke agrarne politike (CAP) usmereni su na obuku farmera za korišćenje novih tehnologija u restrukturiranoj poljoprivrednoj proizvodnji, čime se doprinosi smanjenju izolacije najznačajnijih regiona.

U okviru ruralne ekonomije žiteljima ruralnih područja pruža se šansa da se, pored poljoprivrede, bave i drugim delatnostima, kao što su šumarstvo, zanatstvo, turizam, kultura, IT sektor, usluge i druge aktivnosti usmerene na održavanje ruralnog ambijenta.

Ovu renesansu "neoruralizma" neki autori su izjednačili sa pojmom "ruralna industrijalizacija" što podrazumeva da sve manje ljudi radi u poljoprivredi, mada najveći deo populacije živi u ruralnim područjima. Osnovu novog pristupa čini razvoj biznisa "u i oko poljoprivrede" u ruralnim sredinama. Evropski parlament, u jednoj od svojih Rezolucija, kaže da "nema ruralnog razvoja bez prisustva poljoprivrede u izvesnom stepenu", ali i da "razvoj ruralnih zajednica ne može biti poveren samo poljoprivredi".

Reformisana agrarna politika u politiku ruralnog razvoja vraća vitalnost mešovitim, resursno ograničenim gazdinstvima (part-time-farms), koja se mogu baviti i drugim delatnostima ruralne ekonomije ("oko poljoprivrede"). U nekim zemljama (na

⁴ Među ovim aktima najznačajnije su Mekšerijske reforme (MacShavery Reforms) zajedničke agrarne politike (EU) iz 1992. godine, koje su potom potvrđene Mاستrihtskim dogovorom (Mastriicht Treaty), kao i reforme iz 2003. g. Reč je o **reformisanju agrarne (sektorske) politike u politiku ruralnog razvoja**.

⁵ Takav je program Lider (Leader-Liasons entre de developpment de l' ecnomic rurale – Uputstva za uključivanje u akcije razvoja ruralne ekonomije). Lider programi promovišu transnacionalnu i međuregionalnu saradnju, razmenu informacija i iskustva preko mreže "Rural Europe, Leader European Observatory" (Brisel). U okviru programa Lider poznati su Lider I iz 1991, Lider II za period 1994-1999, Lider plus za period 2000-2006. godine. Pored Lider inicijative od početka 90-ih u Zajednici su poznate i druge inicijative (programi) kao što su Interreg, Envireg, Pease i Posel.

primer u Francuskoj) smatra se da bi mešovito gazdinstvo u sadašnjoj fazi razvoja, moglo predstavljati čak i provladavajući model razvoja unutar novog koncepta multifunkcionalne poljoprivrede (Pejanović, 2015).

Multifunkcionalna poljoprivreda podrazumeva akcije koje nisu usmerene jedino na povećanje proizvodnje i bavljenje poljoprivredom, nego i na ostale koristi života na selu, kao što su: **(1)** korist od očuvanja okoline (biodiverzitet, zaštita od poplava, erozije, očuvanje prirodnih pejzaža...); **(2)** korist od obezbeđivanja prehrambene sigurnosti u ruralnim područjima; **(3)** razvoj ruralnih područja (obezbeđivanje zaposlenosti i povezivanje poljoprivrede sa ostalim sektorima); **(4)** socijalno-ekonomska korist (očuvanje tradicionalnih seoskih vrednosti, kulturnog nasleđa, i tsl.). Reč je, naime, o prelazu od "poljoprivrede radi proizvodnje" (agriculture of production) na "poljoprivredu radi zaštite" (agriculture of protection).

Pogodnost multifunkcionalne poljoprivrede je u ostvarenju većeg profita, preko razvoja i drugih delatnosti, na primer turizma i to: eko-turizma (u zonama zaštićene prirode), etno-turizma (ističe istorijske i etnološke vrednosti), ruralnog turizma, zdravstvenog i rekreativnog turizma, verskog, kao i edukativnog turizma. U poljoprivrednim regionima posebno je značajan agroturizam, za organsku proizvodnju to je agroturizam (rad na organskoj farmi, hrana, i dr.). U svim ovim oblicima turizma poljoprivredna proizvodnja i hrana imaju svoje značajno mesto. Ekonomski i ekološki rezultat multifunkcionalne poljoprivrede uslovljeni su znanjem i stvaranjem uslova za razvoj sela.

Najznačajniji reformski dokument zajedničke agrarne politke (CAP) je **Agenda 2000** (Berlinski sporazum) iz 1999. godine. Ovaj document je tada predstavljao novi evropski pogled na budućnost ruralnog razvoja. Agendom 2000 istaknuti su, između ostalog, i "**noseći stubovi**" **CAP-a**. Prvi stub predstavlja konkurentna i održiva multifunkcionalna poljoprivreda, u kojoj farmeri nisu samo proizvođači hrane, veći čuvari prirodnih resursa i životne sredine. Drugi stub predstavlja ruralna ekonomija, finansijski podržavana kroz politku ruralnog razvoja, kojom se garantuje trajna vitalnost ruralnih zajednica.

U vezi sa drugim stubom CAP-a, koji projektuje razvoj ruralnog sveta u EU, postoje neslaganja među pregovaračima unutar STO (Svetske trgovinske organizacije), koja se zalaže za "kresanje" svih agrarnih subvencija. EU čine sve da opravdaju svoje subvencije agro-ruralnom sektoru, mada ne mogu da izbegnu izvesna "smanjenja" izdvajanja.

Agenda 2000 predviđala je ogromne iznose finansijskih sredstava za projekte ruralnog razvoja. S tim u vezi ponuđene su 22 mere koje se mogu klasifikovati u sedam širih kategorija: **(1)** investicije u farm-biznis; **(2)** humani resursi – mladi farmeri, rano penzionisanje i stručna obuka; **(3)** regioni sa nepovoljnim uslovima za razvoj i sa problemima očuvanja životne sredine; **(4)** mere očuvanja životne sredine u agro-regijama; **(5)** mere za unapređenje prerade i marketinga poljoprivrednih proizvoda;

(6) mere pomoći šumarstvu i (7) mere koje promovišu integralni razvoj ruralnih područja.

Ukupno finansiranje ruralnog razvoja od strane EU za period 2000-2006. godine obuhvatao je preko 50 milijardi evra za "osnovne" programe ruralnog razvoja. Od toga 33 milijarde evra poticalo je od sredstava EAGGF-Guarantee sekcija, a 18 milijardi evra iz EAGGF – Guidance sekcija.⁶ Preostalih oko dve milijarde evra odnosilo se na sredstva iz programa Lider plus.⁷

Multifunkcionalnost (multiaktivnost) je ključna reč **nove agrarne i ruralne politike** EU, koja se često povezuje sa sintagmom "**seoski razvoj**", što je za nas veoma značajno i aktuelno. Poljoprivredne delatnosti u ovom kontekstu nisu povezane samo sa obradom zemlje i proizvodnjom hrane, nego i sa upravljanjem životnom sredinom, kao i pružanjem usluga lokalnoj zajednici i čitavom društvu. U svom osnovnom značenju ovo za razvijene zemlje nije novi koncept, budući da je poljoprivreda i pre imala multifunkcionalnu ulogu u privrednom i društvenom razvoju, ali su se uslovi danas prilično izmenili.

Prisutna je u EU široka rasprava o novim zadacima koje poljoprivredna gazdinstva treba da obavljaju za društvo i u tom smislu ističe se značaj analize multifunkcionalnosti. Jedno od tumačenja multifunkcionalnosti polazi od postojanja brojnih proizvodnih i neproizvodnih outputa koje proizvodi poljoprivreda, koji se mogu vrednovati na postojećim tržištima ili pak ne podležu tržišnim mehanizmima. Multifunkcionalnost protumačena na ovaj način nije specifična samo za poljoprivredu, već je svojstvo i drugih privrednih delatnosti i može se nazvati "pozitivnim" konceptom multifunkcionalnosti (OECD, 2011).

"Normativni" pristup tumačenju multifunkcionalnosti temelji se na brojnim funkcijama poljoprivrede, ne samo u proizvodnom procesu, već i na drugim funkcijama koje izviru iz nje same i koje joj društvo poveri. Naime, tokom poslednjih decenija, u razvijenim evropskim državama pojavili su se brojni preduzetnici koji su započeli poljoprivrednu delatnost, a postepeno uvodili i nove profitabilne nepoljoprivredne delatnosti. Brojni su primeri takvog "**seoskog preduzetništva**" koji pokazuju da je koncept multifunkcionalnosti strogo vezan za prisnost poljoprivrednih i nepoljoprivrednih delatnosti unutar istog gazdinstva, gde postoji zajedničko korišćenje istih resursa. U ovom slučaju multifunkcionalnost poljoprivrede predstavlja mnogo više od mogućnosti ostvarivanja dodatnog prihoda. U suštini, radi se o novom organizacio-

⁶ EAGGF - European Agricultural Guidance and Guarantee Fund (Evropski fond za usmeravanje i garancije u poljoprivredi). **Fond** sadrži dve sekcije: Guidance (Usmeravanje) i Guarantee (Garancije).

⁷ Efekti koncepta integralnog ruralnog razvoja u EU su očiti. Velika Britanija je tipičan primer **urbanog egzodusa** tokom 90-ih godina, sa stopom rasta ruralnog stanovništva od 17,8%, pri povećanju ukupnog stanovništva po stopi od 3,5% godišnje (Videti moju knjigu: *Ogledi iz agrarne i ruralne ekonomije*).

nom obliku preduzetništva, koji povezuje (udružuje) poljoprivrednu proizvodnju sa drugim delatnostima, kao što su: turizam, prehrambena industrija, IT sektor, trgovina, proizvodno i uslužno zanatstvo, zadrugarstvo različitog tipa, obrazovanje, usluge, kultura, društvo, čuvanje krajolika i životne sredine, izdavanje u najam zemljišta i kuća za stanovanje i druge profitabilne aktivnosti. Pri tome, seosko preduzetništvo ne mora da bude locirano samo u seoskim područjima (primarnim seoskim naseljima, centrima sela ili centrima zajednice sela), već nalazi svoju primenu i blizu većih gradskih naselja, gde postoji potencijalna tražnja za poljoprivredno-prehrambenih proizvodima, kao i za aktivnostima koje uključuju rekreaciju, rehatbilitaciju ili brigu o "žrtvama" socijalne patologije urbanih sredina.

Kao rezultat ukрупnjavanja poseda u razvijenim zemljama EU **izdiferencirale** su se: male i srednje porodične farme, zatim vrlo značajne – srednje i krupne komercijalne farme, kao i multinacionalne kompanije.⁸ Multinacionalne kompanije, pored poljoprivrede, obuhvataju delove prehrambeno – prerađivačke industrije, industrije repromaterijala i prometa na teritoriji neke zemlje, itd. Ukрупnjavanje poseda je planska politika organa EU.

Uporedo sa: **(1) ukрупnjavanjem poseda i farmi** odvijaju se u poljoprivredi razvijenih zemalja i drugi procesi, kao što su **(2) Intenzifikacija poljoprivrede**, što je jedan od osnovnih principa agrarne politike razvijenih zemalja, od kojih se Holandija i Japan naročito ističu visokom **proizvodnjom po jedinici kapaciteta**; **(3) Specijalizacija poljoprivredne proizvodnje**, svođenjem proizvodnog programa na dva ili tri proizvoda, danas je zastupljena u poljoprivredi razvijenih zemalja (primeri za to su farme u Holandiji, koje isključivo gaje živinu za Londonsko tržište, farme u Danskoj za proizvodnju bekona za englesko tržište i farme za proizvodnju cveća u Holandiji); **(4) Industrijska staklenička proizvodnja**, visokokvalitetnih proizvoda naglo se širi u Koreji, Japanu, Francuskoj, Italiji, SAD i nekim drugim zemljama; **(5) Fleksibilne proizvodne tehnologije** u oblasti biotehnologije (genetički inženjering) nalaze široku primenu u poljoprivredi, preradi poljoprivrednih proizvoda, zaštiti životne sredine, itd. (Pejanović, 2013).

Tokom 2013. godine izvršena je nova reforma i formulisana nova agrarna i ruralna politika EU za period 2014. do 2020. godine, koja podržava i proširuje koncept integralnog ruralnog razvoja. Istaknuta su tri ključna cilja agrarne i ruralne politike: održiva proizvodnja hrane⁹; održivo upravljanje prirodnim resursima; uravnotežen teritorijalni razvoj. Novom agrarnom politikom EU predviđa se da farmeri u svojoj

⁸ Srbiju, na žalost, karakteriše dominacija malog, nekonkurentnog poljoprivrednog gazdinstva, sa prosečnom površinom od svega pet hektara obradivog zemljišta.

⁹ U EU se primenjuju veoma stroga pravila koja se odnose na bezbednost hrane u pogledu veterinarske i fitosanitarne bezbednosti. Prisutan je princip kontrole od njive do trpeze ("from farm to fork").

praksi moraju više pažnje da posvećuju uticaju njihove proizvodnje na zaštitu životne sredine. U tom smislu povećavaju se zahtevi i pooštavaju kriterijumi. Planirani budžet za realizaciju zajedničke agrarne i ruralne politike za navedeni period iznosi 37,8% od ukupnog budžeta EU, što predstavlja smanjenje u odnosu na prethodni obračunski period (2007-2013). Pri tom je akcenat na efikasnijem trošenju sredstava¹⁰, kao i na ukрупnjavanju poseda.

Ciljevi CAP-a su dopunjeni. U okviru prvog stuba CAP-a predviđa se: jačanje prerađivačkih kapaciteta, pružanje systemske podrške mladim proizvođačima; implmentiranje instrumenata za zaštitu od rizika u proizvodnji (klimatskih promena). U okviru drugog stuba CAP-a definisani su sledeći ciljevi: transfer znanja i inovacija u poljoprivredi i ruralnim područjima; ostvarivanje održivog razvoja poljoprivrednih gazdinstava i unapređenje njihove konkurentnosti; jačanje aktivnosti iz oblasti prerađivanja i marketinga poljoprivrednih proizvoda, dobrobiti životinja i upravljanje rizikom u poljoprivredi; očuvanje kvaliteta životne sredine; promovisanje efikasnosti resursa; i promovisanje socijalne industrije, redukcije siromaštva i ekonomski razvoj ruralnih područja.

Evropska unija, dakle, istrajava na putu razvoja poljoprivrede i ruralnom razvoju, kroz koncept integralnog ruralnog razvoja. To saznanje je za nas dragoceno, jer smo ruralna zemlja, kao i s obzirom na naše strateško opredelenje ulaska u EU, na naš status kandidata, što nam se nameće i kao šansa i kao obaveza u procesu pristupanja.

4. Zaključak

Razvojni modeli privrede zemalja Evropske Unije poučni su i inspirativni. Njih treba, po našem mišljenju, pomno pratiti, analizirati, proučavati i kroz proes obrazovanja saopštavati i primenjivati. Jedan od, za nas, značajnih modela je model integralnog ruralnog razvoja, koji se kroz kreativnu industriju i preduzetničku ekonomiju, primenjuje u EU od kraja 20. veka, i daje izvanredne rezultate, o čemu sam pisao, što se vidi i u navedenom spisku literature.

Stratezi EU su pošli od pretpostavki i karakteristika sličnim onim u zemljama našeg okruženja, kao što su Srbija i Crna Gora, koje su predmet našeg posmatranja. Oko 57% stanovništva EU živi, naime, u ruralnim oblastima, koje obuhvataju preko 90% teritorije Unije. Ruralne oblasti su veoma bogate i raznovrsne po zastupljenom prirodnom diverzitetu i kulturnom nasleđu. Obezbeđuju veći deo evropske hrane i oslonac su prehrambene sigurnosti. Ruralna ekonomija EU je vrlo raznovrsna, kao i

¹⁰ EU pomera težište u Zajedničkoj agrarnoj politici na konkurentske prednosti tzv. EU 15, odnosno starih članica, što izaziva zabrinutost ostalih zemalja, koje će očitobijati (već i sada) manje subvencija.

lokalne zajednice koje na njoj zasnivaju svoj opstanak. Ruralne oblasti su i prostor za realizaciju evropskih gradova i mnogobrojnih turista iz zemlje i inostranstva.¹¹

Uprkos našem uobičajenom poimanju nesporno razvijene ekonomije ekonomije Evrope, ruralne oblasti u njoj dugo vremena su ostvarivale relativno nizak nivo prihoda i imale (a neke imaju) relativno visoke stope nezaposlenosti, kao i odliv stanovništva u urbane oblasti. Milioni vlasnika malih gazdinstava (manjih od pet hektara zemljišta) u EU danas su primorani da traže posao ili dopunske prihode u drugim delovima ruralne privrede. Na sve njih utiču brze promene u poljoprivredi, kje slede iz reforme Zajedničke poljoprivredne politike EU (CAP), pa se spektar njihovih interesovanja sa primarne proizvodnje sve više širi ka drugim aspektima ruralnog razvoja.

Ciljevi navedenog koncepta su višestruko pozitivni: ujednačavanje uslova života u ruralnim i urbanim oblastima, povećanje prihoda domaćinstava, povećanje konkurentnosti, valorizacija likalnih resursa, itd. Ključni akteri za primenu ovakve paradigme nisu više samo nacionalne vlade, već svi nivoi vlasti (nacionalni, nadnacionalni, regionalni i lokalni), kao i različiti lokalni akteri (javni, privatni, nevladine organizacije).

Iz analize i proučavanja teorije i prakse EU, kao i iskustava razvijenih zemalja, može se zaključiti da je koncept **integralnog ruralnog razvoja**, sa njegovim različitim modalitetima, od kojih ističemo kreativnu industriju, inovacije, preduzetništvo i posebno agrarno preduzetništvo – put kojim bi, po našem mišljenju, mogla i trebala da ide privreda Republike Srbije, kao i privreda Republike Crne Gore, s obzirom na njihove komparativne prednosti, koje treba pretvoriti u konkurentne prednosti. Obrazovanje može i treba da odigra, s tim u vezi, veliku ulogu, uz adekvatnu ekonomsku politiku.

Kada je u pitanju hrana, tj. poljoprivreda nužno je, po našem mišljenju, agrarnim, ruralnim, populacionim i drugim merama ekonomske politike revitalizovati selo i vratiti mu tradicionalne i moderne društvene funkcije. Nužno je zaustaviti spiralu propadanja našeg sela i preokrenuti nepovoljne razvojne trendove. Za ostvarivanje ovog teškog zadatka potrebna je temeljna promena globalnog modela razvoja i razvojne politike, sa naglaskom na regionalni, lokalni i ruralni razvoj. Reč je o navedenom modelu integralnog ruralnog razvoja, koji pored moderne poljoprivrede u selima podstiče razvoj malih i srednjih agroindustrijskih preduzeća, zanatskih radionica, raznih tipova zadruga, klastera, udruženja, uslužnih servisa i agencija, sve do moderne kućne radinosti i seoskog kulturnog stvaralaštva.

Posebno je značajan razvoj organske poljoprivrede, kako za zdravlje ljudi tako i za očuvanje životne sredine, zemljišta, i biodiverziteta. Ne treba zanemariti ni eko-

¹¹ U Srbiji seoska područja zauzimaju preko 85 odsto teritorije, tu živi oko 60 odsto stanovnika. Ruralne predele karakterišu izuzetne prirodne lepote, bogata kulturna baština i izvanredno vredni ljudi – domaćini.

nomske efekte ove proizvodnje, za koju Srbija i Crna Gora poseduje izrazite komparativne prednosti, koje treba pretvoriti u konkurentske mogućnosti.

Kreativne industrije, koje obuhvataju set aktivnosti zasnovanih na znanju, talentu i preduzimljivosti svoju održivost na tržištu postižu međusobnim povezivanjem sa drugim sektorima (turizam, kulturno nasleđe i baština). Pri tom je kreativnost sposobnost da se stvari i pojave posmatraju na nov način, uspostavljaju novi odnosi, sagledavaju nove perspektive i razvijaju nove ideje zasnovane na znanju i inovacijama. Kreativna ekonomija se nalazi na raskršću umetnosti, kulture, modernih tehnologija i poslovanja.

Pored mnogobrojnih poslovnih aktivnosti kreativna ekonomija obuhvata i patentne delatnosti (nauka i inovacije, istraživanje i razvoj), industriju robnih znakova, biotehnologiju i preciznu poljoprivredu, pa sve do IT sektora, čija primena je mnogostruka. Na taj način kreativni i tradicionalni sektori međusobno se povezuju i sjedinjuju, dovodeći do suštinskog preobražaja industrijskog sektora – reindustrijalizacije.

Proces kreativizacije znači oslobađanje industrija od tradicionalnih sirovinskih obeležja i preusmeravanje u pravcu uspostavljanja razgranatih poslovnih struktura u kojima osnovne elemente čine prerada agrarnih i industrijskih sirovina u dobra i usluge sa značajnim kreativnim sadržajem. Kreativizacijom se promoviše ujednačavanje ekonomskog rasta u urbanim i ruralnim sredinama. Ona je osnova njihovog inovativnog i preduzetničkog potencijala i privlačenja novih investicija u agroindustriju.

Potrebno je, dakle, u centar ekonomskog obrazovanja staviti preduzetništvo, inovacije i kreativne industrije. S druge strane, potrebno je obrazovanje preduzetnika.

Na kraju, treba upozoriti da promocija integralnog ruralnog razvoja nosi brojne izazove u politici i upravljanju. Ona, pre svega, podrazumeva jačanje koordinacije među sektorima, različitim nivoima vlasti, kao i između javnih i privatnih aktera. Eksperti OECD-a su još 2006. godine savetovali da prelaz sa jednosektorske (poljoprivredne) politike ka integrisanom pristupu ruralnom razvoju zahteva veliku pažnju na nekoliko ključnih oblasti: transport i razvoj elektronskih komunikacija; pružanje javnih usluga; valorizacija prirodnih i kulturnih resursa; promocija ruralnih preduzeća uključujući razvoj i finansiranje malih i srednjih preduzeća. Nova ruralna paradigma zahteva značajne promene u načinu osmišljavanja i sprovođenja odgovarajućih ekonomskih politika. Tradicionalne hijerarhijske administrativne strukture nisu adekvatne za efikasno sprovođenje multisektorske politike na više nivoa – horizontalnom na centralnom i vertikalnom na različitim nivoima vlasti.

U centar ekonomskog obrazovanja treba, dakle, staviti sve aspekte ovog značajnog i perspektivnog projekta, pri čemu, obrazovanje, edukacija i inovacije znanja preduzetnika moraju biti permanentni delovi koncepta celoživotnog učenja. Pri tome je sposobnost kritičkog preispitivanja, otkrivanja i kreativnog razmišljanja važnija od pukog usvajanja informacija. Isto tako, "sposobnost da učimo brže od svojih konkurenata možda je naše jedino održivo konkurentsko oružje" (Kotler, P., 2004).

Literatura

- Drucker, P. (1992), *Inovacije i preduzetništvo*, Privredni pregled, Beograd.
- Dorđević, S., Milovanović, J. (2017), *Održivi turizam u funkciji ruralnog razvoja*, Univerzitet Singidunum, Beograd.
- Njegomir, V., Marović, B., Pejanović, R., Kuzmanović, B. (2017), *Klimatske promene i osiguranje poljoprivrede*, Princip pres, Beograd.
- Pejanović R., Tica, N. (2005), *Tranzicija i agropriroda*, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Pejanović, P., Njegovan, Z. (2010), *Preduzetništvo i (agro)privreda*, Poljoprivredni fakultet Novi Sad.
- Pejanović, R., Njegovan, Z. (2011), *Principi ekonomije i agrarna politika*, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Pejanović, R. (2018), "Contemporari problems of agriculture and the countryside – Experiences of the Republic of Serbia", *International GEA (Geo Eco – Eco Agro), Conference, 1-3, Novembar 2018, Podgorica, Book of Abstract*, p.211.
- Pejanović, R. (2015), "Nodrživost dosadašnjeg koncepta razvoja i problem bezbednosti hrane", *Letopis naučnih radova, br. 1/2015*, ss. 141-152.
- Pejanović, R. (2013), *Ogledi iz agrarne i ruralne ekonomije*, Poljoprivredni fakultet, Novi Sad.
- Pejanović, R. (2017), *Razvojni Problemi privrede i društva*, Akademska knjiga, Novi Sad.
- Adžić, S., Pejanović, R. (red.) (2014), *Performanse i razvojne mogućnosti agrarne industrije u AP Vojvodini*, Poljoprivredni fakultet u Novom Sadu, Ekonomski fakultet u Subotici, Novi Sad – Subotica.
- Rikalović, G., Molnar, D., Mikić, H. (2016), "Ruralni razvoj i kreativna ekonomija", u: zbornik radova *Stanje i perspektiva agroprirode i sela u Srbiji*, Nučno društvo ekonomista Srbije i Ekonomski fakultet Beograd, ss. 41-68.
- Škatarić, G., Pejanović, R. i sar. (2018), "Agricultural policies and rural development of Montenegro", *International GEA (Geo Eco – Eco Agro), Conference, 1-3 Novembar 2018, Podgorica, Book of Abstract*, pp. 119-120.
- Šumpeter, Dž. (1985), *Povijest ekonomske analize I-II*, Informator, Zagreb, 1985.
- Vidić, N. (2019), *Ruralni Predeli, ruralni sistemi, ruralni turizam*, Srpsko geografsko društvo, Beograd.

FILM »IZMEĐU DANA I NOĆI« ANDRA MARTINOVIĆA –
KOMPARATIVNO -IMAGOLOŠKI OGLED

ANDRO MARTINOVIC' S FILM "BETWEEN DAY AND NIGHT" –
COMPARATIVE-IMAGOLOGICAL VISION

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

Apstrakt: *Reditelj i scenarista Andro Martinović u filmu »Između dana i noći«, po svojoj strukturalnoj arhitektonici, narativnom triptihu, kao dominantna vezivna tkiva koristi ikonički prepoznatljive i nadasve dramski funkcionalne forme, asocijativne ligature, referencijane simbole, metonimijske i metaforičke amalgame. Međutim, ono što čini jedno od njegovih suštinskih svojstava u funkciji je naglašavanja istorijskog nonsensa jednog obezglavljenog prostora i, posljedično, društvenih anomalija, uz istovremeno ukazivanje na njihove ominozne odjeke koji se neposredno reflektuju na opštu dezintegraciju, fizičku i mentalnu torturu, alijenaciju. Iz tog razloga se u ovom filmu, očigledno, dijegetički »modifikuje« prepoznatljivi prostorni okvir i dominantna dramaturška linija preusmjerava na predstavljanje komplementarnih epifenomena: klaustrofobije, paranoje, izgubljenosti, obezličnosti i sumnje u fundamentalne ljudske i moralne vrijednosti, riječju »rat« dana i noći, kao njegove globalne metafore.*

Ključne riječi: *Narativni triptih, globalna metafora, referencijalni simboli, nonsens, rat, anomalije, ominoznost, zlo, dezintegracija, fizička i moralna tortura, paranoja, obezglavljenost, alijenacija*

Abstract: *Director and screenwriter Andro Martinović in his film "Neverending Past", according to its structural architectonics – a narrative triptych, uses the iconically recognizable and above all dramatically functional forms, associative ligatures, reference symbols, metonymic and metaphoric amalgams as the dominant connecti-*

ve tissue. However, what makes one of its essential properties is to emphasize the historical absurdity of a »decapitated« space and, consequently, of social anomalies, at the same time pointing to their ominous echo directly reflecting on general disintegration, physical and mental torture and alienation. For this reason, in this film, obviously, a recognizable spatial framework is diegetically "modified" and the dominant dramatic line redirected to the presentation of complementary epiphenomena: claustrophobia, paranoia, loss, deviation and suspicion in fundamental human and moral values, in a word the "war" of day and night, as its global metaphor.

Keywords: *Narrative Triptychs, Global Metaphor, Referential Symbols, Nonsense, War, Anomalies, Adversity, Evil, Disintegration, Physical and Moral Torture, Paranoia, Obsequiousness, Alienation*

Dugometražnim igranim filmom »Između dana i noći« reditelj i scenarista Andro Martinović pravi ne samo značajan idejno-tematski i žanrovski iskorak u odnosu na svoje ranije (kratkometražne) domete, već u jednom veoma zahtjevnom i po mnogo čemu atipičnom narativu nudi tri priče čije je ishodište zlo – zlo kao fatum i, posljedično, zlo u ljudima – i apsurd, zasnovan na iracionalnim ideološkim dogmama, kao njegovim pokretačima. Film »Između dana i noći« uz to je i snažna psihološka, u prvom redu porodična drama prelomljena kroz prizmu dešavanja tri generacije, presjek jednog prostora i jednog vremena koje je, šekspirovski kazano, »iskočilo iz zgloba«. Martinović u ovom, po svojoj strukturalnoj arhitektonici, narativnom triptihu, kao dominantna vezivna tkiva koristi ikonički prepoznatljive i nadasve dramski funkcionalne forme, asocijativne ligature, referencijane simbole, metonimijske i metaforičke amalgame. Tri izuzetno snažne i sugestivne priče u svom implicitnom duktusu, na način kako taj odnos sagledava Žak Omon, nude ne samo uvid u dijahronijski presjek događanja na prostoru o kojemu je riječ – iako se na onomastičkom predznaku nigdje posebno ne insistira, što posljedično ukazuje na univerzalnost teme, tačnije problema kojim se Martinović u ovom filmu bavi – već ukazuju i na njihovu cikličnost i u najmanje optimističnim projekcijama – zakonomjernost. U svojim filmskim pričama datim u formi omnibusa, Martinović se, dakle, ne bavi anahronim i/ili retrogradnim ideološkim konceptima, »zavodljivom« idiosinkrazijom, suludim projekcijama nazovivo-

đa, patološkom (nacionalnom, vjerskom, etničkom) stigmom, nego prevashidno recidivima koji se, direktno ili indirektno, reflektuju na živote onih koji u svemu tome nijesu imali udjela. Polazeći od principa kontingentne kreativne nadgradnje djela u nastajanju i istovremeno odbacujući »ovještale« forme pripovjednog iskaza, »etablirane« diskurse, Martinović nas jasno, svedeno i jednoznačno, ovim filmom uvodi u svoje viđenje događanja, životnih sudbina i okolnosti, prostora u kom se, kako bi rekao Lubarda, i sam »odnjivio«. Ovim autorskim projektom Martinović ne pravi, kako smo već istakli, samo značajan iskorak u odnosu na svoj rediteljski i scenaristički *oeuvre*, već i u odnosu na kinematografiju unutar koje je ovo djelo nastalo.¹ Bez namjere da ulazimo u njegovo dubinsko analitičko tumačenje, kako na unutartekstualnom tako i vantekstualnom planu, odnosno vivisekciju ovog po svim aksiološkim parametrima izuzetnog artefakta, naše opservacije njegovog svekolikog značaja biće date u formi komparativno-imagološkog ogleda.

Tumačenju naznačene teme Martinović je prišao na sinematički uvjerljiv, moderan, fleksibilan i, nadasve, konkretan način. Film »Između dana i noći« rađen je mimo uobičajenih stilističkih »receptura« i recentnih klišeja, sa naglaskom na simbolu kao funkcionalnoj konstituenti, čime su se *eo sensu* u samom postupku realizacije otvorile dodatne mogućnosti njegove dijegetičke nadgradnje. Unutar dominantnog okvira dramske priče, takođe, prepoznajemo kako eksplicitne intertekstualne tako i implicite arhetipske datosti. Vidan doprinos crnogorskoj kinematografiji filmskog reditelja i scenariste Andra Martinovića očituje se – kako smo već istakli – i u nekolikim prethodnim ostvarenjima. Njegovo hermeneutičko poniranje u biće umjetnosti utemeljeno je na prepoznavanju bliskosti dva medija, književnosti i filma, uz istovremeno ukazivanje na njihova estetska prožimanja i transpozicione relacije, sa intencijom još obuhvatnijeg traganja u pravcu iznalaženje novih tematskih i semantičkih polja kao jednog od uslova njihovog dubinskog ontološkog sagledavanja. Filmovima za koje piše originalna scenarija ili adaptira književna djela istaknutih pisaca, Martinović je crnogorskoj, ali i regionalnoj kinematografiji ponudio nove heurističke i estetske premise. Prepoznatljivi etnos – i etos! – prostora kojim se ba-

¹ Film »Između dana i noći« svojim izuzetnim estetskim dometima, znalackim rediteljskim, snimateljskim i montažnim rješenjima, snažnim glumačkim kreacijama i nedvosmislenom porukom, predstavlja prekretnicu u jednoj kinematografiji u nastajanju i dobar primjer, prevashodno mladim rediteljima, kako se i sa skromnim budžetskim sredstvima može napraviti vrijedan i zanimljiv film.

vi, »bivanjem-tu stvari«, kako bi rekao Žan Mitri, nijesu samo nezaobilazni idejno-tematski nukleus ovog autora, poetska inspiracija i istraživački izazov, već prije svega suštinska paradigma, ishodište njegovog svekolikog traganja za univerzalnim etičkim vrijednostima u jednom po svojim fundamentalnim odrednicama arhetipski omeđenom prostoru.

Martinović je jedan od rijetkih filmskih stvaralaca za koga sa sigurnošću možemo reći da je, upravo zahvaljujući duhovnom bogatstvu prostora u kome je ponikao, uspio da dà značajan doprinos afirmaciji njegovih svekolikih, prevashodno kulturoloških vrijednosti. Kao samosvojni autor – u tom smislu rado ćemo se pozvati ne samo na Trifoovu i Bazenovu *politiku* nego i Serisovu *teoriju autora* – koji neprekidno istražuje estetski drugačije rakurse od onih bliskih kinematografskoj »konfekciji« i manirizmu, a sve to s ciljem da na istinski uvjerljiv i autentičan, te rediteljski sveden način prezentuje sadržaje svojih priča, Martinović u filmu »Između dana i noći« ide i dalje, u cjelosti dekonstruišući njenu sižejnu liniju i uklanjajući iz nje ambigvitete koji bi mogli da ugroze njenu dramsku uvjerljivost. Porodične, socijalne, emotivne, kontemplativne, etičke, religijske i mnoge druge refleksije, u cjelosti zaokružene, čiste i jednoznačne u svojoj dijegetičkoj punoći, date su – kao i kod njegovog velikog prethodnika Živka Nikolića – u formi dubinskog poniranja njegovih junaka u »tajnu ljudskog bića«. Samim tim i njihova psihološka karakterizacija dobija posebne izražajnu dimenziju i višeslojan mizanscenski kolorit. Dramaturški »dekodirana«, svaka od tih ličnosti nosi vlastitu životnu priču, ali i svoj »krug bezizlaza« – otud ta pesimistična nota kao podtekstualna narativna nit – i samo će rijetki među njima pokušati da se izdignu iznad svijeta takvog kakav jeste. Martinovićev film »Između dana i noći«, dramaturški satkan od »grubog« materijala, u biti je otvoreni sinematički libar, i to onaj koji bjelodano utire put još jednoj njegovoj dimenziji – balansu između iracionalne brutalnosti i tinjajuće nade. U hamvašovskim traganjima poljem svoje »aleteje«, Martinović polazi od nedvosmislene i jasno naznačene ideje, ali i sa nedvosmislenim i jasnim ciljem, da će tek suočen sa izazovom priče u koju nas uvodi moći u potpunosti da artikuliše njen puni smisao.

Zaključak koji se nameće, a koji *grosso modo* proizlazi iz dominantne dramske vertikale, film »Između dana i noći«, takođe, nudi izričit otklon od »zadate« teme s ciljem da se ukaže na neizbježno prisustvo epifenomena, ne samo kao recidiva ispraznog moralisanja i/ili estetiziranja, već i neizostavnog mapiranja, tačnije »popisa« krucijalnih društvenih, istorijskih, antropoloških, fenomenoloških, psiho-socioloških i inih data. Ali ono što čini jedno od njego-

vih suštinskih svojstava u funkciji je naglašavanja istorijskog nonsensa jednog obezglavljenog prostora i, posljedično, društvenih anomalija, koje se »po difoltu« prenose iz jedne istorijske epohe u drugu, odnosno ukazivanje na njihove ominozne odjeke koji se neposredno reflektuju na opštu dezintegraciju, fizičku i mentalnu torturu, alijenaciju. Iz tog razloga se u ovom filmu, očigledno, dijegetički »modifikuje« prepoznatljivi prostorni okvir i dominantna dramaturška linija preusmjerava na predstavljanje komplementarnih epifenomena: klaustrofobije, paranoje, izgubljenosti, obezličivosti i sumnje u fundamentalne ljudske i moralne vrijednosti – jednako kao i trijumf zla nad (znamo već čim), pataloška istrajnost u podaništvu i defetizmu, generalno jukstapozicija – ili je to »rat«! – dana i noći, globalne metafore ovog filma.

Martinović na sinematički uvjerljiv način još jednom potvrđuje tezu da, kada se radi o preispitavanju suštinskih etičkih vrijednosti, nema velikih i malih tema, već samo onih koje jesu ili nijesu valjano osvjetljene – bez redundance i izlišnog uopštavanja, upravo onako kako bi trebalo da izgleda uvođenje u priču koju nam film o kojem govorimo nudi, ali i bez dramaturški nepotrebnih zalaženja u deskriptivne eksurse kojima bi se narušila njegova arhitektonika, tačnije, onih koji funkcionišu po principu variranja žanrovski etabliranog i u manje poželjnoj varijanti klišetiziranog koda. Da bi izbjegao tu zamku Martinović u dijegetičku strukturu igranih formi inkorporira drugačije kontekstualne rakurse. Pored toga što je autor – budući da govorimo o autorском projektu *par excellence* – minucioznom karakterizacijom likova i sveobuhvatnom dijegetičkom analizom dramskih situacija otklonio bojazan od njihovog »proizvoljnog« tumačenja, poetsku teksturu filma »Između dana i noći« – kao, uostalom, i Martinovićeve prethodne filmove – takođe odlikuju nepretencioznost u primjeni dramaturških modela i, nadasve, želja da se jasnim i nedvosmislenim iskazima prenese suština problema koji se tumači.

Film »Između dana i noći«, svojom metaforičko-simboličkom gamom na najbolji način potvrđuje – potvrđujući istovremeno i autorovu poetsku inspiraciju! – suštinski otklon od nedostatnih i efemernih sistema umjetničke komunikacije koje duhovna vertikalna vremena u kojem živimo nudi – vremena ratova, nepočinstva, bijesa, paranoje, globalne hysterije, straha i još toliko toga. Iako diskurzivna konstrukcija ovog filma predstavlja otvorenu narativnu strukturu, svi njeni konstitutivni elementi u funkciji su oblikovanja osobene atmosfere koju bazična nit priče nudi. I upravo je to jedna od prednosti dramaturškog postuliranja, koje je u ovoj iskaznoj formi teško postići. Iako se rasplet sa tragičnim epilogom sve vrijeme njenog trajanja naslućuje, sama priča,

sa svojim zloslutnim ehom, ima i drugi krak. Upravo u kontrapunktskom odnosu stvarnog i mogućeg, neizvjesnog i očekivanog, koje Martinović izdiže, kako smo već istakli, na nivo globalne metafore, suočavamo se sa istinom koja opominje, ali ne i onom koja nudi moralni kompromis – isključujući zao udes jūnāka ovih priča – već tragičan epilog. U tome se i sastoji suštinski pomak koji ova priča u odnosu na one sa sličnom tematikom o jednom zlom vremenu i zlim ljudima nudi, a koja, pored toga što demistifikuje i žigoše pseudo-demiurško i autoritarno, čitajte: pravo na odlučivanje o životu drugog – i drugačijeg! – takođe, iako implicitno, iznosi problem čiji su recidivi još tu, na djelu. Riječju, Martinović pravi otklon od prepoznatljivih klišeja i, u jednoj koliko bizarnoj toliko i otvorenoj priči, na krajnje uvjerljiv način oslikava još jedan u nizu post-traumatskih balkanskih sindroma.

Strukturalni okvir Martinovićevih filmova, posebno imajući u vidu ovaj o kojem govorimo, ne prenebregavajući uticaj tradicionalnih narativnih formi, na fonu je modernog pripovjednog iskaza. Tematska interesovanja ovog autora, u onom dijelu koji je vezan za ulogu recentnih mitova u kreiranju individualne svijesti, imajući pritom u vidu njihovu kontekstualnu kulturološku dimenziju, ali i otvorenost i neposrednost njegovih filmskih priča, predstavljaju značajan iskorak u savremenoj crnogorskoj kinematografiji – i ne samo u njoj! Isto to možemo reći i za prethodne Martinovićeve filmove koji se usredsređuju na nerijetko surovu realnost jednog u potpunosti novog i za njegove junake atipičnog hronotopa. Ipak, ono po čemu su njegovi filmovi prepoznatljivi, jeste njegovo nastojanje da ono što čini ontološku kvintesencu njegovih junaka, njihov karakter, njihovu misao i stav, dovede do – ukoliko se pozovemo na Simura Četmana – krajnjih »naratoloških konsekvenci«. Pored ontološke diferencijacije koju generiše širok spektar istorijskih, društvenih i psiholoških determinanti, razbijanje ovještalih dramaturških i kvazi-pripovjedačkih receptura, vješto odabrani, iako rijetki, »prosjaji« komičnog, suptilna ironija i groteska, trivijalnost koja se transformiše u zastrašujući tragizam, u poetici ovog autora zauzimaju posebno mjesto i istovremeno određuju idejno-tematski nukleus njegovog dramskog narativa. Na tom idejno-dramaturškom fonu nastao je i scenario Martinovićevog filma »Između dana i noći«, kao odraz demistifikacije kolektivno nesvjesnog, »mitske šifre« jednog vremena, u kojem je faktor estetskog samo »povod« za eksplicitnu metaforičku parabolu – nagovještaj kraja sveopšte neizvjesnosti.

Sižeji scenarističkih prosedea, kako u ovom tako i u ostalim Martinovićevim filmovima, odlikuju se ne samo njegovim izuzetnim darom za zapaža-

nje pojedinosti već i maštovitošću i lucidnošću izlaganja bliskom rafiniranim poetskim diskursima Bele Tara, Terensa Malika, Roja Andersona i drugih, postmodernistički »osviještenih« pisaca i reditelja. Njegovi filmovi, pored toga što su refleksija jedne osobene estetike, nastale na supstratu inderdisciplinarnog poniranja u njena suštinska svojstva, ujedno su i kompleksni i zaokruženi pripovjedni iskazi i, uz to, značajna umjetnička ostvarenja.

Najviše iz tog razloga, a imajući pritom u vidu, u vremenu sve češćih i agresivnijih distopijskih anticipacija, njihovu etičku i duboko humanu dimenziju, prelomljenu kroz prizmu sveobuhvatnog sagledavanja uloge čovjeka u postkolonijalnom društvu – iliti »prvog padeža« u jednom od filmova Krsta Škanate iz vremena koje se čvrsto »držalo zgloba«! – zadovoljstvo mi je što sam u prilici da o ovom značajnom djelu crnogorske kinematografije i njegovom autoru, u ogledu koji je pred vama, ponudim svoj estetski sud.

Literatura

- Ažel, A. (1971), „Poetski finalitet filma“, *Filmske sveske broj 4*, ss. 467-73.
- Banjac, Z. (1979), „Zlo kao zaraza“, *Komunist*.
- Banjac, Z. (1982), „U senci Kafke“
- Bart, R. (1979), *Književnost, mitologija, semiologija*, Nolit, Beograd.
- Bašlar, G. (1969), *Poetika prostora*, Kultura, Beograd.
- Bazen, A. (1972), „O politici autora“, *Filmske sveske broj 4*.
- Bergson, H. (1978), *Ogledi o neposrednim činjenicama svesti*, Mladost, Beograd.
- Birš, N. (1969), „Razmišljanja o sižeu“, *Filmske sveske broj 5*.
- Bordvel, D. (1999), „Razumevanje narativa“, *Filmske sveske broj 1*.
- Cavell, S. (1978), „Razmišljanja o ontologiji filma“, *Flmska kultura 114*
- Daković, N. (1998), „Istinite laži“, u: *Dokumentarni film /studije, polemike, ogledi, razgovori/*, Beograd.
- De Šarden, P. T. (1979), *Fenomen čoveka*, BIGZ, Beograd.
- Fabijan, J. (2001), *Vrijeme i drugo /kako antropologija pravi svoj predmet/*, Jasen, Nikšić.
- Hamvaš, B. (1992), *Hiperionski eseji /mitologija – estetika – metafizika/*, Matica srpska, Novi Sad.
- Iros, E. (1986), „Biće i dramaturgija filma“, *Filmska kultura 161*.
- Jackjevič, A. (1982), „Napomene o metodologiji istraživanja filmskog dela“, *Filmske sveske broj 3*.

- Jones, E. (1990), „Pronalaženje mesta istine u filmu 1940-1980“, *Filmska kultura* 181/182.
- Jung, Karl G. (1973), *Čovek i njegovi simboli*, Mladost, Zagreb.
- Kloc, F. (1995), *Zatvorena i otvorena forma u drami*, Lapis, Beograd.
- Monaco, James (1979), *How to Read a Film: The Art, Technology, Language, History and Theory of Film and Media*, Oxford University Press, New York.
- Moravski, S. (1974), *Predmet i metoda estetike*, Nolit, Beograd.
- Tennant, N. (1987), *Anti-realism and Logic*, Clarendon Press, Oxford.
- Turković, H. (1988), *Razumijevanje filma*, GZH, Zagreb.
- Valeri, P. (2003), *Predavanja o poetici*, NNK – Internacional, Beograd.

**ANALEPSIS HRONOLOGIJA - KAKO JE RAZVOJ TEHNOLOGIJE
VODIO BUDUĆOJ PROŠLOSTI****ANALEPSIS CHRONOLOGY – HOW DID DEVELOPMENT OF
TECHNOLOGY LEAD TO THE FUTURE PAST**

mr ĐENITA KUŠTRIĆ, docent

Akademija likovnih umjetnosti, Univerzitet u Sarajevu

***Apstrakt;** Vještačka materija se u 20. stoljeću proizvodi kao surogat prirodnoj, u funkciji očuvanja ugroženih prirodnih resursa. Munjevito brzom se razvijaju ekstenzije sintetičkih masa te u svakom sektoru mijenjaju one prirodne. Karakteristično efikasne - lake i brze upotrebe, postojanosti, dostupnosti, raznolikosti, spektra: aplikabilnosti; u nekoliko decenija postaju primarne mase. Preuzeoši spasonosnu ulogu, čovjek je od njih počeo masovno praviti supstitute i kopije koji treba da govore u ime zaštićenog originala, sa postojanijim performansama, tvoreći kategoriju post-originala, do momenta kada shvatamo da se, naučno dokazano, one organski ne razgrađuju, ne brišu sa lica mjesta te dobivaju auru trajnosti i postaju fantomi. Zbog te sklonjenosti izvorne materije, ondje gdje postoji supstitut, ostvaruje se original. Takav organizam nazivamo flashback objektom, koji u svoje tijelo poziva informacije i sadržaje drugog, prijašnjeg. Original je evociran, proces kojeg ćemo nazivati reversed ghosting. Tokom posljednjih nekoliko decenija, čovjek-umjetnik problematizira ovaj odnos. Ovaj princip indirektnog poimanja života, antropogenih alternacija, intenzivno će izoršiti utjecaj na čovjekovu komunikaciju, na što ukazujemo kroz nekolicinu primjera iz umjetnosti, filozofske misli i masovne kulture. Živeći u posredovanoj stvarnosti, čovjek je u drugoj deceniji drugog milenijuma okružen flashback objektima i živi u procjepu, u budućoj prošlosti; koncept kojeg ćemo nazvati analepsis hronologijom.*

***Ključne riječi:** Analepsis hronologija, kopija, flashback objekat, post-original, reversed ghosting, savremena umjetnost*

Abstract: *In the 20th century, artificial matter was produced as a surrogate of the natural one, in the function of preserving endangered natural resources. The extensions of synthetic masses are being rapidly developed, replacing the natural ones. Being characteristically effective – easy and fast usage, persistence, availability, diversity, range of applicability; in several decades they have become the primary mass. Overtaking the salvific role, people began to massively make these substitutions and copies which need to speak for the original, with more consistent performances, to the moment when we realize, scientifically proven, that they do not degenerate organically, do not disappear but get aura of endurance, become phantoms. Original matter being sheltered, where there is a substitute, the original is achieved. We call such organism a flashback object, which in its body invokes the information and the contents of the other, the previous one. The original is evoked, a process that we call reversed ghosting. For the past few decades, human-artist is problematizing this relation. This principle of indirect comprehension of life, anthropogenic alternations will deeply influence man's communication, to which we point out through several examples from art and mass culture. Living in mediated reality, in the second decade of the second millennium, human is surrounded by flashback objects, living in a gap, in future past; a concept which we shall call analepsis chronology.*

Key words: *Analepsis Chronology, Copy, Flashback Object, Post-Original, Reversed Ghosting, Contemporary Art*

1. Uvod: Od kognitivnog medijuma do super-originala

Uočavanjem evidentnog stanja ugroženosti biodiverziteta habitata ali i umjetnina, kao i dolaskom čovjeka u određeno civilizacijsko stanje misli (nauke), u 20. stoljeću se hitro proizvode sintetičke materije kao surogati prirodnim. O samom razvoju uloge sintetičkih materija smo ranije pisali.¹ Uz to, razvija se misao o konzervaciji kao naučni i etički oblik svijesti. Naučno opravdane i profesionalno izvedene, zamjene i kopije vrlo brzo dobivaju puni legitimitet medijuma artefakta.

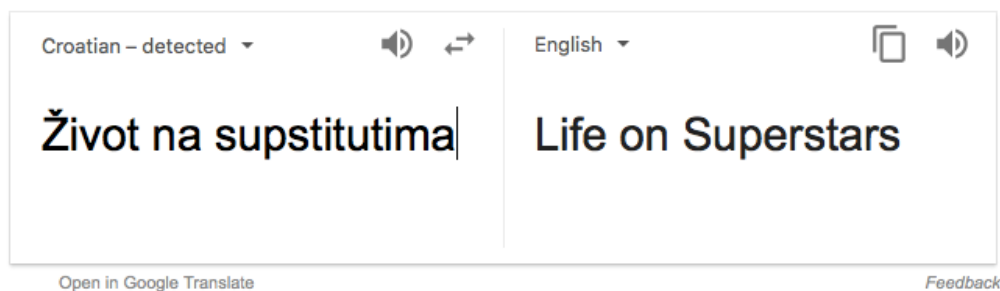
¹ Kuštrić Đ. 2012.

Riječ “medijum” u google riječniku stoji kao “*imenica: intervenirajuća supstanca kroz koju se prenose senzorni utisci ili prenose fizičke sile. Pridjev: na pola puta između dva ekstrema veličine, količine, dužine i sl.; prosjek.*”

Princip reprodukcija je od samih početaka imao neprikosnovenu obrazovnu funkciju; od olovnih lijevanih slova prve štampaće Guttenbergove mašine u renesansi i sintetičke polivinil ploče za reprodukciju muzike nakon Drugog svjetskog rata, do principa kopiranja umjetničkih djela radi direktnog učenja o samoj strukturi djela kroz čitavu historiju. Kroz historiju poznajemo mnogo primjera izvrsnih falsifikata umjetničkih djela, koji imaju intenciju krivotvorenja i podvale o čemu mi u ovom radu ne govorimo, o ustupanju mjesta, naprotiv, govorimo o jukstapoziciji replika i originala i karaktera transformativnih odnosa.

Uopšte postojanjem svijeta i nepreglednim nagomilavanjem originala, čovjek pokušava da osvoji informacije i prilagođava ih preglednom formatu – digitalizovan, pokretan, kompresovan. Što više, to brže.

Od 2012 - 2016. godine je sačinjen prvi lokalitet-faksimil, francuske pećine Lascaux u pokrajini Dordogne, što je jedna od prvih evropskih životnih nastambi i likovnih kreacija, pa i uopšte poznatog čovjekovog zapisa. Nakon cca 20 000 godina, tim od 25 svjetskih stručnjaka su najsavremenijim tehnikama 3D printanja, tzv. *stone-veil*, vještački izradili sintetičku poliuretansku kopiju-pećinu nazvanu Lascaux IV, oslikavajući 900 m², replicirajući 9000 izvornih slika i gravura na istom lokalitetu, izvornim materijalima, sa mogućnošću odstupanja od 1mm.



Slika 1: Google translate, 5.1.2019.

Ono što je čovjek obilježio prvim oblicima života, danas gledamo putem sintetičke replike, sačinjene najsavremenijim tehnologijama.² S obzirom

²Kuštrić Đ., 2016.

na ekstremnu oštećenost Lascaux-originala, Lascauxu pristupamo samo putem replike, koja se nalazi na 200-tinjak metara od izvorne pećine. Neviđena jukstapozicija prahistorije, historije i post-historije. Čovjek danas uživo ima pristup prahistorijskom originalu isključivo putem post-originala. *Video streaming* postoji u formi projekta Lascaux II, a od 18.5.2018. se realizuje i online booking ulaznica za lokalitet-faksimil Lascaux IV.

Iako postaju sve veći naponi da se proizvede solidna bio-plastika, bio-razgradiva sintetika, idalje se neupitno sintetička plastika proizvodi i masovno smatra izvanrednom. Otuda je fenomen supstituta zadobio auru super-objekta.

2. OOO i shvatanje kauzaliteta

Svojom vanserijskom trajnošću, super-original postaje *noumenon* – objekt koji postoji neovisno o čovjekovoj svijesti o njemu. *Noumenon* je objekat koji nije iscrpljen odnosima sa čovjekom ili drugim objektima.

U teoriji post - heideggerovske OOO metafizike pronalazimo mnoga uporišta; OOO je ontologija orijentisana na objekt (*Object-oriented ontology*) misao koja ne priznaje privilegije čovjeka u odnosu na nehumane objekte. Jedan od sljedbenika OOO misli, filozof Timothy Morton, predstavlja koncept hiper-objekta u svojoj knjizi *The Ecological Thought*. To su objekti koji su:

1. Viskozni: Hiper-objekt pridržava bilo koji drugi objekt koji dodiruje, bez obzira koliko se neki objekt pokušava oduprijeti;
2. Likvidni: Hiper-objekti su toliko masivni da opovrgavaju ideju da je vremenski prostor fiksiran, konkretan i dosljedan;
3. Alokalni: Hiper-objekti su toliko masivno distribuirani da se njihova totalitarnost ne može realizovati ni u jednoj lokalnoj manifestaciji. Naprimjer, hiper-objekt je globalno zagrijavanje. Ono proizvodi tornado. Lokalni objekti ne osjete globalno zagrijavanje već tornado te, po Mortonu, konkretna šteta koju prouzrokuje dokazuje masivnost alokalnog objekta;
4. Fazni: Oni se pojavljuju u tri dimenzije, no oni zauzimaju više prostora nego što ostali objekti mogu pojmiti;
5. Interobjektivni: Uslovljeni su odnosima više od jednog objekta. Oni se očitavaju kao imprint, otisak, informacija na drugom objektu. Na primjer, globalno zagrijavanje nastaje putem interakcija između Sunca, fosilnih goriva i ugljičnog dioksida, među ostalim objektima. Ipak,

globalno zatopljenje očituje se kroz nivo emisija, promjene temperature i nivo oceana, što čini da se globalno zagrijavanje čini kao naučni model, a ne objekt koji je prethodio vlastitim mjerjenjima.

Široko problematizirajući promjene, Morton pominje sintetičku plastiku kao primjer hiper-objekta (plastične kese i stiropor³), no svakako je iz navedenih svojstava jasno da se radi o našoj vrsti materije.

Pojam hiper-objekt (*Hyperobject*) nastaje po pjesmi islandske muzičarke Bjork *Hyperballad* iz 1996., iako je sami termin hiper-objekat korišten u informatičkim naukama (n-dimenzionalnost i n-te lokacije) još od 60-ih godina.

Morton uvodi termin *mesh* (engleski: mreža) za aktivnu međupovezanost i kauzalnost stvari. Svaki objekat je arheološki skup svega što mu se ikad desilo. *No-self* nije uzeto kao negacija već kao život na otvorenom i briga o drugome. Interaktivni eter. «Sada znamo još više o tome kako su oblici života oblikovali Zemlju (mislim na ulje, na kisik - prva kataklizma klimatskih promjena). Vozimo se pomoću zdrobljenih dijelova dinosaura. Željezo je uglavnom nusproizvod bakterijskog metabolizma. Tako je i kisik. Planine mogu biti izrađene od školjaka i fosilnih bakterija. Smrt i mreža idu zajedno u drugom smislu, jer prirodni odabir podrazumijeva izumiranje.»⁴

Ne postoji otočni svijet, već intimna otvorenost, ontološki neizbježan susret sa stvarnim stvarima koje će nas nadživjeti i nadjačati nas. Ono što Morton tvrdi, prije svega, jest izvjesnost etike koja se odnosi na čudne stvari beskraje regresije.

Sintetička udvajanja možemo povezati i sa Mortonovim mišljenjem da živimo u doba asimetrije (*The Age of Assymetry*). Sve što više uviđamo utjecaj industrijskog društva, sve više shvatamo da smo uključeni i sve su manje naše praktične opcije moguće. Super-originali su objekti koji imaju, paradoksalno, asimetrične osobine sa originalom.

Hiper-objekti prisiljavaju nas da predvidimo, ne svijet bez nas, ali stvarnost auto-izvršenja. Ovo je važno utoliko koliko direktno ilustrira prirodu post-artefakta.

³ Morton T., 2010. pg:130, prevod je naš.

⁴ Morton T., 2007. p:4-5, prevod je naš.

Drugi mislilac OOO pokreta, filozof i psihoanalitičar Levi Bryant piše o ontikologiji - stvarnom, fizičkom postojanju stvari u tri principa⁵, koji jasno u konačnici govore o dobivanju statusa originala njegovom izmjenom:

1. Ontički princip: nema promjene koja ne čini razliku;
2. Princip nehumanog: pojam promjene u proizvodnji razlika nije ograničen na ljudske, sociokulturne ili epistemološke domene - označavajući time bit različitosti neovisno o znanju i svijesti;
3. Ontikološki princip: ako je promjena učinjena, tada biće jeste.

Prisjetimo se kako još Heraklit piše u knjizi «Kosmički fragmenti» da se stvari ne mogu brojati dvaput(!), postoje samo mijenjanjem. Bryant razlikuje inter-ontički i intra-ontički odnos. Inter-ontički odnos je nastao s obzirom na drugi objekt, a intra-ontički odnos nastaje u odnosu na unutrašnju konstituciju drugog objekta. Hiper-objekti su jedino inter-ontički. Ontikologija raspoznaje nekoliko vrsta objekata: svijetle (*bright*) koji su aktivni učesnici, sumračne (*dim*) koji su manje aktivni, mračne (*dark*) koji su povučeni i neaktivni i osamljene (*rogue*) koji nisu istinski vezani ni za jedan asamblaž, lutajući unutar i izvan skupova, mijenjaju svojom osamljenošću odnose sklopova unutar kojih se nalaze. Po Bryantu, sintetička, nekomunikativna materija bi bila osamljena.

Treći ovdje ključan OOO mislilac, Graham Harman, ponajviše ukazuje da je riječ o spekulativnom realizmu. On piše da su stvarni objekti (originali) oni koji su komunikacijski neiscrpnjivi. "Policajac koji jede bananu smanjuje ovaj plod do prisutan-u-ruci profila njegove nedostižne dubine, kao i majmun koji jede istu bananu, parazit koji je zarazi ili vjetar koji je otpuše sa stabla. Biti-banana je istinska stvarnost u svijetu, stvarnost koju nikada ne iscrpljuju nika-kve veze s ljudima ili drugim entitetima."⁶

Naposljetku, među srodnim prethodnicima OOO teorije, slikar i teoretičar Asger Jorn piše u svojim promišljanjima o teoriji komplementarnosti⁷ kako u dijalektičkom materijalizmu savremene umjetnosti možemo razlikovati subjekt, objekt i instrument. Instrument nije ni subjekt ni objekt. Najbliže možemo porediti sa ulogom medijuma, kontejnera – u našem slučaju surogat-originala. Jorn uvodi termin "triolektika" za trinarnu logiku, trivalent - pone-

⁵ Bryant, L. Harman, G., Srnicek, N. 2011. p. 269.

⁶ Harman G., 2005. p:74

⁷ Jorn A. 1962. p: 133-175

kad skraćeno 3VL, gdje postoji istina, laž i nešto treće –nepoznato ili oboje (*true, false, unknown or both*), gdje je lažno niže od nepoznatog, a nepoznato niže od istinitog. U triolektici je artefakt istina, falsifikat laž a surogat nepoznato ili oboje.

OOO teorija, ili ponekad zvana *flat* teorija zapravo dovodi u ravan važnost objekata. U ranim radovima Bruno Latour dovodi neutron i jednoroga u istu ravan, ne pitajući šta je stvarno a šta imaginarno već šta ima snažniji efekat na stvarne odnose. Tako, na koncu legitimiteta, postavlja se pitanje vrste utjecaja koji vrši određeni objekat. OOO teorija čini postojanje post-artefakta ne samo izvjesnom, već im daje šansu da se ravnopravno uključe. No naša poenta je da ne mogu.

Naš sintetički post-original bi po Bryantovoj klasifikaciji bio *rogue* objekat, po Jornovoj triolektici *nepoznato*, po Mortonu hiper-objekat. On je za njih materijalno / suštinski nekomunikativan, izolirana materija, otok.

3. Super-original kao flashback objekat analepsis hronologije

U doba ovakve, posredne stvarnosti, u umjetnosti ali i masovnim medijima se javljaju značajne reakcije. Naša ključna potreba je strukturalno raščlanjivanje izvorišta stanja posredovanosti doživljaja te opservacija da se kroz elementarne spoznaje putem sintetičkih surogata (od ishrane i medicine, pa do umjetnosti) ostvaruje kontakt sa izvornim bićem, sa originalom. Takav postav sadržaja i značenja, uopšte pojavnosti je relativizirao početak. Takav redosljed je osnovni postulat analepsis hronologije.

Postulate analepsisa nalazimo u sličnim primjerima postojanja u simultanitetu; to je paradoks bivanja u prošlosti i u budućnosti. Slovenački umjetnički kolektiv IRWIN 1987. godine u svom oficijelnom statementu piše da je budućnost sjeme prošlosti (*The Future is the seed of the past*).

Anselm Kiefer, uz prisutan motiv suncokreta, koristi i stvarno sjeme suncokreta na svojim slikama, grafikama i foto-kolažima, govoreći o potencijalu života, ali uvijek prikazan u poodmaklom stadiju svijeta oko njega, dakle uporno dajući dojam da se unazad aktiviraju potencijali i govori o vraćanju nukleusu. Misao o izvorištu je looping.

Digitalni umjetnik John F. Simon Jr. 1996. godine predstavlja online instalaciju *Every icon* (sl.2 i 3). Rad se sastoji od softverskog i objektnog dijela. Objekat je zidna, samostojeća akrilna tabla, a softver *Palm Pilot* programirano izvodi konceptualnu aktivnost u mreži od 32x32 polja. Svako polje počinje određenom ikonom u bijelom polju i algoritam zadaje sve moguće varijante ikona, od

bijelog do crnog kvadrata, kada prelazi na naredno polje. Za ispunjenje prvog reda, prikazujući 100 ikona u sekundi, bilo je potrebno samo 1,36 godina, no za realizovanje drugog je potrebno 5,85 milijardi godina. Po realizaciji, komad će pokazati *svaku moguću sliku*. Ukupan broj ikona bit će 1.8×10^{308} (bilion je 10^9). Čak u ovom malenom ograničenom prostoru, ima više slika nego što čovjek može doživjeti i uopšte pojmiti. Na taj način djelo direktno komentariše obećanje tehnologije naspram umjetnosti.

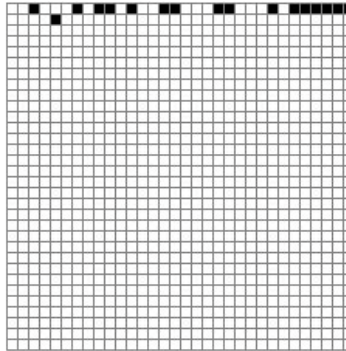
Given:

An icon described by a 32 X 32 grid.

Allowed:

Any element of the grid to be colored black or white.

Shown: Every icon.



Owner: John F. Simon, Jr.
Edition Number: Artist Proof
Starting Time: January 27, 1997, 09:42:30
[c]1997 John F. Simon, Jr. - www.numeral.com



Slika 2 i 3: John F. Simon Jr. Svaka ikona, 1996. (lijevo: softverski rad, desno: objekt)

U 2019. godini nam je sasvim jasno da se sintetika u nekim slučajevima može reciklirati i ponovo upotrijebiti u nekom drugom obliku, no još uvijek ne i bio-razgraditi. Ona je nagomilavanje stranih tijela na Zemlji; ona nije u stanju da učestvuje u elementarnom životnom ciklusu, da učestvuje u hranjenju zemlje svojom truleži, kao što sve prirodne mase čine.



Slika 4: Sofia Hultén, "Nonsequences I," 2013.

Iz potrebe svijesti za očuvanjem svijeta, akumulirani su fabrikati i izgubljena pozicija direktora. Jugoslavenski umjetnik Goran Dorđević 1980. pravi izložbu "Protiv umetnosti" u galeriji Studentskog kulturnog centra u Beogradu, nakon koje je počeo da pravi kopije Glasnika i izlaže ih u manjoj sobi u svom stanu, gdje bi posjetioce zamolio da i oni prave kopije, koje su također uključene u postavku. Iste godine je radove prenio u Berlin, zajedno sa kopijama koje je još napravio – Maleviča, Koshuta, Lichtensteina i izložio ih u Museum für (Sub-)Kultur pod nazivom "Glasnici Apokalipse, original i kopije". Ista izložba je izlagao i u Zagrebu po pozivu Mladena Stilnovića, u galeriji P.M. Nakon niza izložba u duhu ovog kopističkog koncepta, 1982. odlazi na Institut za tehnologiju Masachusets (MIT) gdje je u okviru kursa kompjuterske

Slika 5: Goran Dorđević «Kako kopirati Mondriana», 1983.



Sofia Hultén (sl. 4) na fotografiji zagriža jabuku preko plastične kese. Deformabilnost plastike omogućava da opiše jabuku: veličinu, oblik, da pruži čvrstoća, super-otpornost daju da ne propušta kontakt sa jabukom i nju je moguće samo evocirati

Cinjenica da ostvarujemo kontakt sa post-predmetom, u našem smislu post-artefaktom, onim koji je kopija, surogat, citat, replika, refleksija, odraz, reprodukcija, varijanta, prevod; onim koji se referira, tada je važno istaći fenomen bica-kojem-ne treba-predstavljati (needs no introduction). U njemu leži poznato, odsutno biće, 1+n. Njegov suverenitet se već raskrinkava kao legitimna hipokrizija.

grafike napisao program koji je na kolor-ekranu pravio slike Maljeviča i Mondriana. Program je proširio i na predstavljanje digitalnog prostora sa slikama koji je nazvao "Elektronska galerija". Tada je napisao i tekst "Original i kopije" gdje je po prvi put razmatrao fenomen kopije kao antimodernu pojavu. 1983. u decembru u Beogradu u Narodnom muzeju organizuje javnu demonstraciju "Kako kopirati Mondriana" (sl.5), ispred originala iz kolekcije Muzeja, gdje direktno kopira Mondriana na svome platnu. Dakle u 80-im godinama "radikalizacija antagonizma između stvaranja kao religijske ili pseudoreligijske kategorije i istraživanja kao izvora demistifikatorskog i nehijerarhijskog saznanja, može se apostrofirati kao centralni postupak koji će Đorđevića izdvojiti iz miljea u kom će provesti svoje formativne godine. Ovako se najbolje može razumeti centralni paradoks Đorđevićevog umetničkog istraživanja – *invencija kopije...*"⁸ Umjesto portage za drugošću i inovacijom, Đorđević se upušta u istraživanje istosti, što je formalno pristup kopistike. Ironizacija ne ironizuje uobičajeni paradigmatički sistem učenih – kič, već upravo neupitni sistem. Ključno je podvući da Đorđević ne sačinjava 1:1 kopije u odnosu na original, ne reproducira i nije vjerodostojan u slikarskoj tehnici, već slika veće i manje kopije, slikane iz magazina i sa postera, bez potrebe da udvaja rad već da podvlači njegovu diskurzivnu auru, fenomen koji se po mnogim istovremenim dogadajima povećanjem broja, kvaliteta i cirkulacije reprodukcija. Zapravo, namjenski se principom kopije vodi do transkontekstualizacije, pojma kojeg u 80-im uvodi Linda Hutcheon.⁹

Ne namjeravajući da stvara nova umjetnička djela već stavove o umjetnosti i protiv umjetnosti, bez povinovnja historicizmima i glorifikovanja prošlosti i primitivizma Đorđević se bavi pitanjima paradoksalnog ugleda umjetnosti i preispituje kontekst, što zapravo čini centralnom temom (anti)umjetničke kontekstualizacije naučnog aspekta nekomunikativnosti sintetičke materije. U istom životnom vijeku, grupa Art&Language drži stajalište da se konceptualna umjetnost održava živom ukoliko se približava egzotičnoj varijanti amaterske umjetnosti. Našu misao da živimo analepsis poredak posljednjih decenija, stvoren razvojem sintetičke tehnologije koja je razvila informacijske tehnologije, prisjetimo se još naslova Art&Language teksta iz 1995. godine: "Namjeravali smo da budemo amateri".

⁸ Đorđević G., 2014. str:38

⁹ Hutcheon L., 1985. pg. 8

Literatura

Art&Language, 1995. We aimed to be amateurs. U: Conceptual Art: A Critical Anthology. Cambridge Mass: The MIT Press.

Bryant, Levi: Harman, Graham: Srnicek, Nick, 2011. The Speculative Turn: Continental Materialism and Realism. Melbourne, Australia: re.press.

Dorđević, G. 1977. Subjekt i pseudosubjekt umjetničke prakse. U: Vidi-ci, 3, Beograd: Studentski izdavački kulturni centar (SIC).

Dorđević G., 2014. Protiv umetnosti. Muzej savremene umetnosti: Beograd.

Harman Graham, 2005. Guerilla Metaphysics: Phenomenology and Carpentry of Things. Open Court Publishing, Chicago.

Kuštrić Đ. 2012. Implementiranje sintetske tehnologije u savremenom društvu. U: Medijski dijalozi - časopis za istraživanje medija i društva Vol.V, No.11,

Kuštrić Đ., 2016. Pećinsko slikarstvo – od originala do faksimila. U: Logos, Godina I, br. 1. Mostar: Visoka škola „Logos centar“

Morton Timothy, 2007. Ecology Without Nature: Rethinking Environmental Aesthetics. Harvard University Press, Massachusetts.

Morton Timothy, 2010. The Ecological Thought. Harvard University Press, Massachusetts.

Rasmussen Mikkel Bolt, Jakobsen Jakob. 2015. Cosmonauts of the Future, Autonomedia, New York.

ISTORIJSKI PRIMJERI DIJALOGA I TOLERANCIJE ISLAMSKIH I HRIŠĆANSKIH VLADARA

HISTORICAL EXAMPLES OF DIALOGUE AND TOLERANCE OF ISLAMIC CALIPHAS AND CHRISTIAN KINGS

mr HADŽI-MILOŠ GAČEVIĆ
Pljevlja

Apstrakt: *Jedini krov pod kojim različiti vjernici i vjerske zajednice mogu da žive u relativnom miru jeste tolerancija. Ako ne mogu jedni sa drugima, mogu jedni pored drugih, a ne moraju jedni protiv drugih. Islamski vjernici su naša mlađa braća, kao što su jevrejski vjernici naša starija braća-jedni od drugih mogu da uče i bogate svoje iskustvo i kulturu. Dok vode dijalog, oni su izvan svakog zla. Ovaj rad prikazuje jednu istorijsku situaciju ljudskog uvažavanja, mira, ljubavi i tolerancije velikih vladara i kalifa. Oni su kroz istoriju ostavili najači primjer poštovanja kulture i religija drugih naroda, nastojeći da se kroz dijalog približe jedni drugima i da se samim tim upoznaju i sa vjerom i sa kulturom drugih naroda. Kroz istoriju krstaških ratova može se sagledati činjenica da su vladari pribjegavali dijaloziima, građenju prijateljstva, mira i sigurnosti za sve religije naroda. Ako sve tri religije (judaizam, hrišćanstvo, islam) zastupaju iste vrijednosti, to jest ljubav, pravdu i mir, otkuda onda mržnja, sporovi i ratovi? Očigledno da ove pojave ne dolaze iz religije, već iz religijske ideologije-klirekalizma, nacionalizma, fundamentalizma-to jest kad se religiozna vjera stavi u službu ograničenih interesa. Netrpeljivost ne dolazi iz teologije, nego iz ideologije.*

Ključne riječi: *tolerancija, judaizam, hrišćanstvo, islam*

Abstract: *The only roof under which different faiths and religious communities can live in relative peace is tolerance. If they can not communicate with each other, they can be one next to others, and they*

do not have to be against each other. Islamic believers are our younger brothers, as Jewish believers, our older brothers-can learn from each other and have rich experience and culture. As they lead the dialogue, they are beyond any evil. This paper presents a historical situation of human respect, peace, love and tolerance of great rulers and caliphs. Through history, they have left a strong example of respecting the culture and religions of other nations, trying to get closer to each other through dialogue and to become acquainted with both the faith and the culture of other nations. Through the history of the Crusades, one can see the fact that rulers resorted to dialogues, building friendship, peace and security for all religions of the people. If all three religions (Judaism, Christianity, Islam) represent the same values, that is, love, justice and peace, then why hatred, disputes and wars? Obviously, these phenomena do not come from religion, but from religious ideology-cliricalism, nationalism, fundamentalism - that is, when religious faith is put in the service of limited interests. Intolerance does not come from theology, but from ideology.

Key words: *Tolerance, Judaism, Christianity, Islam*

1. Uvod

Temeljne vrijednosti i norme judaizma, hrišćanstva i islama su suštinski iste. To su tolerancija, pravda, ljubav i mir. U Talmudu, svetoj knjizi jevrejske vjere piše: "Ono što ti prezireš, nemoj učiniti svome susjedu." U Jevanđelju po Mateju stoji: "Sve što hoćete da vama čine ljudi, tako činite i vi njima". Sveta knjiga islamske vjere, Kuran, sadrži isto: "Niko od nas nije vjernik ako bratu ne želi isto što i sebi". Kineski mudrac Konfučije (551-479 p.n.e.) istakao je tzv. *zlatno pravilo*: "Ne čini drugima ono što ne želiš da oni urade tebi." Ovo zlatno pravilo oduvijek je prisutno u ljudskom duhu, pa ga filozofi zovu "*princip velike starosti*". Cijela religijska kultura je univerzalno izražavanje ljubavi. Jezik ljubavi je maternji jezik ovih religija. Ljubav je vrhovno dobro koje svima pripada. Jedina religija koja treba da postoji jeste religija ljubavi, a nju su propovjedali i svjedočili proroci, sveci i bogotražitelji sve tri avramovske religije-judaizam, hrišćanstvo i islam. Svete knjige čuvaju od zaborava nešto što vrijedi više od ličnog iskustva, one sadrže nadlična značenja.

Danas se religije mjere po tome koliko doprinose zajedničkom životu u razumjevanju i ljubavi, a ne po tome u čemu se razlikuju teološki, filozofski, istorijski. Danas, dakle, svaku religiju treba vrijednovati i po tome u kojoj mjeri je spremna na dijalog, razumjevanje i sporazumjevanje sa drugim religijama, radi zajedničkog dobra. Prave vjernike ne bi trebalo ocjenjivati s obzirom na to koliko istine i ljepote ima u njihovoj vjeri, nego po tome koliko su razumjeli i voljeli druge radi svoje vjere.

„**Najniži stepen** tolerancije jeste da svom protivniku ostaviš slobodu vjere i uvjerenja i da ga silom ne nagoniš da prigrlji tvoju vjeru ili sljedbu, tako što bi ga, ako odbije, osudio na smrt, udario na muke, ili pak, podvrgao kakvoj drugoj kazni i ispaštanju. Isto je ako mu ostaviš slobodu vjerskog ubjeđenja, ali mu ne omogućiš vršenje vjerskih dužnosti, koje mu njegova vjera propisuje, a od kojih se uzdržavanje smatra odstupanjem od nje. **Srednji stepen** tolerancije, jeste, da mu ostaviš pravo da se pridržava svoje vjere i sljedbe i da mu ne namećeš odricanja, od onog što smatra svojom dužnošću, niti pak, vršenje nečega što drži zabranjenim. Ako, recimo, Jevrejin smatra da je zabranjeno raditi subotom, nije u redu nalagati mu da toga dana radi, jer bi on to činio sa osjećanjem da se suprostavlja svojoj vjeri. Ako hrišćanin smatra obaveznim da nedeljom ode u crkvu, ne treba ga u tome, rečenog dana sprečavati. Stepentolerancije koji nadmašuje prethodni, sastoji se u tome da protivnicima ne osporavaš, ono što smatraju dozvoljenim u svojoj vjeri i sljedbi, čak iako držiš da je to u tvojoj vjeri zabranjeno.”¹

2. Primjeri vjerske tolerancije kroz istoriju

U Kuranu se jevreji i hrišćani nazivaju „**zajednicama svetih knjiga**“ (ehl-i kitab). Razlog tome je što su pristalice obje ove vjere potčinjene svetim knjigama koje je objavio Vrhovni Bog. Prvi primjer tolerancije možemo da primjetimo na prvim stranicama istorije o islamu, kada je jedna skupina muslimana, proganjana od Mekanskih mnogobožaca, zatražila utočište kod etiopskog kralja Nedžašija, koji je bio hrišćanin. Kada su došli u Etiopiju, muslimani su zatekli jednu krajnju pravednu vlast koja ih je primila ljubazno i sa poštovanjem. Kralj Nedžaši odbio je zahtjeve idolopokloničkih izaslanika koji su tražili izručenje muslimana, a muslimanima saopštio da mogu slobodno živjeti u njegovoj zemlji. Ovakvo hrišćansko ponašanje koje se zasniva na idejama saosećajnosti. ...**i svakako ćeš naći da su vjernicima najbliži prijatelji oni**

¹ Darko Tanasković-Islam, dogma i život, Beograd, 2008, str. 260

koji govore:“ mi smo kršćani-zato što među njima ima svećenika i monaha i što se oni ne ohole (Al-Maide).

„Postupci Muhameda prema ehl-i kitabijama sadrže veoma lijepe primjere pravednosti i tolerancije. Jedna od tačaka sporazuma načinjenog sa hrišćanskim narodom Nedžran sa juga Arapskog poluotoka glasila je:„**Životi Nedžranlija i onih što su u njihovoj pratnji, njihova imovina, vjera, porodice, crkve i sve ono što posjeduju stavit će se pod zaštitu Alaha.dž.š. i Alahovog Poslanika.**“²

Manifestacija vjerske tolerancije u vrijeme Allahovog Poslanika, vidljiva je i kod njegovog primanja kršćanske delegacije iz Nedžrana i pisma koje je poslao biskupu Nedžrana. Rumunski pisac Constantin Virgil Gheorghiu (1916.-1992.) govorio je i pisao upravo o stanju i statusu pripadnika drugih vjera pod islamskom vladavinom. On je, između ostaloga, zapisao: “Iako se islam raširio po cijelom Arapskom poluotoku u devetoj godini po Hidžri, Muhammed nije prisiljavao Židove i kršćane da prihvate njegovu vjeru, jer su i oni narodi Knjige”. Iz pisma koje je Muhammed poslao Ebul-Harisu, glavnom biskupu Nedžrana, vidljivo je da se stanje kršćana na Arapskom poluotoku nakon dolaska islama mnogo poboljšalo. U pismu stoji: ‘**U ime Allaha, Milostivog, Samilosnog! Od Allahovog Poslanika Muhammeda, biskupu Ebul-Harisu i drugim biskupima Nedžrana, kao i ostalim svećenicima, redovnicima i njihovim sljedbenicima: vama pripada sve ono što je u vašem posjedu, bilo malo ili puno, vaša imovina, crkve i vjerski relikviji, i vi ste pod Allahovom zaštitom i zaštitom Njegovog Poslanika.**” (Constantin Virgil Gheorghiu, La vie de Mahomet (Muhammedova biografija), str. 371-372.) Komentarišući ovo pismo, Constantin Virgil Gheorghiu, veli: “Ovo pismo ukazuje na to da su kršćani (kao i Židovi) na Arapskom poluotoku mogli slobodno vršiti svoje obrede i da im muslimani nisu pravili nikakve prepreke u tom pogledu.

U devetoj godini po Hidžri, delegacija kršćana iz Nedžrana, na čelu sa glavnim biskupom Ebul-Harisom i svećenikom Abdul-Mesihom, došla je u Medinu. Kad su htjeli ući kod Poslanika Muhammeda, skinuli su svoju službenu vjersku odoru, a nakon prijema kod Muhammeda, zamolili su da im dopusti da obave svoje obrede. Muhammed im je dozvolio da obave molitvu u džamiji u Medini. Oni su to i uradili, ušli su u džamiju i obavili molitvu

² Harun Jahja-Islam proklinje teror, Sarajevo.2003,str.94

okrenuti prema Jerusalimu." (La vie de Mahomet, str. 372.)³ "Svećenici i monasi su bili rezolutni u svojim izjavama da su Ehlul-kitabije dobro tretirani od strane muslimana i da su bili slobodni u svom vjerovanju i vršenju obreda. Možda je najbolja potvrda tome pismo koje je, nakon islamskog osvajanja, nestorijanski patrijarh Isidor poslao patrijarhu Semaanu, svom kolegi u Sinodu, rekavši: **"Arap i kojima je Bog darovao vlast i vođstvo na Zemlji, došli su i kod nas (osvojili su i našu zemlju). Međutim, vidimo da oni ne žele i ne čine kršćanima zlo, već nam pomažu i ohrabruju nas da se držimo naše vjere i poštuju naše svećenike i redovnike."** (Preuzeto iz knjige: Muhamed Emin Hasan, Hasaisu da'vetul-islamije, str. 166.)⁴ Medinska povelja, koju je Muhamed potpisao sa hrišćanskim, jevrejskim i mnogobožackim zajednicama, jedan je od najznačajnijih sporazuma koji predstavlja primjer pravednosti i tolerancije. Prema Medinskoj povelji, svi su bili slobodni da, bez ikakve prisije, odaberu vjeru, da slobodno naprave politički ili filozofski odabir.

Kakav je odista odnos muslimana prema drugim etničkim skupinama i drugačijim religijskim, kulturnim i civilizacijskim tradicijama, gdje god da oni živjeli, kao pojedinci ili kao zajednica, vrlo zorno o tome svedoči jedno pismo poslanika islama upućeno kršćanskim monasima u manastiru „Sveta Katarina na Sinaju“. **„Kršćanima na istoku i na zapadu, u blizini islamske granice i daleko od nje, znamim i neznanim kršćanima se daje jamčevina. Ukoliko se jedan monah ili anahoret zatekne na brdu ili u dolini, pećini ili u naselju, ravnicama ili u crkvi ili pak u svetištu - hramu, tada mi stojimo iza njih i oni su pod našom zaštitom. Ja ću ih zasigurno braniti svojim životom, svojim pomagačima i svojom vojskom, njih, njihove imetke i bogomolje, jer su oni moji podanici i kao takvi uživaju moju zaštitu. Niko im ne smije uskratiti putovanje bilo gdje, porušiti im bogomolju ili je oštetiti, kao ni prisvojiti bilo šta iz njihovih kuća za korist muslimana. Neće se oporezivati njihovi suci, kaluđeri niti drugi koji se budu bavili vjerskim poslovima. Neće im se nametati ni druge novčane dadžbine, novčane kazne ili odštete niti će im se konfiskovati imovina, jer sam ja njihov čuvar na kopnu i moru, na istoku i zapadu, na sjeveru i jugu, gdje god se budu nalazili imat će moju zaštitu i garanciju od svega onog što im je neprijatno i neugodno... Niko ih ne smije opterećivati putovanjima, obavezivati učestvovanjem u borbi ili transportu oružija, jer se muslimani bore za njih i ne polemiziraju s njima osim na**

³ Preuzeto sa <http://saff.ba/vjerska-tolerancija-poslanika-milosti/>

⁴ Isto.

najkulturniji način, slijedeći u tome kuransku uputu: „I sa sljedbenicima knjige raspravljajte na najljepši način, ne sa onim koji su nepravedni, i recite:“Mi vjerujemo u ono što se objavljuje nama, i u ono što je objavljeno vama, a naš Bog i vaš Bog jeste – jedan, i mi se njemu pokoravamo.“(Al-Anhebut,46)

Niko iz redova muslimanske zajednice do dana uskrснуća i do prestanka života na zemlji ne smije se suprostaviti ili prekršiti ovu povelju, koju je napisao Muhamed Ibn Abdullah svim kršćanskim zajednicama uz uvjet da se ona strogo ispunjava i primjenjuje. “Ovo pismo-povelja, je pisana rukom Hazreti Alije, a po diktatu poslanika islama, trećeg muharema druge godine po Hidžri. Sva ta pisma - povelje, uz ostalo, su ostala biti trajnim svjedočanstvima i vrelim tolerancijama i kulture dijaloga koju su muslimanski vladari i muslimanski podanici svjedočili svojim životnim svakodnevljem u suodnosu sa baštinicama drugih religijskih, kulturnih i civilizacijskih opredeljenja i svjetogleda.”⁵ Postoje predanja koja govore da se jedno vrijeme u ovom manastiru Muhamed skrivao od svojih neprijatelja, i što je imao jako prijateljski odnos i razgovore sa monasima manastira svete Katarine na Sinaju-(Egipat). “Manastir je jedinstveno mjesto gdje se unutar manastirskih zidova nalaze hrišćanska i muslimanska bogomolja. Muhamedu su pomogli kod sastavljanja ovog vjerskog zakona dvojica hrišćanskih monaha Sergije i Jovan Antiohijski. Zbog jednog od njih, kojeg je smatrao za prijatelja, je sačuvao i bogato darivao ovaj manastir.”⁶

3. Pravednost i tolerancija kalifa Omera

“Najveća prekretnica u istoriji Palestine bila je 637. godine kada ju je osvojila muslimanska vojska. Ovo osvajanje označilo je uspostavljanje mira i sigurnosti u Palestini, koja je bila poprište stoljetnih ratova, protjerivanja, pljačkanja i pokolja, koja je veoma često mijenjala vladare različitih vjeroispovjesti. Palestinu je osvojio Omer, drugi kalifa nakon Muhameda. Njegov ulazak u Jerusalem i izuzetna tolerancija, zrelost i uljudnost, koje je nakon toga pokazao prema različitim vjerama koje su tu živjele bili su vjesnici početka lijepere. U svojoj knjizi *Holly War* (Sveti Rat), engleski historičar i stručnjak za Bliski Istok, Karen Armstrong, na sledeći način je opisala hezreti Omerovo osvajanje Jerusalem: “ Halifa Omer je u Jerusalem ušao na bijeloj devi-(kamili), a

⁵ R. Hafizović, *Muslimani u dijalogu s drugima i sobom*, Sarajevo, 2002. Стр.103-106

⁶ Preuzeto sa https://sr.wikipedia.org/wiki/Манастир_Свете_Катарине_на_Синају

pored njega je bio grčki upravnik grada, nadsveštenik (Patrijarh) Sofronije. Halifa je prvo zamolio da ga odvedu na Brdo Hrama, mjesto porušenog hrama Sulejmana, (Solomonov hram), gdje je njegov prijatelj Muhamed činio "noćno putovanje"⁷. Tu se sageo i pomolio (proučio dovu). Potom je halifa Omer izrazio želju da vidi kršćanske hramove, i baš kada je bio u crkvi Holy Sepulchre (Sveti Grob), došlo je vrijeme namaza. Nadsveštenik ga je uljudno pozvao da u toj crkvi obavi svoju molitvu, međutim, halifa Omer je pristojno odbio ovaj poziv. Objasnio je da će u slučaju da tu klanja namaz, neki muslimani kasnije tu, u znak sjećanja na ovaj slučaj, htjeti sagraditi džamiju, a to bi moglo značiti rušenje crkve Svetog groba. Dr. Tarik Suvejdani u svojoj knjizi Ebu Bekr i Omer, taj događaj opisuje ovako: "Razgledajući grad Omer dođe do crkve zvane Kijameh, koja je ujedno najvažnija za hrišćane. Omer uđe u crkvu da je razgleda, bilo je podne i začu se ezan.

-Želim obaviti namaz- reče Omer Jerusalimskom gradonačelniku - (Patrijarhu)

-Klanjaj u crkvi, nemamo ništa protiv toga- reče mu on.

Omer odbi da klanja u crkvi, izađe iz nje i obavi namaz na stepenicama ispred crkve. Namaz je klanjao sam, a ne u džematu. Kada je obavio namaz okrenuo se jerusalimskom gradonačelniku i rekao mu:

-Da sam klanjao u crkvi, muslimani bi je poslije mene uzeli sebi za džamiju, i rekli bi: "Ovde je Omer klanjao".

Obratimo pažnju na stepen tolerancije i dalekosežnu pronicljivost Omera. Nije vodio računa samo o vremenu u kome je živio, nego i o vremenu koje će doći poslije njega. Omer napisao zabranu da bilo ko od muslimana klanja na stepenicama crkve, na kojima je on klanjao ili da u njoj prouči ezan."⁸ Upravo se na tom mjestu, tačno naspram crkve Sveti grob, nalazi mala džamija izgrađena u znak sjećanja na halifu Omera. A druga, velika džamija halife Omera izgrađena je tačno na Brdu Hrama. Kršćani su godinama ovaj prostor, gdje su se nalazile ruševine jevrejskog Hrama koristili kao gradsko smetlište. Halifa je svojeručno pomagao muslimanima u čišćenju ovog smeća, a izgradnjom dva hrama na tom mjestu muslimani su nastanili islam u treći sveti islamski grad. (Dokument o sigurnosti) data narodu Iiye (Jerusalema) od strane Omera, Alahovog roba i emir-ul mu'minina: "*Emir-ul Mu'minin*"⁹ **garanti-**

⁷ "Hvaljen neka je onaj, koji je u jednom času noći preveo Svoga roba iz Hrama časnog u hram daleki" (El Isra,17:1)

⁸ Dr. Tarik Suvejdani-Ebu Bekr i Omer, Sarajevo 2005, str. 246

⁹ Emir-ul Mu'minin-arapska titula koja glasi "Vođa pravovjernih"

ra da će biti zaštićeni životi i imeci cijelog naroda, i bolesnog i zdravog. U isto vrijeme, garantiram da se neće dirati njihove bogomolje, križevi i vjere. Kao što se crkve neće moći rušiti, isto tako se neće moći pretvarati ni u prebivališta. Prava koja su prije posjedovali bit će im doslovno zaštićena. Niti će onome što posjeduju biti načinjena neka šteta, a niti će im se vršiti bilo kakav pritisak u vezi sa vjerom. Niko od njih ni na koji način neće biti oštećen.... Allah, Njegovi "pejgamberi, ashabije"¹⁰ i mu'mini svjedoci su ovog sporazuma. Potpis: Omer b. Hattab."¹¹

Muslimanski osvajači isprva su bili zadovoljni što mogu da dijele svetišta sa hrišćanima. U Damasku su godinama djelili crkvu Svetog Jovana Krstitelja, a u tamošnjoj Umajadskoj džamiji se i dan danas nalazi grob Svetog Jovana Krstitelja. Postoje podaci i o zajedničkom korišćenju crkava u Jerusalmu. Crkva Katizma izvan grada zapravo je bila opremljena molitvenim nišama za muslimane."¹²

4. Pravednost i tolerancija Salahudina (Saladina) Ejjubijeva

"Opsada i pad Jerusalima prati jedan od najinteresantnijih tokova bitke. Ovo je jedan od najpoznatijih krstaških ratova koji je vrijedan pažnje. U Jerusalmu je vladao Balduin IV (1174-1185) čovek lišen svakog političkog smisla i energije. Bio je značajan što je kao mladić bolovao od "lepre"¹³. Tako da nije uspio da doživi pad Jerusalima. Kao primjer potpune samovolje može se navesti Rejnold od Šatijona koji je organizovao razbojničke napade na muslimanske karavane prilikom njihovog povratka iz Egipta. Rejnoldovi napadi nisu samo podsticali muslimane protiv hrišćana, nego su istovremeno nanosili suštinsku štetu hrišćanskim kneževima koje su živjeli od te robe i u samom korjenu potkopavali trgovinu Tira, Sidona, Askalona, Antiohije i drugih primorskih hrišćanskih gradova. Svi važni događaji grupisani su oko veličanstvenih figura Nuredina i Saladina. Saladin (1174-1193) je posjedovao sve osobine neophodne za ostvarenje ideala muslimanskog svijeta i uspostavljanje dominacije islama. Rejnold je u te pohode kretao iz svog zamka, i jednom prilikom se dogodilo da

¹⁰ Pejgamber-Persijska i staroturska riječ, i označava „Onaj koji nosi poruku“. tj. Poslanik., Ashabi su u islamskoj terminologiji najbliži prijatelji Muhamedovi.

¹¹ Harun Jahja, navedeno djelo, str. 106-108

¹² Sajmon Sibag Montefjore, Jerusalim-biografija. Beograd 2012, str.241

¹³ Lepra, ili guba, je bila kožna bolest, koju je uzrokovala jedna bakterija koja napada kožu, i dovodi do njenog opadanja. U prvim vijekovima, postojala je izolacija gubavaca, koja je bila daleko od grada-poznata pod imenom Dolina gubavaca.

je opljačkan karavan u kojem se nalazila Saladinova majka. Rejnald je harao i pljačkao hadžije i to uprkos ugovora. Saladin se zakleo da će svojom rukom ubiti prekršitelja primirja. Te okolnosti se mogu smatrati neposrednim povodom za sukob između muslimananskog zapovjednika i hrišćanskih kneževa. Saladin je i ranije ukazivao jerusalimskom kralju na Rejnoldove nedolične postupke, ali kralj nije imao načina da obuzda barona. Iskoristivši kraljevu bolest kao slabost, Rejnald je želio da svoje ime zapiše u istoriju sejući strah među muslimanskim stanovništvom. Sada kada su mu bili povrijeđeni čast i porodična osjećanja, Saladin se više nije obazirao na primirje sklopljeno između njega i hrišćanskih kneževa i objavio im borbu na život ili smrt. Događaji koji su pratili taj rat odnose se na 1187. godinu.¹⁴ Do odlučujuće bitke „kod Hatina je došlo 5. jula 1187 blizu Galilejskog jezera. Ovo je jedna od najvećih bitaka u kojoj su se sukobili krstaši i muslimani. Slabo vođeni i nesložni krstaši su zauzeli položaje u djelovima gde nije bilo vode, dok je Saladinova vojska bila u mnogo boljem položaju. Žeđ je mučila krstaše. Rano ujutru počeli su napadi na krstaše. Napadi su bili žestoki, a krstaška vojska je samo djelimično uspjela da se probije. Većina je ostala opkoljena. Kada je konačno pao i crveni šator jerusalimskog kralja, koji je bio postavljen na najvišem vrhu bitka se završila.“¹⁵ „Poslije pobjede kod Hatina Jerusalem je ostao sasvim odsječen. Rejnald je životom platio svoje izdajstvo. Svi templari i vitezovi reda Svetog Jovana bili su javno pogubljeni.“¹⁶ „Kada je Saladin zarobio Rejnolda kazao mu je: **„Usudio si se da oskrnaviš naš sveti grad Meku. Počinio si strašna zlodjela, nasrtao na nenaoružane karavane. Dvapat sam se pred Alahom zakleo da ću te ubiti ovim rukama, i sada je došlo vrijeme svoj zavjet da ispunim. Sultan isuka mač i gurnu ga pravo kroz zarobljenikovo srce.“**Neka ti Alah smjesta dušu baci u džehenem, Rejnalde Katiljonski.“¹⁷

Rejnald je zbog svojih djela javno i pravedno bio pogubljen. Možemo kazati da je njegovom krivicom i ratobornim duhom učinio da dođe do ovog čuvenog boja kod Hatina, a što će se i kasnije završiti opsadom Jerusalima. Sem toga, istočni hrišćani, pravoslavci i „*jakoviti*“¹⁸ koji su življeli u Jerusalimu

¹⁴ Fjodor Uspenski, *Istorija vizantijskog carstva od VI do IX vijeka* Beograd 2000., стр.277

¹⁵ Preuzeto sa sr.wikipedia.org/wiki/Пад_Јерусалима_(1187)

¹⁶ Filip Hiti, *Istorija Arapa*, Sarajevo 1988, str.584

¹⁷ Tarik Ali, *Knjiga o Saladinu*, Podgorica,2014, str.270

¹⁸ Jakoviti su pripadnici današnje Monofizitske crkve u Egiptu, poznati po ispovjedanju jedne božanske prirode u Hristu.Često se nazivaju Dohalkidonci, jer odbacuju odluke 4-tog Vaseljenskog sabora o dveju prirode u Hristu, (čovječansku i božansku).

bili su vrlo naklonjeni Saladinu, naročito njihovo sveštenstvo koje su latinski prelati neprestano ismejavali, a jedan od glavnih sultanovih savjetnika bio je pravoslavni sveštenik po imenu Jusuf Batit. Upravo je on zadužen za održavanje veza sa Frandima, kao i istočnim hrišćanskim zajednicama. Uoči početka opsade, pravoslavno sveštenstvo je obećalo Batitu da će otvoriti gradske kapije budu li se zapadnjaci predugo tvrdoglavili. Istočni hrišćani su pre svega više željeli da budu pod pokroviteljstvom Saladina nego li krstaša, jer su mnoge nevolje od njih podnosili. Poražena krstaška vojska kod Hatina nije imala veliku prednost ni u Jerusalimu. Par hiljada vitezova nije imalo nikakve šanse protiv ove moćne vojske koja je krenula iz Damaska sa 200.000 vojnika. Iako je već sudbina grada uveliko bila poznata, mladi francuski vitez Belijan od Ibelina (1170-1193) riješio je da stane u odbranu grada. „Opkoljavanje Jerusalima počinje 20. septembra. Šest dana kasnije, Saladin, koji je postavio svoj tabor na Maslinovoj gori, traži od svojih trupa da pojačaju pritisak i pripreme se za konačni napad. Uvidjevši da nastavak borbe ne vodi nikuda, Belijan od Ibelina, branilac Jerusalima zatraži slobodan prolaz i pojavi se pred sultanom. Sultan se pokaže neumoljiv. Nije li stanovnicima ponudio, mnogo pre početka bitke, najbolje uslove predaje? Sada više nije vrijeme za pregovore, jer se zakleo da će grad zauzeti mačem kao što bjehu učinili i *„Frandi“*¹⁹. A svoje zakletve može biti razrešen na jedan jedini način, da mu Jerusalem otvori kapije i da mu se potpuno preda, bez ikakvih uslova. Najzad mu se Belijan obrati sledećim rečima: **O, sultane, sjeti se da je u ovom gradu tušta i tma ljudi kojima samo Bog znade broja. Oklevaju nastaviti boj, jer se nadaju da ćeš im pošteđeti život kao što si tolikim drugima pošteđio, zato što vole život i preziru smrt. No vidimo li da nam smrt ne gine, onda ćemo, tako mi Boga, pobiti sve žene i decu pa zapaliti sve što imamo, i nećemo vam za plijen ostaviti nijednog dinara, nijedne drahme, ni jednog jedinog čoveka niti žene da ih u roblje odvedete. Potom ćemo uništiti svetu stjenu, Džamiju Al-Aksa i mnoga druga svetišta, pa pobiti onih pet hiljada muslimanskih zarobljenika što ih držimo, te istrebiti sve konje i marvu. Na kraju ćemo izaći napolje i boriti se protiv vas, kao što se čovek za goli život bori. I niko od nas neće umreti, pre no što ubije nekoliko vaših.**“²⁰ „Saladina te prijetnje nisu nimalo potresle, ali ga je dirnuo žar ovog sagovornika. Da bi se oslobodili svako je morao da plati otkup: deset dinara za muškarce, pet za žene, i jedan za decu.

¹⁹ Frandji su naziv za Franačke hrišćane, katolike, zapadni Hrišćani, krstaši, templari.

²⁰ Amin Maluf, Krstaški ratovi u očima Arapa, Sarajevo 1988, str.114

A u petak 2. oktobra 1187. baš na dan kada muslimani slave čudesno putovanje svog poslanika u Jerusalim, Saladin svečano ulazi u sveti grad. Njegovi emiri i vojnici imaju stroga naređenja: nijednog hrišćanina, bio on franački ili istočni; ne smiju ni pipnuti. I doista neće biti ni pokolja ni pljačke. Samo je nekoliko fanatika tražilo rušenje crkve Svetog groba "kao odmazdu za franačke otimačine, ali ih Saladin dozove pameti. Uz to još pojača stražu na mjestima bogoštovanja i objavi da i sami Frandi mogu dolaziti na hodočašće kad god požele. Razume se, skinut je franački krst postavljen na kupolu na stjeni, a džamija Al-Aksa koja je bila pretvorena u crkvu, ponovo postaje muslimanska bogomolja, nakon što su joj zidove poškopili ružinom vodom."²¹ „Iako je na njega vršen pritisak da uništi Crkvu Svetog Groba, Saladin je to odbio učiniti. **„Šta je dobro u razbijanju i uništavanju kada je središte njihovog obožavanja u mestu na kojem se nalaze Krst (Golgota) i Crkva Svetog Groba, a ne samo zgrada.Čak i kada crkvu uništite i do temelja, hrišćani neće prestati dolaziti ovamo“**, bio je njegov zaista uzvišen govor. Crkva Svetog Groba i još neke druge su predane kasnije grčkim sveštenicima. Osim toga Grčka crkva je dobila i sve one privilegije koje je izgubila dolaskom krstaša 1099. godine. To ne treba da čudi, odmah nakon osvajanja Jerusalima dobio je Saladin od vizantijskog cara Isaka II Anđela (1185-1195) srdačne čestitke. Hrišćanski hodočasnici su i dalje imali mogućnost da dolaze na hodočašće, ali uz plaćanje taksi. Ova će privilegija, na zadovoljstvo hrišćana, biti poštovana u narednih pet vjekova."²² U svojim 28 godina borbe protiv krstaša, Saladin je ostavio mnoge emotivne prikaze u glavama i srcima svojih protivnika, kao i podsjetnik njegove velikodušnosti. Nakon osvajanja Jerusalima 1187 godine, Saladinov civilizovan čin potpisivanja mirovnog sporazuma i očuvanja hrišćanske krvi je zaista pobožan čin. Ne samo da je poštedeo živote 100.000 hrišćana, već je i garantovao njihov bezbjedan odlazak uz njihovu imovinu i stvari. Ono što je važno razumjeti je to da je Saladin bio u jakoj poziciji da traži osvetu za svoj narod. On međutim nije krenuo ovim putem, odlučio je da bude milostiv i da se ne sveti. Podučen u duhu sufizma i kurdske kulture Saladin je učinio nešto što će se pamtiti, ne samo u islamskoj istoriji, već i kod hrišćana.

²¹ Isto, str.115

²² Dr.Željko Fajfrić, Istorija Krstaških ratova, Šid 2000, str.301



Kada je Saladin svečano ušao u Jerusalem, pozvao je Belijana od Ibelina i rekao mu: „Reci svom narodu, da se mi prema njima nećemo odnositi, kako su se vaši preci odnosili kada su zauzeli ovaj grad. Kao dijete sam slušao šta su *“Godfra i Tankredi”*²³ učinili našem narodu. Podsjeti svoje uplašene hrišćane na to šta su prije devedeset godina doživjeli muslimani i jevreji. Glave naše djece bile su nabijene na kolčeve i izložene po ulicama. Naši muškarci i žene mučeni su i živi spaljivani. Ovim je ulicama tekla naša krv, Belijane. Neki emiri bi voljeli da se to i sad desi, samo što bi ovaj put tekla vaša krv. Reci svojim ženama da su slobodne i da mogu ići, čak iako nemaju novca za otkup. Nažalost, mi nemamo moć tvoga proroka *“Ise”*²⁴ i nismo kadri mrtve ponovo oživjeti. Oslobodićemo zarobljene vitezove, pod uslovom da se zakunu da više nikad neće podići oružije protiv nas. Ako čuješ da je bilo ko od mojih vojnika povrijedio čast jedne jedine hrišćanke, dođi i reci mi. Ako ti kažu da su moji ljudi oskrnavili bilo koji od vaših hramova i svetišta, molim te, odmah mi to javi. To neću dopustiti. Ovo je moja sultanska riječ.”²⁵

“Potrebno je posebice istaći Salahudina Ejubija i njegov odnos prema kršćanskoj vojsci u vrijeme križarskih ratova. Naime ovaj veliki vojskovođa naredio je da se oslobodi oko 3000 zarobljenika kako bi se vratili svojim kućama, jer ovo nije njihova zemlja. Kada se razbolio kralj Ričard lavljeg srca, on je poslao svog osobnog ljekara da ga liječi. Nakon oslobođenja Jerusalima, naredio je muslimanskim ženama da zadoje jevrejsku djecu, a jevrejskim musli-

²³ Franački kralj Godfrid Buljonski i normandijski princ Tankredi su napravili masakr tokom prvog krstaškog rata 1096-1099, ubijajući muslimane, jevreje i istočne predstavnike hrišćana.

²⁴ Isa Mesih-na arapskom -(Isus Hristos) je u islamu jedan je od najvećih i najpoštovanijih proroka.

²⁵ T.Ali, navedeno djelo, str.305

mansku, kako bi se ta djeca zbratimila.”²⁶ Prije svega, važno je zapaziti kako su se ponašali pobjednici. Mnogi zapovjednici u istoriji bili su toliko zaslijepljeni svojom pobjedom da su na užasan način ubijali svoje protivnike. Ali ovaj čovjek je bio drugačiji. Saladin je u istoriji poznat po svojoj velikodušnosti, pravednosti i sposobnosti da bude inspiracija svom narodu. To mu je stvorilo ugled i kod hrišćana i kod muslimana. Ima mnogo priča koje to ilustruju. Postoji priča o franačkoj ženi, čije dijete je bilo oteto, odvedeno na muslimansku tržnicu i prodato. Ona je zbog toga bila skrhana. Neki prijatelji su joj savjetovali da ode do Saladina jer će joj sigurno pomoći. Priče i sa istoka i sa zapada govore kako ju je uzeo za ruku i zajedno sa njom tražio dijete na sve strane, istočno, zapadno, sjeverno i južno. Nije se smirio sve dok ga konačno nisu našli. Majka je pred njim pala na koljena i rekla: **“Sultane, ti si veliki čovjek. Kad bi barem naši kraljevi na Zapadu bili tako plemeniti”**. “Ne samo kršćani, muslimanskim osvajanjem Jerusalema, i jevreji su dobili mir i sigurnost. Poznati španski jevrejski pjesnik Yuda al-Harizi, koji je grad posjetio nakon što su njime zavladao muslimani, svoje emocije je na sledeći način opisao u jednom svom djelu:” **Bog je odlučio da sveto mjesto ne ostane u rukama sinova Esavovih i upozorio je princa sinova Ismailovih, dušu Salahudinovu, hrabru i dostojanstvenu osobu. On je sa svojom vojskom osvojio Yerushalayim i saopštio da će prihvatiti sve sinove Efraimove. Sad živimo pod okriljem mira.”**²⁷ Značajan je primjer velikog prijateljstva između sultana Malik-al Kamila i sveterinskog cara Fridriha II, za vrijeme šestog krstaškog rata između 1228 do 1229, gdje se bez sukoba na jedan miran i dostojanstven način pristupilo razrešenju pitanja Svete zemlje bez ijedne kapi prolivene krvi. „Car Fridrih II se nakon krunisanja uputio u Kupolu na Stjeni i Al Aksu da upozna muslimanske svetinje. Bio je lijepo dočekan i tu je ostao duže vrijeme razgovarajući sa muslimanima na arapskom. Popeo se na propovjedaonicu u Kupolu na Steni i izrazio divljenje prema njenoj izradi. Onda je uzeo za ruku Šam-al Dina, kadiju iz Nablusa, koji mu je služio kao vodič, i tako obilazio džamiju Al Aksa. Iznenada se pojavio neki hrišćanski sveštenik koji je pokušao da u džamiju unese Novi Zavet, a car Fridrih II mu se obratio rečima: **„Tako mi Boga, ako se i jedan od vas usudi da ovde uđe bez dozvole, narediću da vam se svima iskopaju oči”**. Tu noć je kadi naredio muslimanskim imamima da iz

²⁶ Suad Mahmutović, Da li je tolerancija u povjesti muslimana konstantna ili akcident, članak, str.850-851

²⁷ Harun Jahja, navedeno djelo, str.112

poštovanja prema caru Fridrihu II ne pozivaju na molitvu i ne mole. No, to je veoma razočaralo cara, jer, kako sam kaže, jedini razlog zašto je ostao da prespava u Jerusalimu je upravo želja da čuje kako mujezin poziva na molitvu u Svetom Gradu. I na kraju ostaje činjenica da su upravo car Fridrih II i sultan al Kamil sa ovakvim sporazumom pružili državi u Palestini poslednju priliku da preživi. "Kroz istoriju neki kalifi i vizantijski carevi su podsticali prijateljske rasprave između predstavnika dve vjere. Takav je bio i Manojle I Komnen (1143-1180). Ali i patrijarh Arsenije bio je dovoljno slobodouman u XIII vijeku da dopusti seldžučkom sultanu da se okupa u kupatilu koje je pripadalo crkvi i da naredi jednom kaluđeru da pričesti njegovu djecu, a da se pre toga ne uvjeri da su propisno krštena. U ratnim vremenima moglo je da bude snažnih osećanja i progona na obadvije strane, ali uglavnom odnosi između Vizantije i islama, bili su bolji nego odnosi između Vizantije i Rima."²⁸

5. Tolerancija u vrijeme Osmanske vladavine u Turskoj

Poslije pada Carigrada „Mehmed II, koji je pribavio epitet Fatih (Osvajač) i učvrstio ga među najveće vojskovođe u istoriji, rame uz rame sa Aleksandrom Velikim, Hanibalom, Cezarom, Džingis-Kanom ili Tamerlanom, ujahao je na konju u Carigrad 29. maja 1453 godine, u pratnji vezira i dvorana. Zaustavio se pred hramom Svete Sofije i ušao u velelepno zdanje. Tamo je zatekao jednog turskog vojnika kako bradvom razbija mermerni pod. Sultan ga je upitao zašto to čini, a ovaj je odgovorio da to radi zbog vjere. Razgnevljeni Mehmed II je sabljom udario vojnika, pa su ga polumrtvog za noge izvukli napolje i bacili na ulicu."²⁹ Arapi su poštovali grčku prosvećenost i nauku, te su njome obogatili svoj duh, pa su i sami radili na tim poljima ljudskog duha. Turci Osmanlije koji su konačno srušili vizantijsku carevinu, uvidjeli su da kod svijeta koji osvajaju ima osim države još jedna sila, koja ne pada sa državom, nego može samostalno da živi. To je hrišćanska vjera i njena duhovna organizacija - crkva. Sultan je preuzeo ulogu uređenja crkve, tako što je pozvao Georgija Sholarisa da bude carigradski patrijarh. Predao mu je insignije njegovog zvanja, odežde, žezlo i naprsni krst. Stari krst je nestao, ili je pretihodni patrijarh Grigorije Mamas s njim pobjegao u Rim. Sultan je dobio prekrasan novi krst. Sročena je formula koju će sultan izreći. Glasila je :“ Postavljam vas za patrijarha i neka je sa srećom; zadržavajući sve privilegije koje

²⁸ Stivn Ransimen, *Vizantijska civilizacija*, Beograd, 1964, str.128

²⁹ R. Radić, *Strah u poznoj Vizantiji 1180-1453 II*, Beograd 2000, str. 234-236

su patrijarsi prije vas uživali, budite uvjereni u naše prijateljstvo.“³⁰ „Tokom vladavine Osmanskog carstva korišten je termin „milet“ za vjere ili druga carstva koja su postojala u to doba. Tokom vladavine sultana Mehmeda, Sulejmana, i Murata III hrišćani su nazvani imenom *“ponosni hrišćanski milet“*, iskazujući im ogromno poštovanje tokom svoje vladavine, koja je bila zasnovana na temeljima islamskih načela.“³¹ Veoma je važno napomenuti stanje u Bosni za vrijeme njegovog osvajanja te zemlje.“ Fojnička Ahdnama predstavlja važan dokument iz bosanske istorije. Izdao ju je sultan Mehmed II el Fatih 1463 godine bosanskim franjevcima u Milodražu kod Kiseljaka. Turski vladari nisu često izdavali ovakve dokumente. Kad su to činili postojao je poseban razlog za to.“³² Razlog za ovakav dokument je bila molba franjevačkog starešine da poštedi sve hrišćane u Bosni.

„Veliki care! Ja sam fra Anđel Zvizdović, starješina franjevačkog manastira u Fojnici. Dolazim ispred ovdašnjeg izbjeglog puka katoličke vjere, da ti ukažem na nastale prilike, koje ne mogu ni tebi dobra donijeti, ako si došao da nam budeš novi gospodar. Različite smo vjere ali vjerujemo u istog Boga. Mada smo mi bosanski katolici, do jake bili tvoji ljuti protivnici, uviđamo da je Božija volja da nam budeš novi gospodar, pa ti dolazim ispred mojih istovjetnika da ti iskažem pokornost i nas primiš kao tvoje nove podanike. Care, poštedi nam crkve, dozvoli nam slobodu vjere, pa ko je do sad bio katolik neka to i nadalje ostane! Ovdje je oduvijek bilo više vjera, jedna pored druge, niko nikome nije smetao. Budi milostiv i dozvoli da tako ostane i nadalje. Ako dozvoliš katoliku da i dalje bude katolik, pravoslavcu pravoslavac, bogumilu bogumil, onda ćeš imati Bosnu baš onakvu kakvu želiš. Tri naša samostana u Kraljevoj Sutjesci, Kreševu i Fojnici, pusta su. Samostanska braća su se razbježala, kapele i crkve su napuštene. To je slika od koje se srce steže svakom vjerniku, ma koje vjere bio. Dopusti nam da se i nadalje molimo u našoj vjeri, neka narod siđe sa brda, neka ti se pokori. Budi nam gospodar kojem ćemo se klanjati i poštovati, kakav je običaj od starine!“³³ Muslimani, pravoslavci i katolici u Bosni su za vrijeme osmanske vladavine življeli u blagostanju i sigurnosti. Željeli su da taj mir

³⁰ Stiven Ransiman, Pad Carigrada 1453, Novi Sad, 1996, str. 74

³¹ Preuzeto sa www.balkanplus.net/mirsad-aslani-osmansko-carstvo-primjer-pravde-i-medju-religijske-tolerancije/

³² PORUKE AHDNAME, sloboda vjere u multireligijskoj BIH, Sarajevo 2018, str. 53

³³ Isto.-Dio obraćanja Fra Anđel Zvizdovića, sultanu Mehmedu II Fatihu. str. 67-68

traje i za vrijeme vladavine sultana Mehmeda. Ovo je preslika ahdname koju je sultan Mehmed Fatih dao bosanskim franjevcima.

„Ja, sultan Mehmed-han; smilovao sam se bosanskim franjevcima i dajem na znanje da vi, uključujući i vaše ljude koji dođu iz vana, možete bez straha vršiti molitvu u vašim crkvama i bez straha živjeti u našoj zemlji. Ni moji veziri, niti iko od stanovnika moga carstva neka ih ne vrijeđa i ne uznemirava. Kunem se Allahom, poslanikom Muhamedom, a.s., sa 124.000 pejgambera i sa sabljom koju sam opasao, da su vaši životi, imetak i crkve pod mojom zaštitom dokle god služite meni i mojoj zapovjesti i budete pokorni.“³⁴

Pored hrišćana i jevreji su stekli simpatije sultana u Osmanlijskoj vladavini. „Sultan Mehmed II imenovao je Mojsija Kapsalija za vrhovnog rabina Turske i člana državnog savjeta. U tom svojstvu dolazio je on na vjećanje u sultanov dvor i sjedio pored muhamedanskog i hrišćanskog vjerskog poglavara.“³⁵ „Jevreji su ovde naišli na jednu vjersku trpeljivost, i služili su kao ljekari i tumači. Već pod Mehmedom II bio je jevrejin posrednik između Turske carevine i Mletačke Republike. Dvorski ljekar sultanov i njegov najvjerniji i najistaknutiji državnik bio je jevrejin Jakov. Za Selima I (1512-1520) pominju se: Avram de Kastro, kao glavni zakupnik poreza i Josif Hamon, kao sultanov ljekar. Josifov sin Mojsije Hamon uživao je glas velikog naučnika i istaknutog ljekara na dvorcu Sulejmana II (1520-1566). Značajan je kao diplomata bio i Solomon ben Natan Eškenazi koji je za Selima II (1566-1574) bio lični ljekar i uticajan državnik. Svoj diplomatski talenat i svoje rodoljublje dokazao je pregovorima o miru sa Španijom (1578).Španski poslanik htio je da ga podmiti velikom sumom novca, tražeći od njega da zagovara primirje, ali je Solomon Eškenazi to odlučno odbio riječima:“ *Ja znam da bi kralj Filip ovo primirje rado upotrebio za ojačanje na štetu Turske. Ali ja nisam izdajnik da potpomognem takvu namjeru“.*³⁶

6. Zaključna razmatranja

Pitati koja je religija bolja ili najbolja, isto je kao i pitati koji je jezik bolji za sporazumjevanje, što ih neko više zna, više se sporazumjeva! Stav, samo je

³⁴Poruke AHDNAME „Preslika ahdname sultana Mehmeda II Fatiha, str.85

³⁵ Solomon Kalderon-Istorija jevrejskog naroda II, Beograd, 1935, str.6

³⁶ Isto, str.8

moja vjera prava, a sve druge vjere su krive, ne može biti osnova za dijalog i trpeljive odnose, kao ni za bilo koji oblik stvarne saradnje. Kad jedna vjera mirno podnosi drugu, ne samo u duhu nego i u stvarnosti, onda je to znak snage obeju vjera i jamstvo njihove budućnosti. Čovjek koji poštuje samo svoju vjeru, a potcjenjuje druge, nalik je na čovjeka koji poštuje samo svoju majku, a prezire majke drugih.

Odbiti razgovor sa drugom kulturom, odnosno drugom religijom, znači odbiti mogućnost da se nešto drugo nauči, da se obogati vlastita kultura i religija. Ko se poistovjećuje samo sa vrijednostima svoje kulture, taj je slijep za sve druge kulture-on je čovjek jedne kulture, osuđen da duhovno ne raste. Jedna kultura ne može postati svjesna sebe, to jest svog identiteta, bez odnosa sa drugim kulturama, koje se od nje razlikuju. Mi smo vidjeli kroz navedeni niz primjera da su veliki vladari težili da grade toleranciju mira, ljubavi i sloge među narodima, pa čak i u nekim situacijama gdje bi pravda zahtjevala drugačiju primjenu sile, vladari su ipak ostajali tolerantni. Ako se prisjetimo odlomka iz filma "Kingdom of Heaven"- Nebesko kraljevstvo, gdje kralj Boldvin i Saladin pregovaraju jedan sa drugim o predaji Kerak utvrđenja, vidjećemo da sa samo par razumnih riječi, mudrih i tolerantnih ljudi, sukob se zaustavlja.

- **Saladin:** *Molim te da povučesh svoju konjicu i da ovo ostaviš meni.*

- **Kralj Boldvin:** *Ja te molim da se nepovrijeđen vratiš kući u Damask. Rejnald od Šatijona, će biti kažnjen. Kunem ti se. Povuci se ili ćemo svi ovde izginuti. Jesmo li se dogovorili?*

- **Saladin:** *Dogovorili smo se..... Poslaću ti svoje ljekare.*

- **Kralj Boldvin:** *Salam Alajkum- (neka je mir na tebi)*

- **Saladin:** *. Waalejkum salam (i na tebi)- Odlomak iz filma "Kingdom of heaven".*

Ovakav način pregovora treba da bude primjer i da zastidi mnoge svjetske vladare svijeta koji više teže ratu, nasilju, negoli miru, ljubavi, i slozi među ljudima. Tolerancija je jedini krov pod kojim različiti vjernici i vjerske zajednice mogu da žive u relativnom miru. Ona u najširem smislu i označava (podnositi, prihvatanje i uvažavanje tuđih stavova, ideja, mišljenja i načina života) Vrlo je važno naglasiti da su danas dvije muslimanske porodice Džuddeh i Nusejbeh, još od vremena Saladina ključari najsvetije crkve za hrišćane-Crkve Svetog groba u Jerusalimu.Oni ceremonijalno svako jutro otključavaju crkvu, i uveče je zaključavaju. Kada sam imao priliku da prvi put budem u

crkvi Svetog groba, čuo sam od našeg vodiča Srđana Ratkovića najljepši primjer i događaj ljudske solidarnosti i tolerancije od vremena krstaša koji se prenosio sa koljena na koljeno. Naime, kada je sultan Saladin osvojio Jerusalem 1187 godine, mnogi hrišćani su se bojali kako će postupiti prema najvećoj hrišćanskoj svetinji. Kada je krenuo put crkve Svetog groba, naočigled mnogih očevidaca, 300 okolnih civilnih muslimana se uhvatilo za ruke i svojim krugom opkružili oko crkve Svetog groba. Kada ih je Saladin sa čuđenjem upitao zbog čega to rade, oni su rekli: *“Nemoj da rušiš ovo mjesto, tu se nalazi Isin grob”*. Značajni su takođe primjeri tolerancije novijeg doba.

Ako pomenemo ratna dešavanja u BiH devedesetih, svakako ćemo se sjetiti primjera Alije Ćosića, koji je rizikovao svoj život da spase vojnika JNA Vlada Gajičića, kao i komandanta BiH Amir Reka iz Goražda koji je spasio 45 hrišćanskih civila iz sela Bučije od sigurne smrti, i to samo tri dana nakon što mu je majka i cijela porodica spaljena u njegovom rodnom selu Gudelj. Različitosti među ljudima, zbog porijekla i pripadnosti ne bi nikada trebalo biti razlog za stvaranje konfliktnih situacija, već uzajamno prožimanje. Religija koja ne želi da dâ svoj doprinos mirnom saživotu, ne može da se pomiri sa bilo kojim oblikom fundamentalizma, mora da se zalaže za trpeljivost među različitim, za izgradnju autentičnog mira i pomirenja među ljudima i narodima, kako u svakodnevnom životu tako i u međunarodnim odnosima. Ovaj rad bih priveo kraju izloživši govor blaženopočivšeg pape Jovana Pavla II, upućenog Marokanskoj omladini 1985 godine na stadionu Kazablanka. **„Dijalog između kršćana i muslimana, danas je potrebniji više nego ikad. On proizlazi iz naše vjernosti prema Bogu. Vjerujem da mi kršćani i muslimani, trebamo s radošću priznati naše zajedničke vjerske vrijednosti i zahvaliti Bogu na njima. Odanost zahtjeva takođe da priznamo i poštujemo svoje razlike. Vjerujem da nas Bog danas poziva da promjenimo svoje stare navike. Trebamo se poštovati i jedni druge poticati na dobra djela, na Božijem putu.** Naravoučenije je da su sve svjetske religije usvojile zlatno pravilo **“ne čini drugome ono što ne bi želio da on tebi učini”**.

Literatura

Ali, T. (2014), *Knjiga o Saladinu*, Podgorica

Biblija, (1997), Beograd

Fajfrić, Ž. (2000), *Istorija krstaških ratova*, Šid

Mahmutović, S. (2008) *“Da li je tolerancija u povijesti muslimana konstantna ili accident”*, *Glasnik Islamske Zajednice BiH*

Hafizović, R. (2002), *Muslimani u dijalogu sa drugima i sobom*, Sarajevo

Harun, J. (2003), *Islam proklinje teror*, Sarajevo

Hiti, F. (1988), *Istorija Arapa*, Sarajevo

Kalderon, S. (1935), *Istorija jevrejskog naroda II*, Beograd

Kovač, T. (2009), *Nova prisutnost, (članak) Kršćanstvo i islam, zajednički izazovi i perspektive*, Zagreb

Kur-an, (2017), Sarajevo

Montefjore, S.S. (2012), *Jerusalim-biografija*, Beograd

Mulaf, A. (1988), *Krstaški ratovi u očima Arapa*, Sarajevo

Poruke AHDNAME, (2018) *Sloboda vjere u multireligijskoj BIH*, Sarajevo

Radić, R. (2000), *Strah u poznoj Vizantiji 1180-1453 II*, Beograd

Ransiman, S. (1964), *Vizantijska civilizacija*, Beograd

Ransiman, S. (1996), *Pad Carigrada 1453*, Novi Sad

Religija i tolerancija, *Religion and Tolerance* (2015) CEIR, Novi Sad

Suvejdan, T. (2005), *Ebu Bekr i Omer*, Sarajevo

Tanasković, D. (2008), *Islam, dogma i život*, Beograd

Uspenski, F. (2000), *Istorija Vizantijskog carstva od VI do I vijeka*, Beograd

Web izvori

<http://saff.ba/vjerska-tolerancija-poslanika-milosti/>

[sr.wikipedia.org/wiki/Пад_Јерусалима_\(1187\)](http://sr.wikipedia.org/wiki/Пад_Јерусалима_(1187))

www.balkanplus.net/mirsad-aslani-osmansko-carstvo-primjer-pravde-i-medjureligijske-tolerancije/

https://sr.wikipedia.org/wiki/Манастир_Свете_Катарине_на_Синају

TV izvori

Kingdom of Heaven (2005)

<https://www.youtube.com/watch?v=6ySgb8pqXzM>

Križarski ratovi u očima Arapa-ujedinjenje (3.epizoda)-

<https://www.youtube.com/watch?v=1tD8dY9nRwo>

**ERGODIČKI TEKST – UTJECAJ TEHNOLOGIJE NA
KNJIŽEVNO STVARALAŠTVO****THE ARTICLE IN ERGODIC - THE INFLUENCE OF TECHNOLOGY
ON LITERARY CREATIVITY**

MARIJA PUTICA

Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru

Apstrakt: U radu je autorica predstavila ergodički tekst, nikada do kraja završen tekst. Pod utjecajem suvremenih informacijsko komunikacijskih tehnologija se mijenja i prilagođuje suvremeno društvo. Tako su suvremene tehnologije pisanja utjecale i na suvremenu književnost te je u radu predstavljen književni hipertekst, odnosno blogerska književnost. Temeljna obilježja intermedijalne tekstualnosti, njegova polimorfna značenja su rasvijetljena kroz prizmu kolaborativnog autors-tva, otvorenosti, procesualnosti i kroz usmjerenost potrebama zajedni-ce. Nove mentalne strukture čitanja i pisanja u digitalnom okolišu proizvode snažan otpor prema tehnologiji izazvavši oštre antropološke rasprave. Stoga je u radu potrebna pozornost usmjerena remedijaciji, reorganiziranju postojećih karakteristika pisanja. Novi stvaralačko-receptivni proces je doveo do stvaranja pokreta i zajednica, koji stoje nasuprot ranije utvrđenim vrijednosnim kriterijima, te su novi perceptivni postupci koje donosi mrežna povezanost važni u razumijeva-nju cyber teksta.

Ključne riječi: Ergodički tekst, hipertekst, blogerska književnost, remedijacija, cyber tekst

Abstract: The author presented the article in ergodic, never finished, text. Contemporary society is changing and adapting under the influence of contemporary information communication technologies. Thus, contemporary writing technologies have influenced contemporary literature, and the author has introduced hypertext fiction, or blogger

literature. The fundamental features of the intermediate textuality, its polymorphic meanings are illuminated through the prism of collaborative authorship, openness, processuality, and through the orientation of community needs. New mental reading and writing structures in the digital environment produce strong resistance to technology, causing sharp anthropological discussions. For this reason, attention is devoted to remediation, reorganization of existing writing features. The new creative-receptive process has led to the creation of the movement and the community, which are in comparison to previously established value criteria, and new perceptive procedures that bring network connectivity important for understanding cybertext.

Key words: *Ergodic Text, Hypertext, Blogger Literature, Remediation, Cybertext*

1. UVOD

Hipertekst je nastao kao vid unaprijeđenja grafičke forme tiska, dodavanjem interaktivnih elemenata ekranskog prijeloma. Navigacijski alat akademске literature predstavlja njegovu preteču jer su korišteni elementi koji su povezivali elemente djela s njegovim referencama. Kod klasičnog teksta čitatelj pasivno slijedi strukturu koju je autor odredio. Hipertekst ruši linearnu organizaciju kombinatoričkom, a fragmentacija je zamijenila raniju integralnost. Stoga se hipertekst definira kao djelo sačinjeno od fragmenata nekog materijala u kojemu svaki od njih sadržava određen broj *linkova* koji ga povezuju s drugim fragmentima. Drastične promjene se ogledaju i u čitanju jer se pasivno konzumiranje teksta zamjenjuje strategijom stvaranja značenja.

Sredina dvadesetog stoljeća je donijela brojna znanstvena i tehnološka otkrića te je uočen problem informacijskog preopterećenja, što je zahtijevalo nove metode za pohranu i povezivanje podataka. Naglašena je nužnost asocijativnog pohranjivanja i povezivanja kako bi se slijedio način na koji funkcionira ljudski mozak. Stoga su znanstvenici angažirani na izgradnji hipertekstualnih sustava. Razvoj World Wide Weba je pokazao kako hipertekst utječe ne samo na izgled teksta, već i kulturu u cjelini. Istodobno s pojavom Weba su se pojavili prvi hipertekstualni romani, a s njima i dvojba predstavlja li hipertekst tehnonarcizam zapadne civilizacije ili korak prema razvoju pisma. Eksplozivan rast interneta je donio procvat hipertekstualne literature koja je u različitim omjerima kombinirala medijsku i književnu formu, a uključivali su i različite

hipermedijalne oblike reprezentacije. Uslijedile su i pompozne najave o smrti knjige. Pri tomu se smetnulo s uma kako je književnost zapravo oblik medijacije, posredovanja, te da je u njoj potrebno prepoznati prisutnost jednog medija u drugom. Ideja hiperteksta je u nelinearnom pisanju i asocijativnoj organizaciji. Riječ je o tekstu koji se grana, kako ga je opisao njegov tvorac, i čitatelju omogućuje izbor. Iako je World Wide Web, najveći hipertekstualni sustav, postao globalnim sustavom elektroničke komunikacije, a hipertekstualno, nelinearno i asocijativno mišljenje mentalnom navikom Weba, linearno, hijerarhizirano, zatvoreno i centralističko pisanje i mišljenje su ostali dominantni.

2. Hipartekst kao novi oblik naracije

Cyber prostori su pokrenuli nove oblike naracije čiji je utjecaj ravan utjecaju književne tradicije, a njihova pravila formiraju književnost na novim medijima. Iako se nove medije optužuje za dokidanje postojećih kulturnih vrijednosti, praksa pokazuje kako tehnologija nije presudna u formiranju novih paradigmi pisanja. Tehnike pisanja koje se opiru linearnom i hijerarhijskom poretku, a utjelovljuju nehijerarhičnost i asocijativnu organizaciju motiva (struja svijesti, citatnost, metatekstualnost) su u tiskanom mediju pokušale simulirati nelinearnost. Povijest hiperteksta započinje prije uporabe računala pa se u svojoj definiciji cyber tekst ne ograničava samo na računalnu ili elektroničku tekstualnost. Njegove začetke prepoznajemo u navigacijskom alatu akademske literature koji je sadržavao proces intertekstualnosti, a čitatelja je vodio izvan standardnog čitanja. Ideja o hipertekstu je nastala s ciljem smanjivanja problema proisteklih iz informacijskog preopterećenja. Još je 1934. godine, više od pola stoljeća prije pojave prvog web preglednika, Paul Otlet, djelom *World brain*¹, predstavio novi način za pohranu podataka. Esejem *Kao što bi mogli misliti (As We May Think)*² je Vannevar Bush 1945. godine označio početak razvoja hiperteksta. Kao predstojnik Ureda za znanstveno istraživanje i razvoj bavio se razvojem vojne tehnologije te se u članku zalagao za preusmjeravanje znanosti u mirnodopske tijekove. Usmjerenje k ljudskom intelektu je osmislio kroz razvoj tehnologije za jednostavno pohranjivanje i dohvaćanje znanstvenih informacija. Osmislio je stroj *Memex*, namijenjen onome što je

¹ WRIGHT, Alex: *Cataloging the World, Paul Otlet and the Birth of the Information Age*, Oxford University Press, 2014.

² BUSH, Vannevar: *As We May Think*, The Atlantic, srpanj 1945., URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/...we-may-think/303881> (2.4.2018.)

nazvao „associative indexing“, odnosno da svaki podatak bira drugi podatak. Njegova ideja nove metode za pohranu i dohvaćanje podataka se temeljila na spoju znanosti i tehnologije. *Memex* je funkcionirao po uzoru na ljudski mozak jer su se u njemu podaci pohranjivali i dohvaćali asocijativno, a ne putem abecednih ili numeričkih sustava. Njegove ideje su prihvaćene kao početak razvoja hiperteksta.

Naziv hipertekst je 1965. godine uveo Ted Nelson, a označavao je nelinearno organiziran tekst. Osim naziva hipertekst je skovao i naziv hipermedija kako bi opisao nesekvencijalan način čitanja. Prefiks *hiper* označava novinu novih medija, označavajući ključnu razliku između *starih*, analognih medija. Riječ *hiper* potječe od grčke riječi koja označava nešto što je iznad, preko ili izvan. Sukladno tomu, hipertekst označava tekst koji pruža linkove na druge tekstove koji su iznad, preko ili izvan njega. Ted Nelson je pokrenuo projekt *Xanadu*³, koji je zamišljen kao spremište svega što je ikada napisano. Zamišljen je kao sveobuhvatna paradigma – idealni i opći model za sve računalne sustave, baziran na povezanosti dokumenata i podataka. U njegovoj službenoj dokumentaciji stoji i kako ova paradigma u užem smislu predstavlja model obrade teksta u kojemu su komentari, sažeci i ostale bilješke izravno povezani s tekstem. Nelson je pokrenuo i stvaranje univerzalnog globalnog hiperteksta. *Hypertext Editing System – HES* je prvi funkcionalan hipertekstualni sustav nastao 1967. godine. Godinu poslije njega je razvijen *Aspen Movie Map*, prvi hipermedijski sustav. Iste, 1968. godine je Douglas Engelbart⁴ (izumitelj računalnog miša) predstavio *On-Line System – NLS*. Sustav se odlikovao obilježjem hiperteksta te se, zajedno s Tedom Nelsonom, ovaj izumitelj smatra njegovim tvorcem. Douglas Engelbart je, radeći na projektu za istraživanje umjetne inteligencije pri *Carnegie Mellon*, razvio *ZOG*⁵, hipertekstualni sustav koji je 1982. godine postavljen na nosač zrakoplova *U.S.S. Carl Vinson*. Kako bi razmjenu informacija među istraživačkim timovima različitih sveučilišta učinio bržom i jednostavnijom, Tim Berners Lee je devedesete godine dvadesetog stoljeća predstavio *World Wide Web* koji je postao dominantnim svjetskim hipertekstualnim sustavom. Masovnost korištenja mu je omogućena pojavom prvog preglednika, *Mosaic browsera* koji je 1993. godine izumljen na sveučilištu Illinois.

³ URL: www.xanady.net (12.3.2018.)

⁴ *History of Hypertext Systems*, URL: https://www.livinginternet.com/w/wi_hyper.htm (3.3.2018.)

⁵ Ovaj naziv ništa ne znači. Odabran je zbog lakog izgovora.

Ted Nelson je hipertekst definirao kao nesekvencijalno pisanje, a njegovu društvenu ulogu kao decentralizaciju autoriteta i moći. Tako je njegov hipertekstualni multimedijски sustav *Xanadu* opisan kao model izdavaštva u kojem bilo tko može citirati objavljeni tekst i objavljivati linkove prema nekom tekstu, a bilo koji čitatelj može pratiti linkove do i od objavljenog teksta. Espen J. Aarseth ga definira kao svaki sustav koji uključuje informacijsku povratnu petlju. Po njemu, primjeri cyber teksta obuhvaćaju svaki oblik nelinearnosti. Hipertekst je skup dokumenata u elektroničkom obliku, pretežno tekstovnog i slikovnog sadržaja, međusobno povezanih elektroničkim uputnicama, poveznicama (hipervezama, linkovima).⁶ Link je mjesto iz kojeg se linearni tekst počinje granati u mrežu. Hipertekstovni dokumenti se izrađuju pomoću programskog jezika HTML (*HyperText Markup Language*) i njemu srodnih inačica, a za pregled i navigaciju među dokumentima se koriste mrežni preglednici. Računalne igre, tzv. avanture su u samom središtu interesa teorije hiperteksta koja je tako usmjerena na spajanje popularne i visoke kulture.

Razvoj novih hipertekstualnih sustava, kao i pojava novih oblika naracije i hipertekstualnih formi su utjecali na novo poimanje teksta. Tako se u postmodernom dobu o tekstu razmišlja kao o pisanju jednog beskonačnog teksta koji nema svoje središte i u kojemu se na arhaičan način ostavlja trag pisanju. U djelu *Rhizome*⁷ su Gilles Deleuze i Félix Guattari's pisali o hipertekstu kao o pisanju i u jednom i u drugom smjeru, o struji bez početka i kraja, u kojemu su zanemarene hijerarhije, i gdje vlada duh i model rizoma. Rizom je riječ grčkog podrijetla i u botanici označava podzemnu stabljiku nekih biljaka s korijenjem koje izrasta iz čvorova. U filozofiji označava pojam koji se koristi u tumačenju identiteta, te strukture subjektivnosti i tjelesnosti, a prisutan je i u drugim granama kulturne teorije. Primjerice, u teoriji cyber-kulture (Donna Haraway) ili u semiotici (Umberto Eco). Sukladno tome, hipertekst je djelo sačinjeno od odsječaka tekstualnih, video ili zvučnih zapisa i veza koje povezuju ove čvorove.⁸ Multimedijско povezivanje grafike, teksta, zvuka i videa u okruženju hiperteksta se naziva hipermedija, a koristi se u brojnim izdanjima. Aktiviranje linkova korisniku omogućuje trenutačno prelaženje s jednog do-

⁶ URL: www.encikopedija.hr/natuknica.aspx?id=25636 (2.2.2018.)

⁷ URL: csmrt.uchicago.edu/glossary2004/rhizome.htm (12.3.2018.)

⁸ KAPLAN, Nancy i Moulthrop, Stuart: „*Citescapes: Supporting Knowledge Construction on the Web*“, Fourth International World Wide Web Conference, Boston, 1995. URL: <http://iat.ubalt.edu/moulthrop/citescapes/citescapes.html> (23.2.2018.)

kumenta na drugi, koji se na prvi sadržajno nastavlja, a time i oblikovanje slijeda sadržaja prema vlastitom interesu. Za odsječak tekstualne građe je George Landow skovao naziv *leksija*. Termin je preuzeo od Rolanda Barthesa koji je pod tim podrazumijevao jedinice čitanja. Tako se termin leksija ustalio kao naziv za cjelinu ili ekran teksta koji je s ostalima povezan linkovima.

Načela za stvaranje hipertekstova je Stuart Moulthrop predstavio u članku *In the Zones: Hypertext and the Politics of Interpretation*.⁹ Napomenuo je kako treba imati u vidu da hipertekst nije predmet, već sustav. To nije čvrsto djelo poput ukoričene knjige, već dinamičan, proširujući skup tekstova čiji se sadržaj stalno mijenja. Načelom „hipertekst je medij“ je naglasio kako svaki hipertekstualni sustav treba poticati pisanje, te da je funkcija hipertekstualnog sustava stvaranje boljih uvjeta za razmjenu, razvoj i vrednovanje ideja. Treće Moulthropovo načelo se odnosi na nužnost raznovrsnosti hiperteksta. Naglasio je kako hipertekst ne smije biti uniforman, već treba tvoriti heterogenu mrežu tekstualnih prostora. Preporučio je kreiranje zasebnih diskurzivnih zona u kojima će važiti različita pravila ponašanja ili korištenja informacija te da se, unatoč postojanju različitih mišljenja o intelektualnoj vrijednosti u pojedinim zonama, tuđi tekstovi ne smiju ispravljati ili cenzurirati, a svi moraju biti dostupni svima, bar na razini čitanja.

3. Ergodička književnost

Književni hipertekst se definira kao onaj koji je otvoren, nelinearan, nesekvencijalan, diskontinuiran, rizomu nalik, nikad do kraja završen tekst. Korjene danas prisutnim problemima s autorskim pravima i vlasništvom nalazimo u projektu Xanadu Teda Nelsona iz šezdesetih godina prošlog stoljeća. S razvojem World Wide Weba je omogućeno širenje i masovno korištenje hiperteksta. Iako su književnost i umjetnost nastale u digitalnom okružju već odavno u središtu interesa različitih humanističkih disciplina, njihov pojmovno – kritički aparat nije ustaljen niti je univerzalno prihvaćen. Stoga D. Lugarić Vuksan upozorava kako, unatoč „lošoj beskonačnosti“ takvog tipa tekstualnosti se ne smije zanemariti digitalnu ergodičku umjetnost i blogersku književnost zbog bogatstva oblika i zbog njihova rapidna razvoja.¹⁰ Kritičke, etičke,

⁹ MOULTHROP, Stuart: *In the Zones: Hypertext and the Politics of Interpretation*, u *Writing on edge WOE*, Regents of the University of California, 1989.

¹⁰ LUGARIĆ, VUKAS, Danijela: *Književnost u doba bloga (O Majetićeovim blogerskim romanima)* u: *Umjetnost riječi*, Zagreb, 2013, br.3-4, str.278.

estetičke i teorijske postavke, prisutne u linearnoj pisanoj književnosti, tek trebaju biti izgrađene za hipertekstualnu književnost. Književnost je oduvijek osluškivala i prihvaćala tehnološke promjene, ali su njoj srodne humanističke discipline ostajale po strani.

Naziv ergodička književnost je nastao od grčkih riječi *ergon* što znači rad i *hodos* koja označava put. Ovaj pojam je u kontekstu stvaralaštva koje nastaje na digitalnim medijima uveo Espen J. Aarseth. U knjizi *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*¹¹ je pošao od definicije cyberteksta. Cybertekst opisuje kao specifičan medij koji nastaje kao sastavni dio značenja teksta i kod kojega je središnja uloga u stvaranju dana čitatelju.¹²Ergodicizam sam po sebi nije stil ili žanr, već dinamična i interaktivna komunikacijska strategija i način proizvodnje teksta. Ergodičkim naziva proces koji je nužan za razumijevanje i čitanje cyberteksta. Razliku između neergodičkog i ergodičkog teksta Steve Himmer¹³vidi u izrazito aktivnoj ulozi čitatelja ergodičkog teksta jer autor stvara tek parametre priče kroz koje čitatelj sam treba napraviti put. Ergodičku književnost Espen Aarseth vidi kao tip tekstualnosti koji zahtijeva „netrivijalnu“ aktivnost čitatelja da osmisli i razumije tekst.¹⁴Ne postoje jasno utvrđeni kriteriji na temelju kojih bi se mogao donijeti dobar izbor između odluke o pravcu kretanja kroz tekst, ili prepuštanja slučajnosti te, po Milleru etika hiperteksta počiva na zajedničkoj odgovornosti autora i suautora, odnosno čitatelja.¹⁵ Ustvrdio je kako i tekstovi nastali na blogovima čine podvrstu ove književnosti te da pri njihovoj analizi ne treba postavljati pitanja o čemu blogovi govore, već što i kako to blogovi rade za autora i čitatelja. Po njemu, blogovi „ovise“ o posebnim kôdovima koje određuju i autor i čitatelj koji postaje sekundarni autor. Pozivajući se na Himmera, D. Lugiarić Vukas¹⁶ ističe kako se tip tekstualnosti stvaran tijekom blogiranja poigrava brojnim uobičajenim pretpostavkama o tekstu, jer se kao posljedica polifonog, dvosmjernog komentiranja činjenice da značenje teksta ovisi o čitateljevoj sposobnosti da reorganizira narativ na gotovo neograničen broj načina uspostavljaju složeni odnosi

¹¹ AARSTETH, Espen J.: *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, John Hopkins University Press, 1997.

¹² LUGARIĆ, VUKAS, Danijela: *Nav. djelo*, str.273-292.

¹³ HIMMER, Steve: *The Labyrinth Unbound: Weblogs as literature*, URL:https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/172823/Himmer_Labyrinth%Undbound.pdf (21.1.2018.)

¹⁴ AARSTETH, Espen J.: *Nav. djelo*, str.10-12.

¹⁵ MILLER, J.H.: *Etika hiperteksta*, u: Republika, Zagreb, 1998, br.1-2, str.200-213.

¹⁶ LUGARIĆ, VUKAS, Danijela: *Nav. djelo*, str.275.

između autora i publike. Specifična temporalna struktura je temeljno obilježje blogerske književnosti. Obrnuta kronološka struktura teksta nastaje zbog povratne informacije. Blogerski roman je obilježen pomicanjem likova, kako iz unutar književne, tako i izvan književne realnosti. U takvoj je dinamičnoj strukturi autor od izvanknjiževne instancije postao unutarknjiževni lik, a lik je izišao u izvanknjiževnu stvarnost i postao autor.¹⁷ Među idejama o medijsko – kompjutorskom procesu interaktivnosti je teza o prenošenju dijela tehnološko – programerskih potencijala s autora na korisnika koji dobiva brojne mogućnosti. Odabirom poveznica, kreiranjem novih sadržaja ili selekcijom sadržaja korisnik preuzima odgovornost pri čemu autor ostaje u pozadini daljnjih dešavanja, a korisnik ponuđenom projektu daje osmišljenu korisničku nadobradnju. Projekt može živjeti i dalje se razvijati i ako ga autor sasvim napusti. Stoga Waterworth i Chignell¹⁸ model informacijskog istraživanja opisuju kroz tri dimenzije; strukturalnu odgovornost, ciljnu orijentaciju i interakcijsku metodu.

Interaktivnost je ključna u razumijevanju ove problematike. U etimološkom se smislu razumijeva kao uzajamna ili recipročna aktivnost uspostavljena među različitim elementima unutar određenog okruženja. U medijsko – elektroničkom kontekstu se odnosi na dvosmjerni elektroničko – komunikacijski sustav koji uvodi principe korisničkog ulaza i povratne informacije (*feedback*). Interakcija je ključna u hipertekstualnosti. Jer, kako je ustvrdio Jakob Nielsen,¹⁹ elektronički tekst treba biti baziran na interakciji, hipertekstualnom povezivanju, navigaciji, istraživanju. Interakcija čovjeka i računala (*Human Interaction – HCI*) je najprisutnija kod uporabe tehnologija izraslih na Webu 2.0. U HCI tipu susrećemo interakcijske modele koji spadaju u tri temeljne skupine. Čine ih navigacijska, funkcionalna i adaptivna interaktivnost. Navigacijska je temeljna forma interaktivnosti, a označava kretanje ili navigaciju kroz informacijski prostor, istraživačka oruđa ili hipertekstualne poveznice. Funkcionalna je složeniji oblik interaktivnosti, tu je korisnik interaktivan sa sustavom kako bi mogao ispuniti jasno određene i zadate ciljeve. Za razliku od navigacijske, u kojoj je korisnik ograničen na pasivan pogled, funkcionalna je interakcija izraženija jer se putem nje postaje dijelom snažne povratne (*feed-*

¹⁷Isto, str.288.

¹⁸ Waterworth, J.H.&Chignell, M.H.: *A model for information exploration*, Hypermedia, 1991, br. 3.

¹⁹ NIELSEN, Jakob: *Electronic Books-A Bad Idea*, URL:<http://www.useit.com/altbox/980726.html> (3.2.2018.)

back) funkcije. Adaptivna razina interakcije je najviša, označava mogućnost korisnika da prilagodi aplikaciju kompjutorskog elektroničko – informacijskog prostora za svoje vlastite ciljeve, to jest da kreira ili modificira web stranice.

Blogerska je kultura donijela bitne kulturološke promjene u društvu te je kreiranje vlastitog identiteta postalo samoumjetničkim činom. Konstrukcija i simuliranje osobnog identiteta su česte teme blogerske tekstualnosti. U proizvodnji i polimorfnom značenju teksta sudjeluju različite osobe. Čitatelji postaju sekundarni autori jer svojim komentarima kontroliraju i usmjeravaju tekst u blogosferi, te ova vrsta tekstualnosti u znatnoj mjeri preuzima folklorne osobine, za razliku od tradicionalne književnosti koja je pisano – književne prirode. Folkloristička obilježja joj daju kolaborativno autorstvo, otvorenost, procesualnost i usmjerenost na potrebe blogerske zajednice. Espen Aarseth jasno ističe razliku između interakcije u računalnim igrama kao kliktaja miša od interakcije u hipertekstualnom smislu koju svodi na čin izbora.

Među žanrove elektroničke književnosti Katherine Hayles u članku *Electronic Literature: What Is It?*²⁰ ubraja hipertekstualnu fikciju, mrežnu fikciju, interaktivnu fikciju, lokalne narative, instalacijska djela, generativnu umjetnost, djela u kôdu te *flash* poeziju. Teoriji hiperteksta su osobito zanimljivi sustavi koji spajaju elektroničku komunikaciju s fikcijom i naracijom. Prostori MUD-ova (Multi Users Dungeons – Tamnice za više korisnika) su se osamdesetih godina razvili iz žanra mrežnih igara kao virtualne zajednice u kojima se odvija *on line* komunikacija, a u njima se vidi budućnost razvoja hipertekstualne književnosti. Jannet Murray²¹ buduću razvoj hiperteksta vidi u decentraliziranim sustavima ili nedeterminiranim cyber sustavima, kakav je MUD. Njihova pravila su nepredvidiva zbog fleksibilnosti i kompleksnosti ovih narativnih prostora.

Novi modeli čitanja i pisanja su kritičare podijelili na konzervativce i tehnofile. Za razliku od njih koji počinjavaju na rivalitetu dviju tehnologija pisanja, J. D. Botler²² je ustanovio kako je riječ o remedijaciji. Pod remedijacijom podrazumijeva slučaj kada novi medij zauzima mjesto starog, posuđujući i

²⁰ HAYLES, Katherine: *Electronic Literature: What Is It?*, URL: <https://eliterature.org/pad.elp.html> (3.3.2018.)

²¹ MURRAY, Jannet: *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1997.

²² BOLTER, Jay David: *Writing Space: computer, Hypertext, and the Remediation of Print*, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

reorganizirajući karakteristike pisanja u starijem mediju. Pri tomu važnom vidi uključivanje vizualne komponente u pisanje čime novi medij unaprijeđuje stari. Iako nove metode pisanja proizvode ono što Bolter naziva „jednom od najtraumatičnijih remedijacija“ književnost je ponovo pokazala sposobnost preuzimanja tehnologija odmah po njihovom nastajanju.

1987. godine, je objavljen prvi hipertekstualni književni tekst²³ koji je ujedno i primjer digitalno proizvedenog književnog hiperteksta – *Afternoon*²⁴ Michaela Joycea. Iste godine je Ted Nelson objavio djelo *Literary Machines*²⁵, kao i Robert Coover tekst *Hypertext Hotel*²⁶. Robert Coover je među najpopularnijim postmodernističkim autorima i zaslužan je za popularizaciju hipertekstualne književnosti u njezinom začetku. Na Sveučilištu Brown je pokrenuo Radionicu za hipertekstualnu prozu, a *Hypertext Hotel* se zasniva na skupnom pisanju. Među značajnim djelima rane hipertekstualne književnosti je i tekst Davida Jonassena *Hypertext/Hypermedia*²⁷ iz 1989. godine, te *Writing Space*²⁸ Davida Botlera iz 1991. godine. Hiperfikcijski tekst *I have said nothing*²⁹ iz 1994. godine Yellowleessa J. Douglasa je osobito zapažen. Jednu od prvih studija o hipertekstu kao praksi suvremenog pisanja su napisali B. Schneiderman i G. Kersley: *Hypertext hands-on! An Introduction to a New Way of organizing and Accessing Information*.³⁰ Devedesete godine dvadesetog stoljeća su godine rođenja i zlatnog doba hipertekstualne književnosti. U tom ozračju je objavljena knjiga Roberta Coovera naslovljena kao *Kraj knjige* (The End of Books).³¹ Hipertekstovi poput *A Story*, *Afternoon* Michaela Joycea ili *Victory Garden* Stuarta Moulthropu kombiniraju medijsku i književnu formu.. Prvi izdavač hipertek-

²³ TOMAŠEVIĆ, Boško: *Tisuću ravni: Transverzalni um, nelinearno pisanje, književni hipertekst i kraj Gutenbergove galaksije*, Polja, časopis za književnost i teoriju, Novi Sad, 2015, br.441, str. 56. URL: <https://polja.rs/wp-content/uploads/2015/selection5.compresses-8.pdf> (13.2.2018.)

²⁴ JOYCE, Michael: *Afternoon*, URL: www.eastgate.com (20.12.2017.)

²⁵ NELSON, T.H.: *Literary Machines, Guide Hypertext*, URL: www.tcnj.edu/~robertso/redings/nelson-literary-machines.pdf (2.3.2018.)

²⁶ URL: www.duke.cs.brown.edu.7000 (28.11.2017.)

²⁷ JONASSEN, D.H.: *Hypertext/Hypermedia*, Englewood Cliffs, N.J.: Educational technology publications, 1989.

²⁸ BOLTER, J.D.: *Writing space: the computer, hypertext, and the history of writing*, Hypertext edition, Hypertext for Macintosh, San Mateo, 1991. (22.12.2017.)

²⁹ URL: elit.umwblogs.org/tag/i-have-said-nothing (13.3.2018.)

³⁰ SCHNEIDERMAN, B. I Kersley, G.: *Hypertext hands-on! An Introduction to a New Way of Organizing and Accessing Information*, Addison-Wesley Longman, Boston, 1989.

³¹ COOVER, Robert: *The End of Books*, New York Times Book Review, June 21, 1992, str.23-25.

stualne fikcije i teorije - *Eastgate* se pojavio 1989. godine, a okuplja sva poznatija imena elektronske književnosti. Digitalno izdavaštvo je svoju revoluciju doživjelo s lansiranjem iPad-a na tržište, a prije njega su se koristili zasebni uređaji (*Sony Reader, Amazon Kindle* itd.). Najpoznatija platforma za objavljivanje je *UbuWeb* koju je osnovao američki konceptualni pjesnik Kenneth Goldsmith.

Početkom tisućljeća je časopis *Libera* u R Hrvatskoj inicirao stvaranje prvog hiperteksta naslova *Mixal, Wenders i ja se družimo u samoposluživanju*.³² Kolaborativno je petero autora pisalo književni tekst na mrežnoj platformi što je rezultiralo osobnim ispovijestima i književno – teorijskim razmatranjima. Vladislava Gordić Petković³³ tvrdi kako je hipertekstualnost još uvijek neprepoznata i neafirmirana tendencija suvremene srpske proze.

Najpoznatiji teoretičari i zagovornici hipertekstualne pismenosti su profesori Sveučilišta u Baltimoreu: George Landow, Michael Joyce, Stuart Moulthrop i Nancy Kaplan. Negaciji hiperteksta su svojim radovima ponajviše doprinikli Neil Postman i Myron Tuman. Devedesetih godina je hipertekst bio ključna figura nove pismenosti i utjelovljenje poststrukturalističkog tekstualizma. Jedan od vodećih hipertekstualnih analitičara David Botler ga je nazvao „najvažnijom avangardom danas“, ali je hipertekst izgubio svoj utjecaj. K. Hayles³⁴ tvrdi kako se književnost u doba blogiranja vratila svojoj prvobitnoj estetici, pod okrilje rituala. Jer, tu ne postoje podjele između autora i izvođača te nas blogerski roman potiče na razmišljanje o tome nije li se nakon predviđanja smrti knjige i književnosti ljudsko stvaralaštvo vratilo svojim korijenima?³⁵ Tu stil pisanja više nije dovoljan, važnim postaje stil internetskog života te je nerazlikovanje stvarnog od virtualnog života zajedničko obilježje ovim djelima. Koriste se kopirani dijelovi razgovora iz različitih chat-ova pa romani imaju autobiografska obilježja. Kontekst samih djela formira i praćenje autora na njihovim društvenim mrežama te se stvara *Bildung* njegove ličnosti. Cjelovit stvaralačko – receptivni proces rezultira otvorenom interakcijom koja nalikuje zajednici. Pokret *Nova iskrenost* je 2005. godine nastao u SAD-u kao

³² PEOVIĆ VUKOVIĆ, Katarina: *Književnost i remedijacija. Mediji kao kulturalna dominantna kasnog kapitalizma*, URL: www.academia.edu (3.12.2017.)

³³ GORDIĆ PETKOVIĆ, Vladislava: *Nova hipertekstualnost u književnosti; čitanje, vrednovanje, obrazovanje*, URL: scindeks-clanci-ceon.rs/data/pdf/0023.../0023-51641235102G.pdf (12.1.2018.)

³⁴ HAYLES, Katherine: *Electronic Literature: What Is It?*, URL: <https://eliterature.org/pad.elp.html> (3.3.2018.)

³⁵ Str.290.

suprotnost hladnoj, neosobnoj poeziji. U isto vrijeme je nastao i pokret *Flart*, kreiranje pjesama putem nasumične pretrage interneta. Gomilanje naizgled nepovezanih sadržaja, uz izradu *Image Macro*-a,³⁶ konstantna prisutnost i interaktivnost, ubrzani način stvaranja teksta s brojnim skraćenicama i pogreškama koje se ignoriraju su zajedničke karakteristike ovim djelima. Konstanta iskaza na virtualno formiranim prostorima demistificira autorstvo nudeći obilje trivijalnih informacija iz svakodnevnice. U svojoj strukturi rijetko koriste složenije mrežne, hipertekstualne konstrukcije. Dakle, novi mediji su donijeli dominaciju novih tehnologija pisanja, a promjena *ekonomije pisanja* (kako to Botler naziva) će, nadati se, donijeti i mijenjanje književnih paradigmi.

4. Zaključak

Mrežna povezanost je donijela nove perceptivne postupke, ali znanstvena zajednica nije bila spremna preispitati svoje kriterije profesionalne prosudbe te su blagodat World Wide Weba, iako najpopularnijeg komunikacijskog prostora, ostale neiskorištene za razvoj hipertekstualnih književnih formi. Digitalna književnost se naslanja na mentalne navike novih komunikacijskih sustava, preuzimajući modele komunikacijskih praksi u kojima ni autor ni čitatelj nemaju potpunu kontrolu nad tekstem. Dominacija nelinearnih multimedijских djela iz devedesetih godina prošlog stoljeća je bila popraćena skeptičnim sumnjama u revolucionarnost promjena. Novim oblicima književnosti su naštetile najave pompozne smrti knjige te su hipertekstualni romani, strojno modulirana poezija, generatori priča, mail art, web performansi, kao i interaktivni filmovi ubrzo nakon procvata gotovo u potpunosti zaboravljeni. Iako globalni sustavi elektroničke komunikacije i Web djeluju hipertekstualno, a u njihovoj osnovi je asocijativno mišljenje koje je postalo temeljem mentalnih navika njihovih brojnih korisnika, hipertekst je kao književno – teorijski žanr označio tek nastavak kulture eksperimenta.

Hipertekst kao nastavak tradicije nelinearne literature nije prihvaćen u riznicu književne baštine. Ergodička književnost obuhvaća eksperimentalna djela tradicije tiska koja su nelinearno organizirana. Djela u nastajanju se odvajaju od *mainstream* kulture i uglavnom su multimedijска jer eksperimentiraju s glazbom i performansom. Stagnacija u razvoju ove kulture za posljedice ima uzmak nove vrste mišljenja pred tradicionalnim. Konzervativna kritika se, istina, zalaže za razvoj novih tehnologija, ali kao razvoj starijih pri tomu tvr-

³⁶ Slika na koju je naknadno dodan tekst

deći kako je čovjekova svijest vezana uz linearne forme stvorene u kulturi tiska. Pretpostavka kako linearnost tiska slijedi prirodan način ljudskog mišljenja odbacuje digitalnu pismenost kao onu koja narušava kulturu tiska, iako su prvi dizajneri novih tehnologija softvera dizajnirali prema načelima nelinearne i nehijerarhijske organizacije podataka.

Literatura

AARSTETH, Espen J.: *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, John Hopkins University Press, 1997.

BUSH, Vannevar: *As We May Think*, The Atlantic, srpanj 1945., URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/...we-may-think/303881>

BOLTER, J. D.: *Writing space: the computer, hypertext, and the history of writing*, Hypertext edition, Hypertext for Macintosh, San Mateo, 1991.

COOVER, Robert: *The End of Books*, New York Times Book Review, June 21, 1992,

GORDIĆ PETKOVIĆ, Vladislava: *Nova hipertekstualnost u književnosti; čitanje, vrednovanje, obrazovanje*, URL: scindeks-clanci-ceon.rs/data/pdf/0023.../0023-51641235102G.pdf

HAYLES, Katherine: *Electronic Literature: What Is It?*, URL: <https://eliterature.org/pad.elp.html>

HIMMER, Steve: *The Labyrinth Unbound: Weblogs as literature*, URL: https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/172823/Himmer_Labyrinth%Undbound.pdf

History of Hypertext Systems, URL: https://www.livinginternet.com/w/wi_hyper.htm

JOYCE, Michael: *Afternoon*, URL: www.eastgate.com

JONASSEN, D. H.: *Hypertext/Hypermedia*, Englewood Cliffs, N.J.: Educational technology publications, 1989.

KAPLAN, Nancy i Moulthrop, Stuart: „*Citescapes: Supporting Knowledge Construction on the Web*“, Fourth International World Wide Web Conference, Boston, 1995. URL: <http://iat.ubalt.edu/moulthrop/citescapes/citescapes.html>

LUGARIĆ, VUKAS, Danijela: *Književnost u doba bloga (O Majetićevevim blogerskim romanima)* u: Umjetnost riječi, Zagreb, 2013, br.3-4.

MILLER, J. H.: *Etika hiperteksta*, u: Republika, Zagreb, 1998, br.1-2.

MOULTHROP, Stuart: *In the Zones: Hypertext and the Politics of Interpretation*, u *Writing on edge WOE*, Regents of the University of California, 1989.

MURRAY, Jannet: *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1997.

NIELSEN, Jakob: *Electronic Books-A Bad Idea*, URL:<http://www.useit.com/altboox/980726.html>

NELSON, T. H.: *Literary Machines, Guide Hypertext*, URL: www.tcnj.edu/~robertso/redings/nelson-literary-machines.pdf

PEOVIĆ VUKOVIĆ, Katarina: *Književnost i remedijacija. Mediji kao kulturalna dominanta kasnog kapitalizma*, URL: www.academia.edu

SCHNEIDERMAN, B. I Kersley, G.: *Hypertext hands-on! An Introduction to a New Way of Organizing and Accessing Information*, Addison-Wesley Longman, Boston, 1989.

TOMAŠEVIĆ, Boško: *Tisuću ravni: Transverzalni um, nelinearno pisanje, književni hipertekst i kraj Guttembergove galaksije*, Polja, časopis za književnost i teoriju, Novi Sad, 2015, br.441, str. 56. URL: <https://polja.rs/wp-content/uploads/2015/selection5.compresses-8.pdf>

WATERWORTH, J.H. & Chignel, M. H.: *A model for information exploration*, Hypermedia, 1991, br. 3.

WRIGHT, Alex: *Cataloging the World, Paul Otlet and the Birth of the Information Age*, Oxford University Press, 2014.

www.csmrt.uchicago.edu/glossary2004/rhizome.htm

www.duke.cs.brown.edu.7000

www.elit.umwblogs.org/tag/i-have-said-nothing

DRAMATURŠKI ASPEKT POETIKE ŽIVKA NIKOLIĆA –
DOKUMENTARNI VS IGRANI FILMOVI

DRAMATURGICAL ASPECT OF ZIVKO NIKOLIC' S POETICS -
DOCUMENTARY VS PLAYED FILMS

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

mr JELENA MIŠELJIĆ
Fakultet dramskih umjetnosti Cetinje, Univerzitet Crne Gore

***Apstrakt:** Nikolić se u svojim kako dokumentarnim tako i igranim filmovima nikada nije bavio površinskim slojem fenomena. Ono što je tražio bilo je njegovo suštinsko značenje i, posredno, metafizička refleksija, ključ teško dokučive tajne čovjekovog bića. U analitičkom prikazu koji slijedi, dramaturškom presjeku njegovih filmova, tačnije unutar-tekstualnom podjelom i potpodjelom sekvenci namjera nam je ne samo da predočimo osobenosti Nikolićevo strukturalno-narativnog diskursa nego i da ukažemo na proces njihovog dijegetičkog uobličavanja. Pritom, svakako, treba imati u vidu da su Nikolićevo dokumentarni filmovi po svojim osnovnim formalnim svojstvima veoma bliski narativnoj strukturi kratkometražnih igranih filmova, te najviše iz tog razloga u zaključnim napomenama koristimo terminološke odrednice inherentne tom vidu filmske izražajnosti. U dramaturškoj strukturi Nikolićevih dugometražnih igranih filmova svaka priča ima jasno naznačene premise, bez slučajnih i nefunkcionalnih dramskih digresija koje bi mogle da utiču na njeno odvijanje. Drugim riječima, njihov kontinuitet se ostvaruje ne asocijativno, kakav je slučaj u filmovima otvorene dramaturške forme, već isključivo u ravni linearne progresije.*

***Ključne riječi:** Dramaturgija, poetika, dokumentarni filmovi, igrani filmovi, naracija, priča, fiction, faction, kompoziciona struktura, linearna progresija*

Abstract: *Nikolic has never been concerned with the surface layer of the phenomenon in his documentary and feature films. What he was looking for was its essential meaning and, indirectly, metaphysical reflection, the key to the elusive secrets of the human being. In the analytical view that follows, the dramaturgical intersection of his films, namely, the intertextual division and subdivision of the sequencea we intend not only to present the features of Nikolic's structural narrative discourse, but also to point to the process of their diegetic shapinig. Besides, it should be kept in mind that Nikolic's documentaries have a very close narrative structure of short-feature films based on their basic characteristics, and mostly for that reason, in the closing notes, we use the terminological definitions inherent to that form of film expression. In the dramaturgy structure of Nikolić's feature-length films each story has clearly defined premises, with no random and dysfunctional dramatic digressions that might influence its course. In other words, their continuity is non-associative, as is the case in films with open dramaturgical form, but exclusively in the level linear progression.*

Key words: *Dramaturgy, Poetics, Documentaries, Feature Films, Narration, Story, Fiction, Faction, Compositional Structure, Linear Progression*

1. Uvod: Dramaturško-dijegetički okvir Nikolićevih dokumentarnih filmova

Dokumentarni film nikada ne može, u često kontradiktornom sučeljavanju višeznačnosti, da se sasvim odrekne fikcije, što je jedna od suštinskih odrednica poetske teksture Nikolićevih filmova. Otuda, nerijetko, i problem njihovog žanrovskog određenja. Međutim, postavlja se pitanje, da li u Nikolićevom slučaju treba govoriti o tipično dokumentarnom filmu, apstrahujući pritom njegovo najuže teorijsko i estetičko određenje, ili, pak, o igranoj formi, jer akteri svih njegovih dokumentarnih filmova su, bez izuzetka – vođeni rukom reditelja – glumci u doslovnom značenju te riječi. Ovaj rad će pokušati da dá odgovor i na to pitanje. Treba istaći i to da se Nikolić u svojim kako dokumentarnim tako i igranim filmovima nikada nije bavio površinskim slojem fenomena. Ono što je tražio bilo je njegovo suštinsko značenja i, posredno, metafizička refleksija, ključ teško dokučive tajne čovjekovog bića.

Kao jedan od najoriginalnijih i najznačajnijih stvaralaca u sferi metaforičkog dokumentarnog filma, Nikolić se u svojim ranim filmovima prevashodno bavi usudom čovjeka na crnogorskom kamenu, njegovim karakterom, mentalitetom, (ne)mirenjem sa surovošću i bezizlazom, sviješću o prolaznosti, ali, istovremeno, i čovjekom sa visokim etičkim nazorima. U njegovim alegorijama, koje se kao fluidno tkivo pretaču iz priče u priču, kamen se javlja kao simbol surovosti, sivila, okova prirode u koje je on, ne birajući i ne svojom voljom, (o)stavljen. U svima njima *festivna sfera* je, ukoliko je uopšte ima, data samo u naznakama, izuzev u *Ždrijelu*, filmu u kojem je ona ravnopravna sa ostalim elementima dijegetičkog iskaza.

Slično je i sa dokumentarnim filmovima iz Nikolićeve naredne faze, dakle, onima sa drugačijim tematskim okvirom i opredjeljenjima, izuzev, na određeni način, filma *Ine*. Pored etnografskih specifičnosti, Nikolić se u svojim dokumentarnim filmovima, takođe, bavi metafizičkim refleksijama svojih junaka. U analitičkom prikazu koji slijedi, dramaturškom presjeku njegovih dokumentarnih filmova, namjera nam je da ukažemo i na funkcionalno preplitanje *fiction-a* i *faction-a*, što čini jednu od osnovnih specifičnosti, ali i konstitutivnih odrednica Nikolićeve dokumentarne poetike *en général*.¹

2. Strukturna podjela ²

2.1 *Ždrijelo*

„Svako mjesto u Crnoj Gori ima svoje ždrijelo. Kroz to ždrijelo vodi put prema svijetu i od svijeta prema ždrijelu, odnosno selu u kojem je to ždrijelo. Ždrijelo je zapravo trenutak odluke kad čovjek potegne za tim velikim, dalekim putem.”³

Otovića ždrijelo

¹ Svoj prvi kratkometražni film *Trag* Nikolić je radio amaterski na drugoj godini Pozorišne akademije, na kojoj je studirao glumu. Film govori o ljudima koji sebi za života podižu grobnice. Nikolić ga, međutim, vidi kao 'konfuzan', kao i svaki prvi film. *Trag* je prikazan na Beogradskom festivalu 1971. godine, bio zapažen, pa je uslijedio poziv iz Dunav filma. Tako je počela Nikolićeva saradnja sa ovom u to vrijeme, kada su u pitanju dokumentarni filmovi, najvećom producentskom kućom i, istovremeno, njegova profesionalna karijera koja je trajala od 1972. do 1981. godine, u periodu u kom je nastalo njegovih deset najznačajnijih dokumentarnih filmova. Od 1972. godine je svaki dokumentarni film Nikoliću (i Dunav filmu) donosio po neku nagradu, a samo *Prozor* šesnaest domaćih i inostranih.

² Ova podjela se gotovo u cjelosti poklapa sa podjelom na sekvence.

³ Izvor: video zapis Nikolićevog razgovora sa Rankom Munitićem povodom pedesetogodišnjice Dunav filma. Fragmente ovog razgovora citiramo i u uvodu ostalih analizovanih filmova.

Glas preko u funkciji je ispovijesti žitelja, 'zatočenika', koji u svojim monološkim tiradama iznose razloge svog ostanka podno ždrijela i predočavaju život u njemu. Iz akuzmatičke zone (*off* prostora) čuju se tupi udarci; otkrivamo da su to udarci štapovima staraca i starica koji, kao nekakvi 'kosmički metronomi', u ravnomjernom smjenjivanju, ukazuju na usud prolaznosti i iščekivanje onog što će neminovno doći – put polaznika. Jedan od staraca gleda u kameru, smirenim i upitnim pogledom. Starac koji udara štapom, okreće ga u pravcu ždrijela,⁴ počinje njegova ispovijest (prva u nizu): „Vidiš ono ždrijelo tamo?! E, iz ove jame će živimo drugog izlaza nema no kroz Otovića ždrijelo. /Kamera pokazuje otvor u vrhu kamenog brda i kamene gromade oko njega./ Nastavlja glas starca iz *off*-a: „Tijem putem jedino možeš pobjeći tamo u srećan bijeli svijet”. /Kamera panoramskim pokretom pokazuje nepregledne kamene gromade./ „Cijeli vijek mi oči ispadoše gledajući u to ždrijelo, a ne basta mi potražiti mjesto će bi ljepše i sretnije proživio.”

Sin Mrguda Mijova

Drveni krst u rukama mladića, pogrebna povorka, pokojnik prekriven bijelim platnom na nosilima /kamera je statična/ - *procesija smrti*; slijedi rez na takozvane *trage* u rukama žene i muža – drvenu napravu sličnu nosilima koja služi za prenošenje građevinskog materijala – i njihovu djecu koja ih prate, svako s kamenom u ruci – *procesija života*.⁵ Starac nastavlja priču ispovijednim, ali i opominjućim tonom: „Sin Mrguda Mijova nešće se ođe oženiti, ali majka mu se boja da ne ostane sama, te mu silom na sramotu natovari ženu. Đeca mu poslije noge svezaše, te će mu cio život proći noseći kamenje i zemlju kako bi ogradio malo njive će bi neki kam usio da izije.”

Čekanje prosaca

Ispovijest stare žene: „Ru' o sam pokupila, škrinju sam spremila. Čekam prosici da mi dođu. U ove naše momke što ostaše ođe nade. Njima momak popiše ove đevojke što žive preko Otovića ždrijeli.” Momci bezbrižno igraju karte u hladu drveta – komični kontrast i metaforičko 'podsjećanje' na vrijeme koje se u ždrijelu davno 'zaustavilo'.

Mile Avetni

'Formacijska' potjera preko kamenih gromada za čovjekom koji pokušava da umakne 'momcima u koje nema nade'. Obruč se steže, u rukama jed-

⁴ Montažna nedosljednost u rakordu (*rez* bez dovršene koordinacije pokreta).

⁵ Snažan dijegetički kontrast o kojem govorimo odvojeno u okviru sveobuhvatne analize filmskih figura u ovom Nikolićevom filmu u prethodnoj monografiji o ovom autoru.

nog od njih vidi se uže. /Snažan vizuelni efekat, vješto pentranje i savladavanje strmih i oštih kamenih gudura, simetrični krugovi progonitelja/. *Glas preko stare žene koja čeka prosce: „Ti momci ništa ne rade nako što prave sprdnju od Mila Avetnog.”* /Verbalna i vizuelna anadiploza, persiflaža i apsurd koji prerastaju u grotesku: stara žena koja čeka prosce kudi momke koji praveći ‘sprdnju’ od Mila Avetnog, pjevaju upravo pjesmu svatova (prosaca) koji kreću po mladu, s tim što je mladoženja

Mile, ruku zavezanih užetom, na kraju povorke; ovim kadrom snimljenim iz panoramskog gornjeg rakursa, reditelj očigledno želi da postigne jak vizuelni utisak prikazujući obijest mladića koja se javlja kao logična posljedica njihovog besadržajnog i monotonog života; zadržavajući se dugo na dalekom totalu on ne kida (i ne remeti!) početni utisak interpolacijom krupnih planova, s očiglednom namjerom da, uz sve to, napravi antitetičku projekciju čovjekove infinitezimalnosti u odnosu na kamene gromade kojima je okružen. A da ne bi, u toj nepreglednoj kamenoj pustoši, sve ostalo bez odjeka i svjedoka, u kojoj se pored pjesme ‘prosaca’ čuju i povremeni krici ‘mladoženje’, povorka prolazi pored dječaka koji sa visokog kamena pored puta sve to mirno i ne odveć znatiželjno posmatraju./

Povorke

Isti onaj koji je vodio magarca u ‘svadbenoj’, sada na čelu pogrebne povorke nosi veliki drveni krst. /Poruka u formi alegorijskog obrta sasvim je jasna: svi su smrtni, i Mile Avetni i njegovi razuzdani progonitelji i mučitelji, i oni koji su u povorci./

Moj sin uzočas

Treća ispovijest. U krupnom planu je starac koji započinje svoju priču: „To je moj sin, uzočas.” /U kadru su momak i djevojka obučeni po nekoj drugoj, podno ždrijela nepozantnoj modi, drže se za ruke i prolaze ispred znatiželjnika koji su zaposjeli okolne (kamene) ograde./ „Vratio se iz svijeta malo na odmor, pa njegovoj nevjesti po prilici smrdi krevet đe su spavali moji đedovi, najglasitiji junaci u Crnoj Gori, no leže pod čergu ka gurbeti.” /Njih dvoje sjede na stolicama ispred šatora, objeduju, hrane i maze kuće – jukstapozicija i snažan kontrast u odnosu na sve ono što je podno ždrijela moglo ikada da se vidi./ „Umjesto da prave sina, oni privijaju ovo kuće. Tome kućetu, kunem vam se, znadu i devetog šukundeda, a tako mi boga ne znaju ko je mene rodio. /Njih dvoje su potpuno odvojeni, jedino komuniciraju sa kućetom; *Rez* upravo na kuće, koje zalaje, i ruku koja ga gađa štapom. – Strukturalni *rez* (i gradacija) unutar sekvence: naime, da bi izbjegao konotativnu vezu sa sljedećom sekven-

com, odnosno da se gađanje kučeta ne bi tumačilo kao povod za smijeh kojim ona počinje, reditelj ubacuje *međukadar* starca koji udara štapom u kamen./

Smijeh i tuga

Smijeh krezubih ubradača dok sin Mrguda Mijova juri za ženom i vrijeđa je. /Treća 'predstava' u kamenu. Njihova djeca to posmatraju nijemo; simetrija dječijih figura na kamenim gromadama kao i u sekvenci potjere za Milom Avetnim – s tom razlikom što su obijesni 'momci' u toj sekvenci bili u pokretu – međutim, oni više podsjećaju na kamene statuete, stabljike iznikle u kršu./

Zli duhovi

Oko Mila Avetnog kruži starica i odmahuje rukama, uz: „Zli duhovi izađite ...“ Nastavlja se monolog stare žene koja čeka proscu u *glasu preko*: „Da nam opet nije tog Mila Ludoga, ne znam šta bi se činjelo od samoga sebe. On nam lijepo dođe ka priredba.“ Oni koji prisustvuju 'priredbi', nepokretni su i ne pokazuju emocije; sve – sva bezosjećajnost – izuzev straha koji se očituju na licu djece, istovjetno je sa sekvencom nasilja. Onaj koji je sjedio na magarcu sada udara Mila užetom po leđima; i dok Mile od bolova jauče ostali to mirno posmatraju, čak i djeca kroz rešetke prozora (što je – gledanje kroz prozor – čest motiv u Nikolićevim filmovima). Međutim, zlostavljanje ni u jednom Nikolićevom filmu kao u ovom nije tako surovo predstavljeno. U momentu kad se mučitelj nasmiješi i pokaže svoju deformisanu vilicu, ide *rez* na sljedeću sekvencu.⁶

Mlađe djevojke bez muške ruke

Djevojke se utrkuju i hvataju za pritke, smiju se i odmjeravaju ih pogledima /emfatični krupni planovi!/. I one su obučene u crno. Nastavlja se monološka ispovijest 'djevojke' koja čeka proscu: „Ovim mlađim djevojkama bez muške ruke dođe poteško.“ /*Rez* sa pritki na staricu koja udara štapom u kamen./

Svađa oko karaule

Prvi u nizu apsurdna kojima se Nikolić u svojim filmovima bavi.⁷ Neobuzdan smijeh i graja 'svjedoka' tog događaja. Starac, koji će se u jednom od narednih Nikolićevih filmova pojaviti kao Marko Perov, za svađu oko kamene ruševine koja nikome i ničemu ne služi, jetko primjećuje: „Ja mislim da se ne

⁶ Jedna u nizu asocijacija na Bunjuelov film *Viridijana*.

⁷ Motiv svađe oko karaule Nikolić će da transponuje u svoj dugometražni igrani film *Iskušavanje đavola*. Zapravo, radi se o direktnoj transpoziciji asurda iz jednog filma u drugi, s vremenskim otklonom od sedamnaest godina.

more to bez krvi završiti.“⁸ Starac koji je započeo priču o ždrijelu, predvodi jednu od ‘zaraćenih’ strana: „Ova je karaula moja ...” – Predstavnik druge strane, gospodin sa sakoom i kravatom: „Lažeš, karaula je moja!” – „Ovu je karaulu moj đed na sablju dobio.” – „Cio svijet zna da smo mi ođe starosjedoci.” U nadgornjavanje se uključuje i gospodin s naočarima, bijelom košuljom, kapom i kravatom /prototip komunista i demagoga, bez petokrake, ali s prstima zavučenicim ispod kaiša, koristi pojedine strane riječi i zamuckuje: „Ja lično apstrahujem, sve što se ođe do-diskutuje, smatram da je ovaj ova karaula komun, da je kao takvu treba pripojiti zajednici.” Starac koji je započeo priču o ždrijelu, zamahujući štapom: „A što ti odborniče tvoga konja ne daš zajednici.”

Nostalgija

Sa starice koja briše suze u kamenom otvoru napuštene kamene kuće kamera prelazi na ostale, slične ruševina. *Glas preko* starice: „Dvajes i kusur godina otkad odosmo preko ždrijela i uvijek me pusta želja vuče da se vrnem ovamo i svake godine vodim unuka da mu pokažem kuću đe sam se rodila.” Počinje da tuži s glavom prislonjenom na kućni prag; za to vrijeme ide monolog preko polusrušenih i napuštenih zidina bez krova /Auditivna i vizuelna pretapanja u cilju pojačavanja emotivnog utiska/. U crkvi *glas preko* starice koja drži dječaka za ruku: „U ovu crkvu sam se s čojekom vjenčala.” /U crkvi je zavezana stoka./ „Zborim mome čojeku da se vratimo amo i tu preživimo još ovo malo, ali bog ga prokleo on neće, neće iz inata iako mu je gore no mene.” /Pogrebna povorka prati sve iskaze u ovoj priči, pa i ovaj – s tim što se u ovom slučaju radi o očiglednom vizuelno-metaforičkom obrtu u formi komentara./

Manastir sa velikim zvonima

Djevojka u bijeloj haljini, duge crne kose /vizuelni kontrast/, igra visoko podignutih ruku unutar ruševina napuštene kuće. Najednom potrči izvan zidina i na brzinu počne da iskopava zemlju; istovremeno se začuje i njen *glas preko*: „Tu je zakopan manastir sa velikim zvonima...”⁹, prekida se funkcionalnim opravdanim *rezom* – anakolutom koji ne remeti dijegetički tok isповijesti; djevojka, okrenuta polu-bočno, nastavlja priču koju je započela: „Ko ga otkopa biće spašen svih muka i nevolja.” Prisanja uvo uz zemlju koju je iskopala i osluškuje. Umjesto zvona začuje se udar štapa u kamen.

Kosmički metronomi

⁸ Upravo tako se i završilo, ali u *Iskušavanju đavola*.

⁹ Još jedan od motiva iz ovog filma koji će Nikolić u cjelosti razviti u *Jovani Lukinoj*.

Štapovima kojima je, iz akuzmatičkog prostora, na najavnoj špici krenula priča o ždrijelu, njima se i završava. Štapu koji dugo udara u kamen u rukama jednog od staraca, priključuju se i ostale ruke. Stvara se začuđujuća i nesvakidašnja melodija, snažna metafora čovjekove nemoći, što pokazuju i ranija vizuelna kontrastiranja sićušnih figura ljudi i kamenih gromada.

2.2 Polaznik

„Polaznik je, zapravo, priča o smrti, ali smrti kao svetkovini, kao jednoj velikoj svečanosti, što je čest ugao gledanja na taj vječiti odlazak u Crnoj Gori.”

Zujanje

Zujanju insekata; sparnom danu prethodi elegična ženska melodija. Nikolić ‘preuzima’ svoje aktere s mjesta gdje ih je ostavio u *Ždrijelu* – sa ulaznih vrata starih kamenih kuća. Starica povijena do zemlje /kadar koji traje gotovo koliko i njeno kretanje/; krupni planovi starica sa crnim maramama koje likom podsjećaju na monahinje.F

Češljanje

Duga kosa u krupnom planu, ruke i češalj; ispod nje se otkriva staro i izborano lice starice. Žene u crnini, pojedinačno i u grupama, upućuju se odredištu – formira se kolona crnih marama, na čijem čelu je starica koja se češljala, ostale je slijede u ‘ominoznoj formaciji’ /snažna vizuelna metafora/; zamišljene su i bezglasne, čuje se samo bāt njihovih koraka.

Plamen

Svlače staru i pohabanu odjeću polaznika /pokojnika/ i bacaju je u ognjište, plamen se pojačava. Druga Nikolićeva ‘predstava’ u zatvorenom (prvu je ‘režirao’ u *Ždrijelu* – bičevanje Mila Avetnog). Oboreni pogledi prisutnih, uznemireni (poremećeni) mladić reaguje na dolazeći zvuk.

Zveckanje

Spokojna lica u krupnom planu. Čuje se zveckanje čaša, ispija se rakija, puši. Jedan starac se osmjehuje. /Nikolićeva komika lica./

Kupanje

Kupaju polaznika. Polivaju ga vodom po tijelu i trljaju. Žene, prekrštenih ruku, to nijemo gledaju. I dalje se ispija rakija i puši. Kao da se prisutni u tome utrkuju; njihovi krupni planovi.

Fotografisanje

Dijegetički ekskurs – fotoaparati i ruka. Učesnici ‘svetkovine’, u prvom planu je, na odru, ‘polaznik’, u drugom ‘ožalošćeni’. Fotograf s naočarima i kapom proviruje ispod crnog zastora, prilazi im, neznatno ih pomjera i ‘pode-

šava'. /Hipokrizija koja Nikoliću ni u jednom pojavnom obliku nije mogla izmaći – djelotvoran okvir za iskazivanje bespoštedne satire okrenute u pravcu anahronih običaja./

Šapat

Naizmjenično pojačavanje i utišavanje šapata dok kamera prelazi preko lica žena u krupnom planu koje gledaju u šolju /paralelno kretanje kamere duž figura koje je ostavio talog./ Žene, očigledno, gataju, ali ništa od onoga što govore nije artikulirano. /Ovo je film bez ijedne izgovorene riječi, i s takvim narativom Nikolić će nastaviti sve do *Graditelja*, filma u kojemu će se, ipak, začuti jedna riječ./

Žamor

Žamor se pojačava, djeca trče oko odra pokojnika. I dalje se pije. Na licu jednog od 'aktera' ove 'svetkovine', onog koji je užetom istjerivao zle duhove iz Mila Avetnog u *Ždrijelu*, naziru se tragovi pijanstva.¹⁰

Smijeh

Lica su veselija, čuje se smijeh djece, retardirani mladić s bradom, takođe se smije. Dok žene međusobno razgovaraju i kod njih se začuje smijeh. Jedino je zamišljena starica koja se u prethodnoj sekvenci češljala. Upravo s njenog lica kreće lelek.

Lelek i tužbalica

Groblje. Lelekač ističe plemenske i ratničke zasluge 'polaznika'. Ne vidi se ni on ni oni koji mu se 'horski' priključuju. Plač žena povijenih glava dok tužilica nariče. Čuju se glasovi ostalih tužilica. / Vizuelni (kostimografski) kontrapunkt – žena koja je konvencionalno obučena, sa crnom pletenom kapom umjesto crne marame, čini se da i drugačije plače, ima bijelu maramicu, ne tuži./

Zujanje

Zatvoreni krug. Elegična melodija s početka ove priče. Starci i starice na pragovima kamenih kuća. /Kadrovi koje Nikolić podvlači i u *Ždrijelu*, a s kojima ovaj film počinje i završava se./

2.3 *Bauk*

„Bauk je, zapravo, strašilo za djecu i iz tog naslova možda bi se moglo zaključiti nešto više o povodu koji je poslužio da se taj film uopšte rodi.”

¹⁰ On, pritom, pogleduje i u kameru. Da li je u pitanju propust ili ne teško je zaključiti, ali je evidentno da ovakav postupak u Nikolićevim dokumentarnim filmovima nije rijetkost.

Put

Zujanje, žega i pocijepano platno na kišobranu.¹¹ Žene s pletenim vrećama na leđima penju se uskom kamenom stazom. /Reditelj ih u jednom kadru ostavlja, da bi ih u narednom, najčešće iz dalekog totala i gornjeg rakursa dočekao – minijature ljudske figure, kao i u *Ždrijelu*, naspram ogromnog kamenog prostranstva. Kamera i u ovom filmu 'pronalazi' njihova bosa stopala. Glatka površina kamena na vrhu brda, čak i drukčije boje – kao da su na površini neke druge planete./¹²

Mlin

Voda teče u jakom mlazu, vodenični točak i zrnavlje kukuruza koje upada u njega. /Ova slika se, nesumnjivo, može tumačiti i kao implicitna erotska metafora./ Na licima žena se očituje zabrinutost zbog onog što treba da uslijedi. Jedino smireno puši starica naboranog lica /jednako smirena, za razliku od ostalih, bila je i u *Polazniku*/.

Tor

Ulazi mlada žene i skida teret s leđa, uplašena. Osvijetljena polovina naboranog lica starice, vodenični točak se zaustavlja. /Mistična atmosfera./

- strah

Stidljivo lice mlade žene i pogled koji bojažljivo i neodlučno podiže. Zvučne slike namicanja reze na vratima i noža kojim se priprema drveni šiljak. Krupni planovi 'svjedoka' i 'aktera', žena sa različitim izrazima lica, od odlučnog pogleda starice za čiju se 'vještinu' ubijanja bauk priprema, preko graški znoja na licu žene mlade žene do mlade ubradače sa nevinim, gotovo monaškim izgledom lica dok glača drveni šiljak. Unezvijerani pogled mlade žene sa osvijetljenom gornjom polovinom lica. /Smjenjivanja svjetla i sjene./

- molitva

Starica naboranog lica se moli, čuje se pojačan šapat i razabire pominjanje imena sveca. Za to vrijeme mlada ubradača premazuje bauk lojem, a mlada

¹¹ Početni kadar s 'kišobranom koji se kreće', do trenutka pojave žena u crnom koje na leđima nose vreće, traje 50 sekundi. Uvodni kadrovi dolaska u mlin traju 3 minuta i 50 sekundi. Time Nikolić, očigledno, želi da pokaže, zapravo, naglasi(!) mukotrpnost života u tako surovim okolnostima.

¹² I ovdje se suočavamo s jednom od mizanscenskih nepreciznosti, iako treba imati u vidu činjenicu da je ovo Nikolićev prvi film rađen kolor tehnikom. Naime, iako se žene u crnom kreću prema prostoru oivičenom zelenilom, već u sljedećem kadru, iako su one zakoračile na taj prostor, zelenila više nema. Povremeni problem rakorda javlja se jedino u Nikolićevim dokumentarnim filmovima, ali samo u nekolikim slučajevima na koje pojedinačno ukazujemo.

žena za koju se bauk priprema oborena pogleda briše suze. Vezuju joj ruke i noge. Začuje se zvono na ovcama. [međukadar] /Ovce mirne i nepomične, kao da i one iščekuju – kontrast kojim se želi ukazati na snažan instinkt prisutan i kod nemuštih bića./

- ritualni pokreti ruku

Starica naboranog lica i mlada ubradača koja je pripremila bauk, krećući se ukrug, odmahuju rukama i na taj način /kao i starica u *Ždrijelu*/ tjeraju zle sile. Hladno oko starice, pogled oštar, gotovo prijeteći, koji kamera otkriva 'penjući se' lagano uz njeno lice. Sve se odvija u velikoj tišini; začuje se samo nekoliko naglašenih otkucaja srca.

- ubistvo

Nikolić na ovo ubistvo ukazuje kao na jedan od najvećih grijehova i, istovremeno, neoprostiv zločin. Starica uzima bauk, gladi ga, a onda brzim pokretom razgrće haljinu mlade žene – prvo se začuje neki neodređeni zvuk koji podsjeća na rzanje konja /i priroda je uznemirena – šekspirovski motiv!/ a potom plač djeteta. Snažna metafora i, ujedno, osuda. Slijedi *zum* prema mladoj ubradači koja je napravila bauk – sa njenog lica (reditelj nije slučajno odabrao baš nju) i iz njenog pogleda ipak se može pročitati griža savjesti. Napaćeno lice mlade žene u krupnom planu na kojem se očituju patnja i pokajanje zbog počinjenog grijeha; oko konja koje trepće, zvuk plamena koji se pojačava /zvučni erzac plamena u njenoj utrobi!/, koji će postepeno da utihne. Starica (ubica) skida s bauka ono što je trebalo da bude život i baca ga u plamen / kao i u *Polazniku*, plamen je tamo gdje i tanatos/.

- pilatovsko pranje ruku

Starica (ubica) pere ruke, mlada ubradača joj stavlja ukosnice i crnu maramu na glavu i prema njoj se odnosi idolopoklonički /Nikolićevo sarkastično tumačenje ovog nehumanog i neprihvatljivog 'rituala' i odnosa 'majstora i kalfe'! /. Starica (ubica) sa značajnim izrazom lica istura glavu prema svjetlu; čuju se još neki zvuci, kao daleka i u ovaj prostor 'zalutala' zvona.

2.4 Marko Perov

„*Marko Perov* je meni najdraži film. [...] Uopšte, pitanje koje postavlja film je pitanje sudbine čovjeka koji je zatečen pored puta.”

Slika prva: Put

Krupni plan starca koji razgleda oko sebe; čuje se udaljeni krik ptice. Krivudava staza u strmom kamenjaru sa crvenom zemljom.¹³

Slika druga: Magarac

Marko Perov pogleduje. Na putu se pojavljuje magarac.¹⁴ Dugo njuši neku travku, a potom nastavlja putem.

Slika treća: Prazan put

Marko Perov pogleduje okolo. U daljini se čuje njakanje.

Slika četvrta: Namjernik

Marko Perov s glavom u rukama, zamišljen, prene se na bat koraka. Niz put silazi čovjek u pohabanom odijelu, s kapom na glavi, preko ramena nosi na štapu zakačen denjak, razgleda okolo.

Slika peta: Čovjek u crnom

Širi plan – Marko Perov sjedi na stolici, prstima prebira brojanice, pravi brze pokrete glavom lijevo i desno, pogleduje pravo. Čovjek okrenut leđima, hramljući penje se putem; na sebi ima dugu crnu odoru, kapu drži u ruci, podsjeća na monaha; čuje se bat njegovih koraka. Marko Perov, zamišljen gleda u tom pravcu /zvučna slika koraka koji se udaljavaju/, stavlja ruke na čelo, kao da pokušava nečeg da se prisjeti.

Slika šesta: Čoban i stado

Čoban pokušava da vrati stado na put, u jednom momentu se začuje njegov glas. Marko Perov zamišljen, oborenog pogleda.

Slika sedma: Cigani

Cigani se spuštaju niz put, odzvanjaju koraci. Na čelu kolone je otac na magarcu, za njim mnogobrojna djeca, a na začelju mlada ciganka s djetetom u naručju; začuje se kratak plač djeteta, ona se izdvaja iz kolone, sjeda na kamen pored puta i podaja ga. Marko Perov prvi i jedini put potvrdno klima glavom i nešto kaže, ali se to ne čuje.

Slika osma: Žene u crnom

Žene, s drvenim buradima na leđima, naporno se penju putem; i one su u koloni, ima ih tri, čuju se njihovi spori koraci.

Slika deveta: Mlada žena

¹³ Nikolić je u ionako neobičnim predjelima, za svoje filmove katkad birao još neobičnije. I ovaj predio, kako i već pomenuti u *Bauku*, izgledaju kao da je u pitanju neka druga planeta.

¹⁴ Magarac se često pojavljuje u Nikolićevim dokumentarnim filmovima. Čitav jedan film-alegorija, *Oglav*, o kojem odvojeno govorimo, posvećen je upravo toj životinji.

Mlada žena u crnoj suknji (bez marame na glavi) žurno silazi niz put. Marko Perov, s bradom na štapu, mirno posmatra.

Slika deseta: Prazan put

Brojanice u rukama Marka Perovoga; kamera se zaustavlja na njegovom pogledu; smireno gleda /u ovom kadru njegov pogled 'iščekivanja' traje znatno duže nego u ostalim; reditelj očigledno želi da i nas, gledaoce, pripremi za ono što će da uslijedi/.

Slika jedanaesta: Poj monahinja

Niz put silaze monahinje i poju. Jedna od najpoetičnijih slika u cjelokupnom Nikolićevom opusu. /Prvi put u ovom filmu suočavamo se sa prekidom kontinuiranog odvijanja radnje u kadru. Tačnije, prolazak monahinja putem, pored Marka Perovoga, podijeljen je u dva kadra./ Krupni plan Marka Perovoga koji zamišljen, netremice gleda. Iz *off*-a se pojačava poj monahinja, približavaju se. /Kadar opet duže traje; reditelj time, nesumnjivo, želi da podvuče značaj koji mu pridaje/. Monahinje opet u redu, bočno okrenute, silaze niz padinu i, udaljavajući se, nastavljaju sa pjesmom.

Slika dvanaesta: Ljudi koji nekud žure

Marko Perov odjedanput podiže pogled, čuju se koraci. Dvojica ljudi žurno silaze. On znatiželjno prati njihovo udaljšavanje. Čuje se pojačani bat koraka.¹⁵

Slika trinaesta: Mladić čudnog izgleda i ponašanja

Opet se začuje krik ptice. Marko Perov lagano okreće pogled na drugu stranu. Niz put, bos, silazi mladi čovjek s dugom bradom.¹⁶ A onda, kao da se nečeg dosjetio, odjedanput trči uz put. (Jedino se on vraća nazad!) Marko Perov znatiželjno i sa blagim smješkom prati njegove kretnje. Iz *off*-a se začuje glas žene koja tuži; Marko Perov zakreće pogled, što znači da prati i njene kretnje. /I ovaj kadar traje duže od ostalih./

Slika četrnaesta: Tužilica

Uz put se penje žena u crnom, podbočenih ruku (u jednoj nosi kosijer – dakle, kao i mladić čudnog izgleda u prethodnom kadru, ali i kod Cigana) i

¹⁵ Ovu sliku je moguće dovesti u vezu sa slikom žene koja je, takođe, žurno silazila niz put. Međutim, u pitanju je samo motiv potjere za ženom u formi anticipacije, koji će Nikolić u potpunosti razviti u završnoj sekvenci filma *Jovana Lukina*.

¹⁶ Nikolić je ovaj lik, gotovo neizmijenjen, kao uostalom i Marka Perovoga iz *Ždrijela* za ovaj film, i staricu naboranog lica iz *Polaznika za Bauka*, 'preuzeo', takođe, iz *Polaznika*, samo što mu je dodao kosijer i, umjesto da drhti, on se u ovom filmu češe i gleda neodlučno i začuđeno oko sebe.

tuži. Krupni plan oka Marka Perovoga. /Kadar, takođe, traje duže, nema nikakvog zvuka, tužilica je sasvim utihnula./ Konačno se, u širokom totalu, otkriva mjesto na kojem Marko Perov sjedi: slamni krov koji drže četiri sohe, stolica s okruglim naslonom i krznom ispod njegovih nogu. /Nikolićeva asocijacija na presto!/ Okolo je kamenjar, kao i u svim prethodnim Nikolićevim filmovima sa ovom tematikom. Marko Perov nastavlja da prebira brojanice i gleda oko sebe.

2.5 Prozor

„Prozor je priča o mojoj majci.“

Vatra – početak kruga

Mlada žena u crnom loži vatru, potom čisti kuću. Do nje dopire teško dahtanje starice. I ona likom podsjeća na monahinju, pa čak i kretnjama i odjećom koju ima na sebi.

Kotao

Podiže kotao i kači ga za verige, podešava lanac. Začuju se jagnjad – zvučna anticipacija njene sljedeće obaveze. Starica koja teško diše /kamera prati pokret njene ruke/.

Stoka

Hrani i timari stoku, premješta ih, čisti, muze. Podiže kotao i iz njega presipa mlijeko u drvene posude.

Češljanje

Češlja staricu, oštar zvuk češlja. Posipa mužu da se umije. Sve to radi bespogovorno, skrušeno, sagnute glave. Mužu sipa kafu, staricu napaja mlijekom.

Kazan

Sapunom trlja parče vunene tkanine, potopljeno u kazanu. /Njene ruke u krupnom planu – njihovo asocijativno kontrastiranje sa 'bolnim' podizanjem ruke starice./ Ustaje sa izrazom lica kao da je nešto zaboravila ili se u magnovenju prisjetila; nosi flašu, muževljeva ruka u krupnom planu podiže rakijsku čašu; muž ispija rakiju, prinosi cigaretu ustima, mirno i spokojno puši. Prilazi starici koja kašlje, okreće je i pokriva.

Objedovanje

Dječak znatiželjno posmatra miješanje kukuruznog brašna u kotlu. Objeduju; ona prinosi kašiku dječakovim ustima, a onda, u jednom momentu, kao da je nešto skrivila, stidljivo i na brzinu i sama uzima zalogaj iz te kašike.

/Lice joj je tužno; u filmu nema nijednog osmjeha, izuzev kod dječaka poslije kupanja.¹⁷ Dok pere kotao, u jednom trenutku (kao i u slučaju flaše), podiže upitan pogled. *Rez* na ruku 'robinje' koja prinosi drvo iz ognjišta da bi njen muž pripalio cigaru; strpljivo čeka, a potom ga vraća nazad.

Kupanje dječaka i pranje muževljevih nogu

Dok kupa dječaka posipajući ga vodom, čuju se samo pljuskanje i pucetanje vatre koje se sasvim pojačava, ali ne i dječak koji počinje da plače; odnosi dječaka u postelju (njegovo radosno lice i osmjech!). Prilazi starici, podiže je; sipa vodu u posudu i pere muževljeve noge (kamera se penje prema muževljevom krupnom planu, koji samozadovoljno, spokojno i smireno puši).

Ikona – završetak kruga

Stopala izranjaju iz mraka; ona se lagano i oprezno penje merdevinama;¹⁸ u mukloj tišini čuje se samo škripa prečaga i plamsanje vatre; penje se kao da je nešto skrivila. Uvezuje kosu (vide se njene ruke, ali ne i lice), namješta maramu, gleda se u ogledalu /odraz njenog lika koji podsjeća na ikonu/; pogled iščekivanja, zvuk primicanja voza se pojačava; promiču osvijetljeni vagoni /*zum* prema njoj dok ih s prozora, ozbiljna lica, posmatra/; voz nestaje u tami, nestaju svjetla /njen krupni plan, oboren pogled – ona u prozorskom oknu kao živa ikona.

2.6 Oglav

„*Oglav* je priča o malom čovjeku.“

Dolap i krug

Jako i ubrzano udaranje kopita /kamera prati noge magarca koji se, upregnut, vrti ukруг/; čuje se zveket lanca /kao neki ubrzani metronom, znatno brži od onog u *Ždrijelu*/; nakratko se pojavi sunce kao podsjećanje na neizdrživu vrelinu /kamera u pokretu dugo prati samo uzdignute uši životinje/.

Oko

Kanta zavezana za lanac spušta se na dno bunara; oko životinje u krpunom planu; začuje se, nakratko, njegovo njakanje kao nemušta pobuna, vidi njegova glava i, konačno, oglav. /Ritam mučenja se ne prekida./

Stege

¹⁷ Slično je i u filmovima Nikolićevog savremenika Vlatka Gilića.

¹⁸ Isti motiv, ali u sasvim drugačijem narativnom kontekstu, Nikolić će primijeniti i u *Jovani Lukinoj*.

Figura magarca i konopci kojim je vezan za dolap, lanac kojim je vođen ukруг (ne vidi se jedino ruka onoga koji ga vodi). Ogromni drveni točak i zveket (jeka!) debelih lanaca koji se na njemu zatežu /sada se već vidi i drvena poluga dolapa – kontinuirana gradacija detalja/.

Dno bunara

Čuje se pojačano udaranje kapi i topot; drveni točak sa navojima lanaca. /Različiti uglovi kretanja životinje zbog održavanja dinamike. [međukadar] Krupni plan glave magarca da bi se, pošto očigledno nije korišćen kran, rezom prešlo na donji rakurs./

Lanac

Lanac se pokreće naviše, čuje se škripa; uši magarca su sada povijenije; sunce sve jače prži, životinja posustaje; onaj koji će, malo potom, da upotrijebi bič, prosipa vodu iz vedra u korito /Sve je dijegetički i ritmički usklađeno, nijedan detalj se ne propušta; kamera ide duž užeta i pronalazi čvor na njemu./

Obrnuti smjer, isti cilj

Životinja se sada kreće u obrnutom smjeru; opet sipanje vode u korito više puta /u ovoj sekvenci koristi se *elipsa* s ciljem da se izbjegne redundanca, ponavljanje postupnosti iz prethodne/; kretanje ukруг, glava životinje, topot, drveni ram koji ga drži čvrsto vezanog, lanac kojim je vođen.

Žega

Životinja sasvim posustaje, podiže glavu, njače. /Rez na sunce, čuje se snažno kloparanje točka./ Glava i oko životinje u pokretu, noge koje se sve teže pomjeraju, zaustavljaju se i klecaju; zaustavlja se i drveni točak uz škripu; iz *off*-a dopire pljuskanje vode iz vedra.

Bič i oko

Životinja, umornih i tužnih očiju, nepomično stoji; začuje se bič, trza se, njeno oko u krupnom planu.¹⁹ Sve oštrije udarci biča, životinja posrće, noge joj se klate, pokušava da krene ali ne može; oko u krupnom planu, poluzatvoreno. Ruka mučitelja odlaže lanac.

Istorija

Magarac, 'slobodan', korača u kamenjaru sa sasušenom travom. Gleda pravo i njuši /kamera prati njegov pokret i otkriva kostur životinje. Tek sada se začuje šum talasa /kamera u čamcu se udaljava ostavljajući ga kao usamlje-

¹⁹ Motiv oka životinje u krupnom planu Nikolić, kao što smo već istakli, koristi i u *Bauku*, a rekli smo i zašto.

nu 'mrlju' na ostrvu/. Začuje se njegovo njakanje, koje nadjačava šum talasa, i istovremeno se prenosi na odjavnu špicu /na isti način na koji je topot 'sišao' sa najavne špice/.

2.7 Ine

„Ine – to sam ja u večernjim časovima.”

Dom

Krupni plan mladog čovjeka koji nešto radi oborenog pogleda; čuje se reski zvuk povlačenja olovke /sljedeći kadar nam otkriva da je u pitanju tehnički crtež/; žena sprema jelo, djevojčica okreće okruglo ogledalo i nešto mrmlija za sebe; žena prinosi hranu, jednu, nema nikakvog razgovora /slično je i u *Prozoru* i *Graditelju*/; otac prinosi kašiku ustima djeteta /tako je i u *Graditelju*, a u *Prozoru* to radi majka/. Veže čvor na kravati, stavlja kapu.

Šetnja u noći

- ulica i žamor

Hladnoća, zimski kaputi, ljudi u prolazu; pojavljuje se junak filma i znatiželjno pogleduje prema njima; čuju se pojačani koraci, neartikulisan govor (izraz njegovog lica govori kao da je u svemu tome zatečen); ljudi sa margina života, spavaju pokriveni ćebadima, pojačano dahću, neki od njih su budni i zamišljeni; junak produžava šetnju bržim korakom /zvuk ravnornjernih udara s početka filma/, čuje se poneka automobilska sirena, ali i udaljena buka /zvučna kulisa u funkciji dijegetičke konstante/.

- muzika

Ulazi u kafanu iz koje dopire muzika /prvi put se muzika, i to klasična, pojavljuje u dijegetičkom okviru jednog Nikolićevog dokumentarnog filma/. Prolazi pored onih koji mirno sjede i slušaju, pogledujući oko sebe; čuje se bat njegovih koraka /čest motiv u Nikolićevim dokumentarnim filmovima/.

- hipici i pletilja

Grupa mladih ljudi, po načinu kako su obučeni podsjećaju na hipike; dvije starije žene, zamišljene, sjede jedna pored druge, jedna s bijelom, a druga s crnom maramom /scenografska jukstapozicija, odnosno kontrast i izuzetna rijetkost da se u nekom Nikolićevom filmu pojavi marama koja nije crna/; igle u rukama pletilje /i dalje odzvanjaju koraci/.

- bilijar

Ulazi u prostoriju u kojoj se igra bilijar /vide se samo štapovi i kuglice, ali ne i lica onih koji igraju/.

- mreže i svijeće

Pojavljuje se u polu-osvijetljenoj kafani sa svijećama i mrežama /čuje se kućanje čašama, bat njegovih koraka i pojačan govor onih koji sjede za stolovima/.

- pogled

Prolazi između redova onih koji pažljivo slušaju neku jednoličnu vokalnu melodiju (mješavina soula i bluza), dolazi do orkestra, usporava i pogleduje ih; lice djevojke u krupnom planu /zum prema njenom pogledu/; sasvim se pojačava žamor, muzika se više ne čuje.

- dahtanje i smijeh

Drugačiji ritmovi, muzika koja podsjeće na disko muziku, mladi ljudi igraju i dahću /pojačano, karikaturalno!/: ruka koja klizi uz nogu mlade dame koja se smije; stoji na sredini zadimljenog kluba i upitno pogleduje one koji sjede u polumraku, puše, šapuću i pomjeraju se u ritmu muzike.

- šapat

/Rez na polegle ljude na trotoaru, njihovi krupni planovi; šapat iz prethodnog kadra se prenosi i pojačava/; prolazi kroz polukružni, zasvođen prostor /koraci još jače odzvanjaju; pojačavaju se daleki, potmulji udari/.

Povratak

Liježe u postelju pored žene, skida naočare /pojačan efekat udara naočara dok ih spušta/, gasi svijetlo /udari s početka filma koji podsjećaju na daleka zvona./²⁰

2.8 Ane

„Ane je priča o ženi koja čeka svog pomorca.”²¹

Spremanje i čekanje

Slika starog pomorca i ruka služavke koja prelazi preko nje i čisti je. Ane se češlja i veže pletenicu. /Zum do krupnog plana starice suznih očiju, sa crnom maramom koja uokviruje njeno naborano lice./ Starac u mornarskoj uniformi pokušava da stavi epoletu. Služavka prevlači četkom preko odijela /taj zvuk 'odzvanja' u mukloj tišini/. Starac stavlja oficirsku kapu na glavu /kamera se udaljava i otkriva makete brodova/. Ane proba ogrlicu, vraća je, skida i zlatni lanac. Ispred komode i ogledala koje čisti služavka u kandelabru gore tri svijeće /pojačan zvuk čišćenja/.

- zvono

²⁰ Sa gotovo istovjetnim zvučnim efektom, Nikolić završava i film *Bauk*.

²¹ *Prozor* i *Ane* su jedini Nikolićevi filmovi u cjelosti snimani u enterijeru, ukoliko izuzmemo završni kadar u *Prozoru* – pojavljivanje voza u noći. Uz to, to su i filmovi *čekanja*.

Lik starice u krupnom planu, jednako je zamišljena; začuje se zvono. Ane obara pogled, a onda ga sumnjičavo vraća; zvono odjekuje. Starac iz kovčežića vadi razne predmete i 'isprobava' ih, što podsjeća na igru djeteta. /Iz *off*-a se začuje zvuk podešavanja instrumenta./ Ane stavlja ešarpu, ali i nju odlaže. /Blagi *zum* prema starici u krupnom planu koja i dalje netremice gleda./

- poj

Ane podiže pogled kada začuje poj koji podsjeća na poj sveštenika. Služavka, s graškama znoja na licu i čelu, upitno je pogleduje.

- koraci

Ane sjedi za stolom, podiže se kad začuje korake, ali se oni ubrzo gube. Kreće u 'šetnju' preko bogato ukrašene sobe; opet začuje ubrzane korake, zastane i neodlučno se osvrće oko sebe. Služavka, oborenog pogleda.

- brodska sirena

Ane odlučno korača, gotovo strogog pogleda. Pogled starice u krupnom planu, bez pokreta, isti izraz lica, miran i dostojanstven. Sirena broda – Ane skida maramu i sa zebnjom je stiska oko vrata, obarajući pogled.

- češljanje

Stolu za kojim sjedi Ane prilazi služavka i sipa čaj; dok Ane ispija čaj začuje se ženski poj; njen pogled luta oko, odsutno. Starac pogleduje kroz durbin i uzdiše. Služavka češlja Ane.

- slika

Kamera ide preko postelje i otkriva zamišljenu Ane kako okreće pogled prema uramljenoj fotografiji mladog pomorca u oficirskoj uniformi /iz *off*-a se začuje veseo i neobuzdan ženski smijeh;/ Ane ustaje iz postelje i prislanja uvo uz zid (otud se čuju muzika, smijeh, veseli glasovi); zamišljena, Ane zakreće pogled /kamera kruži po sobi - subjektivni kadar - zvuk koji dolazi izvana, posebno pjesma, pojačavaju se; začuje se daleki i potmul zvuk brodske sirene; kamera se ponovo vraća na Ane koja leži u postelji/. 'Raspoloženje' koje dolazi iz *off*-a postepeno se gubi; znatno jače se začuje brodska sirena. Anin pogled, neodređen /ni na jednom od tri ženska lica u ovom filmu (kao ni u *Prozoru*) nema osmjeha; osmjehuju se samo dječak (u *Prozoru*) i starac u ovom filmu/.

Prozor i čekanje

Starica gleda kroz oškrinuti prozor; čuje se udar talasa koji se pojačava. /More se ne vidi (kao ni u *Oglavu*, isključujući završnu sekvencu), ali ostaje *prozor* kao jedini vidik./

2.9 *Graditelj*

„*Graditelj* je pokušaj da se napravi film o jednom nesrećnom naselju, gdje ipak žive ljude.”

Kišobrani

Gradska ulica u kojoj, pored automobila, gužve i vreve, dominiraju kišobrani /kamera prati biciklistu sa kišobranom – graditelja/.

Naselje

Neugledno naselje u koje skreće graditelj, skida se s bicikla i nastavlja blatnjavim putem prema drvenim kućicama. Slijede slike: na iskrivljenoj drvenoj ogradi oprano rublje /pojačan zvuk kiše, njegovi koraci, kloparanje blatobrana/, čovjek koji na kiši popravljiva krov, žena koja pere rublje, dijete koje s praga to posmatra, čovjek koji žurno zaključava vrata udžerice, dolazi do kolica natovarenih kamenim blokovima i gura ih /opšta slika bijede data u svega nekoliko kadrova/.

Dom

Žena sprema hranu; opet objedovanje /*Prozor, Ine*/ i ruka oca koji prinosi kašiku ustima djeteta /*Ine*/; opet kupanje djeteta /*Prozor*/.

Život

- muža

/Kamera panoramski 'predstavlja' naselje./ Graditelj muze; opet dijete koje s praga to posmatra. Asfaltnim putem pored naselja i koza u trnju, prolazi čovjek s kolicima i kamenim blokovima /sizifovska uzaludnost – lajtmotiv ovog filma/.

- događaj

Grupa dječaka i djevojčica posmatraju dvojicu ljudi, od kojih je jedan graditelj, kako nožem režu raspolućenu životinju, a potom je nose kroz naselje; djeca ih prate, žene mirno gledaju.

- česma

Flaše u rukama, kante, gužva, čeka se red.

- predstava koja može samo da se čuje

Pijani čovjek posrće, pokliza se, udara u drveni stub, dolazi nekako do vrata, ulazi; odmah se začuje vika, udaranje, lupa i glas žene koja cvili i zapomaže; osmjeh na licima djece koja to slušaju.

- krov

Veseli žamor djece dok graditelj s osmjehom prolazi pored njih noseći merdevine na ramenu. U dubini kadra dim koji kulja iz krova jedne kuće, željeznički vagoni, televizijska antena, ulični stub sa rasvjetom modernog 'dizajna', dale-

kovod. Graditelj na krovu jedne od udžerica, na kojoj se postavlja krov /pravi se, dakle, još jedna udžerica – naselje se proširuje/.

- palidrvce i violina

Cigareta u dječakovim ustima; graditelj mu pruža palidrvce: „Puni!”, kaže mu, osmjehujući se /prva riječ u Nikolićevim dokumentarnim filmovima još od *Ždrijela*, apstrahujući molitve, tužbalice, leleke, magijske i ritualne radnje/. Začuje se zvuk koji podsjeća na parnu lokomotivu /izvan-dijegetička metaforička ligatura – rez otkriva dijete u kolijevci koju ljulja noga njegova majka/. Iz *off*-a se začuju zvuk violine; djevojčice sa prozora netremice posmatraju svoju vršnjakinju koja (u udžerici) svira. Graditelj u krupnom planu, sa cigaretom u ustima, zamišljen dok sluša ove zvuke – /pretapanje/.²²

Graditelj

Graditelj sa radničkim šljemom na glavi ugrađuje vrata i prozor na soliteru, vraća se zvuk violine /brzi ‘emfatični’ *zum* prema jednom od stanova u toj zgradi/. Graditelj na biciklu /visoki gornji rakurs iz dijela zgrade u koji se ‘zaustavio’ *zum*; vraća se zvuk violine/. Graditelj, kao i na početku filma – i tu se krug zatvara – vozi bicikl gradskom ulicom; ponovo kišobrani, automobili, prolaznici i reski zvuk violine - i on na putu ka svom naselju.

2.10 Biljeg

„Kod moje kuće postoji jedna čudesna hidrocentrala. [...] Kad je trebalo svečano otvoriti, neko se ipak sjetio da vode nema. To je čist dokumenat, od kojeg sam ja samo krenuo i pokušao da napravim zapis o jednom društvu, o jednom stanju.”

Voda

Žena u crnini pješači kamenjarom, u rukama nosi kante s vodom, a na leđima pljosnato drveno bure. Za to vrijeme nižu se krupni planovi starica sa crnim maramama.

Cijevi

Stražar, s puškom o ramenu, ulazi u jednu od ogromnih razbacanih cijevi; počinje tužbalica, ali se još ne razabire njen sadržaj; stražar kontroliše i ostale cijevi; /jednako, kao i u prethodnoj sekvenci, *međukadrovi* sa krupnim planovima zamišljenih i bezglasnih starica/.

Tužbalica

²² Nikolić u svojim filmovima, jednako dokumentarnim i igranim, gotovo da ne koristi pretapanja, radije se opredjeljuje za direktan rez.

Tužbalica prožeta satiričnim sadržajem koji se sada razaznaje (za vrijeme dok ona traje, 'traju' i stražareve obaveze); tužilica iz *off-a*: „Tri godine tu gradiše / noću, danju, kružnu branu / podigoše na imanju / naše njive poaraše / svu šenicu povaljaše / a ljev pečen obećaše.”

Provlačenje

Stražar se provlači, penje se ka vrhu uz stepenice ugrađene u beton, dolazi do nekog polusrušenog otvora i pogleduje odozgo u kamene šiljke okružene zidom hidrocentrale. Tužilica nastavlja: „Na to mjesto podigoše / elektranu hidromočnu, aj...”. Stražar izlazi iz jednog od mnogobrojnih otvora u dnu zgrade, prolazi pored zida sa konzolama – one u krupnom planu /Nikolićev sarkazam u formi metonimije/.

Tunel

Stražar prolazi kroz betonski tunel, kroz koji je trebalo da teče voda; podiže fenjer koji mu obasjava lice. Tužilica: „Tunel dugi otvoriše / ne može ga, moj putniče, / za tri ure dobra oda / prepješačit, ali niko, aj...” /; fenjer u tunelu kao svijetla tačka koja rastjeruje mrak /očigledna metaforička emfaza kojom se želi ukazati na svu pogubnost sumanutih i zdravom razumu protivnih ideoloških i megalomanskih projekata/.

Verige

Žena podiže lanac, priprema verige. Stražar se ponovo penje, prolazi kroz prazne prostorije, nesuđena postrojenja, odzvanjaju njegovi koraci, dolazi do turbina i agregata, obilazi ih /jak vizuelni (i figurativni!) efekat – boje na uređajima izgledaju svježije, gotovo žive/. Tužilica: „Elektranu hidro našu / neimari završiše / i turbine doćeraše / agregate postaviše / pa alate odložiše, aj, aj ...”. Tužbalica se nastavlja preko bata stražarevih koraka i krupnih planova starica /koje Nikolić u ovaj svoj po mnogo čemu jedinstveni filmski ‘rekvijem’ metaforički interpolira kao korotu, ali i opomenu/: „Pričekasmo da proradi / i to čudo, aj ... / Ali čuda ne bijaše, vode nema / vode nema, jadnoj mene, aj.”

Lice

Stražareva žena (tužilica) priprema jelo. /„Aj, aj...”, koje, takođe, dolazi iz *off-a*./

Plaća

Snimljen iz donjeg rakursa stražar se kreće polukružnom branom. Ovaj kadar se smjenjuje sa njegovim krupnim i polu-krupnim planovima u pokretu. „Ostaviše sve to tako / mom čojeku na čuvanje, aj / moj to čojek dobro čuva /trijes ljeta prima plaću / prima plaću mimo braću.”

Krug

Gornji rakurs, daleki total,. Žena se penje uz kameno brdo; nosi kante s vodom, a na leđima pljosnato drveno bure. /„Ja kukala ...“. Gubi se glas tužilice./

3. Dramaturška struktura Nikolićevih dugometražnih igranih filmova

Na primjeru filma *Beštije*, kao jednom od dramaturški najkonzistentnijih, ali i likovno najznačajnijih, što u Nikolićevoj poetici, čak i u tom smislu, treba prevashodno sagledavati kao komplementarni, a nikako ne divergentan aspekt, ukazaćemo na tok i razvoj ekspozicije i zapleta, na to kako je Nikolić stvarao atmosferu, uvodio u priču svoje likove i, konačno, kako je, na dramaturški atipičan način, doveo dramsku radnju do kulminacije i raspleta.

Ekspozicija

Stvaranje atmosfere i uvođenje likova – tri žene u crnom (ubradače) koje trče ulicom dok kiša pada, i koje 'kontrolišu' sva dešavanja; Bulut zaključava ženu; beštije: Bulut, Anđelko, Pop i Čvorak, proviruju kroz žaluzine mlade žene koja se svlači i komentarišu njen izgled; Kapetan zvoncem poziva poslugu, dok ga ubradače posmatraju; Kapetana beštije iznose u šetnju, stvara se procesija; Anđelko se 'zamiče', spašava ga nož 'u krupnom planu', koji će da prereže uže; Anđelko svira na tamburici i pjeva – beštije se zabavljaju: Bulut metalnim kuglama pokušava da pogodi Čenta; monahinje, prolazeći, pjevaju; Čento vuče kolica natovarena kamenom; komičan razgovor letargičnog vlasnika kafane Sreće i njegove žene, takođe Sreće; ubradače spremno dočekuju dolazak Nepoznate djevojke; beštije igraju karte u kafani, Anđelko pjeva, priključuju mu se i ostali; Bulut priželjkuje da Kapetan uskoro umre, jer Kapetan ima dorbog vina, pa bi to bila dobra 'svetkovina'; beštije donose Kapetanu kovčeg; Nepoznata djevojka na trgu, ubradače je prate.

Zaplet

Osnovna linija zapleta – Pop ispituje žene zašto su se okupile na trgu, govori im da ljepota ne donosi zlo i da ne pominju đavola bez nužde; Nepoznata djevojka se pojavljuje kod Kapetana, on pokušava da je dodirne, pokazuje joj sliku iz mladosti; Anđelko pita Kapetana, da li je neko kod njega dolazio; tek sad se pojavljuje Miletisimus, 'učen' čovjek, kojemu se žene okupljene oko bunara žale da je 'ona' pila vode iz njega – Brkača je najaktivnija, objašnjava mu gdje je stajala i kako je pobjegla kad ju je vidjela; dok Kapetana nose, on zakreće glavu, a Nepoznata djevojka proviruje iza ugla zgrade; Miletisimus okupljenima, dok razgledaju čamac neobičnog izgleda na kojem je doplovila

Nepoznata djevojka, govori da je u arhivi pronašao da su na ovo ostrvo mornari izbacivali svoje ljubavnice. Anđelko: „Znači, svi mi smo kurvini sinovi!"; Brkača nagovara Ćenta da napastuje Nepoznatu djevojku, ostale se smiju; Pop se svlači, u njegovoj sobi je Nepoznata djevojka koja pokušava da izađe, ali joj on, uz osmijeh, pokazuje ključ; Nepoznata djevojka odjedanput nestaje, Pop proviruje kroz prozor da bi je ugledao na ulici; Nepoznata djevojka proviruje kroz prozor kafane, Anđelko je ugleda; Anđelko vodi magarca na kojemu je djevojka i pjeva; u prisutvu Nepoznate djevojke Anđelko, moduliranim glasom iz *off-a*, odnosno simulacijom glasa njihovog muža i ljubavnika, razvađa Srećinu ženu i Brkaču koje se tuku na groblju, što kod Nepoznate djevojke izmamljuje osmijeh; Anđelko pere noge Nepoznataoj djevojci, dolijeću kamenice, njih dvoje bježe; Kapetan traži od Anđelka da mu ispuni posljednju želju i dovede mu Nepoznatu djevojku голу, a on će mu sve potpisati; žene traže djevojku, lome staklo, Anđelko izlazi i tjera ih; Ćento i Nepoznata djevojka su kod Kapetana, ona ispod kratke suknje pomjera nogu, Ćento prevlači rukom preko čela, krsti se i zahvaljuje Bogu; beštije u nemogućnosti da pronađu Anđelka svoj bijes iskaljuju na Ćentu, provlače mu motku kroz rukave i guraju kolica na koja su ga podigli; Anđelko vuče kolica na kojima je Nepoznata djevojka; pored ognjišta u Kapetanovoj sobi pojavljuje se Nepoznata djevojka i skida haljinu sa sebe.

Rasplet

Sreća podiže poklopac klavira i počne da svira; Nepoznata djevojka igra; Anđelko i Kapetan plješću, opšta promjena raspoloženja; Pop igra, Brkača igra na stolu i udara u daire, žene oko nje sa podignutim rukama; Bulut igra ispod crvenog šala Nepoznate djevojke; Anđelko mu prilazi, podsjeća ga na njegovu muškost, i kaže mu „To je moje!"; beštije nasrću na Anđelka; okrvavljeni Anđelko i Srećina žena koja plače i jeca; preživljavanje Kapetana koje se očituje na njegovom licu, dok Nepoznata djevojka, igrajući, svlači sa sebe odjeću; Sreća najedanput prestane da svira; Kapetan podiže pištolj: „Sad si moja!"; pucanj. Slijedi *rez* na 'razglednice', na kojima se vide spokojna i nasmijana lica beštija.

Ostali filmovi

Arhitektonsku strukturu ekspozicije u ostalim Nikolićevim dugometražnim filmovima, jednako kao i u *Beštijama*, karakteriše odsustvo dramaturških šablona, ali i njen usporeni razvoj, sa mnoštvom dramskih digresija koje direktno utiču na ritam i dinamiku odvijanja radnje. U njihovoj strukturi, dakle, ne postoje kratke ekspozicije u vidu inicijalne priče kao katalizatora

dramskih zbivanja. Izuzetak su, donekle, filmovi *Čudo neviđeno* i *U ime naroda* u kojima se dramska radnja znatno brže dinamizuje, a njene pokretačke konstituente podređuju osnovnom zapletu.²³ Ponekad je ekspozicija neprimjereno duga, sa nizom mozaičkih zbivanja, kao u *Jovani Lukinoj*, filmu u čijoj je dramaturškoj strukturi, zapravo, teško odrediti granicu između ekspozicije i zapleta, ako ona uopšte i postoji; razučena, sa mnoštvom dramskih informacija i sporim tempom, kao i odsustvom dinamičnih motiva koji pokreću radnju (kao, primjera radi, u *Lepoti poroka*) ili, pak, 'opterećena' dugotrajnim iščekivanjem da se pojavi jedan od glavnih aktera dramskih zbivanja, kao što je to slučaj u *Iskušavanju đavola*. I ako negdje treba tražiti slabosti u dramaturškoj strukturi Nikolićevih filmova i njegovoj dramaturgiji *en general*, koje evidentno postoje, onda se problem razvoja ekspozicije, tačnije usmjeravanje dramske radnje ka bržem zapletu, u tom smislu javlja kao ključni. U Nikolićevoj osobe-noj, ritmički usporenoj dramaturgiji, kao što ne možemo govoriti ni o kakvoj šablonskoj ekspoziciji, ne možemo ni o klišetiziranom zapletu, niti njegovoj kružnoj putanji (izuzetak je, na određeni način, film *Lepota poroka*), o njegovoj kompleksnoj strukturi, ali ni o linearnoj progresiji u kojoj se ne ispušta nijedan segment u lancu dramskih događanja, razgranatim (i dramski nefunkcionalnim) sporednim zapletima i podzapletima, već prevashodno o zapletu koji je jednostavan i jasan, o složenim odnosima dramskih aktera, ali i sukobu unutar pojedinih ličnosti koji, najčešće, proizlazi iz njihove unutarnje podijeljenosti, kakav je slučaj, primjera radi, sa Goluzom. Takođe se u Nikolićevoj dramaturgiji ne može govoriti ni o jasno naznačenim i diferenciranim dvostrukim zapletima. Jedino su u filmu *Čudo neviđeno* prisutne dvije dominante linije zapleta, jedna koja je vezana za dolazak Amerikanke i odnos gazde kafane i mještana prema njoj, i druga, za probijanje tunela između jezera i mora, projekat još jednog gazde, Šćepana, apsurd koji se direktno reflektuje na ostala dramska zbivanja. Od sedam Nikolićevih dugometražnih igranih filmova, zaplet u tri (*Beštije*, *Smrt gospodina Goluže*, *Čudo neviđeno*) počinje *kairosom*, a njima bismo, na određeni način, mogli da priključimo i film *Iskušavanje đavola*, jer se do dolaska Mikana (Majkla), ništa, izuzev otvorene mržnje između Zma-

²³ Izuzetak su, takođe, i filmovi *Smrt gospodina Goluže* i *Lepota poroka*, od kojih i jedan i drugi u uvodnim sekvencama, bolje reći, *prologu*, sadže priče 'katalizatore', kao okvir za daljnje odvijanje dramske radnje. Treba istaći i to da se u razrješenju, odnosno *epilogu*, i jedan i drugi završavaju samoubistvom, što, s druge strane, upućuje na neposrednu vezu između polazne ideje reditelja i dramaturške strukturalizacije tih filmova.

jevića i Krstovića, svatovske pjesme jednih i nemuštog kola drugih, ne dešava. Međutim, za razliku od ostalih filmova, u *Iskušavanju đavola* glavni zaplet počinje ubistvom, u *Lepoti poroka* dolaskom Jaglike i Luke u nudistički kamp, a u filmu *U ime naroda* hapšenjem direktora Todora po izlasku iz aviona sa službenog puta u Kinšasu. Rasplet u Nikolićevim filmovima, najčešće, ima tragičan epilog. *Beštije*, *Jovana Lukina* i *Čudo neviđeno* završavaju se ubistvom (i ubistvima), a *Smrt gospodina Goluže* i *Lepota poroka* samoubistvom.²⁴ U *Beštijama*, međutim, možemo govoriti o dvije linije raspleta. Prva je pesimistična i vezana je za ubistvo Nepoznate djevojke, a druga 'idilična', u kojoj se beštije pojavljuju u novom svjetlu, nakon košmarne noći juga.

4. Karakterološka strukturalizacija

Izgradnja i pravilno razvijanje lika, otkrivanje istine o njemu, njegova autentičnost, snaga, ekspresivnost, čine osnovu Nikolićeve karakterološke strukturalizacije. Nikolićevi likovi nikada ne djeluju izvještačeno i/ili neuvjerljivo.²⁵ On, zapravo, oko svojih likova 'tka' priču, otkrivajući istovremeno njihovu suštastvenost, kompleksnost i dubinu. Iako su to u njegovoj osobenoj dramaturgiji – posebno u dokumentarnim filmovima – često isti likovi i, pritom, u istom ili sličnom prostornom ambijentu, stavljeni u prepoznatljiv vremenski i društveni kontekst, oni nikada nijesu dramski nefunkcionalni i necjeloviti. Oblikujući svoje likove Nikolić izbjegava njihovu kategorizaciju na skicirane, reljefne, idealizovane, alegorijske, simbolične, što, s druge strane, ne znači da oni nemaju takve karakteristike. Jedina podjela koju Nikolić prihvata je ona na tragičnih i komične, odnosno tragikomične likove, što je najčešće i slučaj. No, pored likova sa naglašenom tragičnom dispozicijom, u Nikolićevim filmovima pojavljuju se i oni koji svojim habitusom i svojim 'portretima' u krupnom planu, govore dovoljno o sebi: preispoljne hulje, zlobnici, ološ, manipulanti i *ini*. S druge strane, oni su u potpunosti podređeni zahtjevima zapleta i uglavnom oni 'iscrpiljuju' dramsku situaciju, a ne obrnuto, i ako u Nikolićevoj ukupnoj dramaturgiji treba tražiti neki poseban kvalitet, onda je to taj. Samo u jednom filmu, *Ždrijelu*, u kojem Nikolićevi likovi nose tu, već pomenutu, 'snažnu dramu tišine' i 'metafizičke jeze' – kako bi rekao Paskal –

²⁴ O tome kojima se motivima Nikolić rukovodio i zašto njegovi filmovi imaju takav, a ne neki drugačiji epilog, u ovom radu govorimo odvojeno.

²⁵ Izuzetak u tom pogledu, u pojedinim sekvencama, posebno kada je patetika u pitanju, čine filmovi *Lepota poroka*, *U ime naroda* i *Iskušavanje đavola*.

koja se provlači kroz sve dokumentarne filmove iz rane faze ovog autora, nekoliko likova se obraćaju gledaocima *in concreto*, uvodeći nas na taj način u priču o onome što slijedi (prvi starac koji započinje priču o ždrijelu, drugi koji priča o svom sinu, i stara žena koja čeka prosee). Iako svoje likove gradi prije svega na humornim elementima, u dokumentarnim filmovima to je slučaj, takođe, u *Ždrijelu*, sa razuzdanim mladićima i u sekvenci nadgornjavanja oko toga čije su ruševine kule, u *Polazniku* pojedini likovi su dovedeni do ruba ne blage, već grube karikaturalnosti, kao onaj koji se, pored odra pokojnika, izvodeći prstima 'figure' na glavi, pijano smije i pokušava tako da zabavi djeću, zaboravljajući pritom gdje je i zbog čega se tu 'zatekao'; slično se može reći i za lik mladog čovjeka s bradom i kosijerom u ruci, koji se pojavljuje u jednoj od slika u *Marku Perovom*, neodlučno zastaje na putu pored kojeg Marko Perov sjedi, ne znajući kuda da krene; donekle i stari pomorac u filmu *Ane*, koji se igra rekvizitima koje izvlači iz škrinje; u pojedinim Nikolićevim filmovima, jednako dokumentarnim i igranim, može se govoriti i o vizuelnoj karikaturalnosti, takođe datoj preko krupnih planova likova, kao što je to slučaj u *Ine* i *Graditelju*, odnosno *Jovani Lukinoj* i *Lepoti poroka*. Ipak, nigdje u Nikolićevim filmovima nije prisutno ekstremno grubo karikiranje likova. Nema ni njihove naglašene stilizacije, izuzev u dokumentarnim filmovima *Ine* i *Ane*, i dugometražnim igranim *Beštije* i *Smrt gospodina Goluže*. U dramaturškom oblikovanju svojih likova Nikolić prevashodno ističe njihove suštinske karakteristike, nikada ih ne svodeći na 'uprošćene' karakterne dispozicije. Ono što je, po Nikoliću, od posebnog značaja u njihovom dramaturškom – samim tim i dijegetičkom! – oblikovanju, a što se očituje u gotovo svakom njegovom filmu, jeste konzistentno razvijanje akcione linije lika, eksplicitno saopštavanje njegovih karakternih osobina do kojih se dolazi jednim od dva mogućna načina (koji su u njegovoj dramaturgiji ravnopravni): informacijama koje sâm lik daje o sebi i onima koje se izvode neposredno iz dramske situacije u koju je uključen. Unutar Nikolićevog dramaturškog postuliranja moguće je govoriti i o istoznačnim tipološkim konceptualizacijama, njihovoj 'uniformnoj' strukturalnoj karakterizaciji, kao što je to slučaj sa likom sveštenika – dakle, ne likovima! – iako ga, izuzev u jednom slučaju, tumače različiti glumci.²⁶ Nikolićevi likovi

²⁶ Tu mislimo na glumca Draga Malovića koji će se u ulozi sveštenika jedini pojaviti dva puta, u filmovima *U ime naroda* i *Iskušavanje đavola*. Imena glumaca koji tumače uloge koje navodimo, izuzev onih koje, kao u navedenom slučaju, iz određenih razloga moramo da pomenemo, mogu se pronaći u filmografiji na kraju ove studije.

se, izuzev u pojedinim dokumentarnim filmovima iz njegove rane faze i, na određeni način, u filmovima *Ine* i *Ane*, nikada ne zatvaraju u sebe, u svoju nekomunikativnost. Neki od njih, kako u dokumentarnim tako i igarnim filmovima, ali i televizijskim serijama, predstavljaju simulakrum usporenosti (kao što je to, primjera radi, Radosav iz *Đekne*), nikada ne izlazeći iz idejnog i dramaturškog okvira svoje uloge (ukoliko izuzmemo Zelja iz *Čuda neviđenog* i Žorža iz *Lepote poroka*).²⁷ U Nikolićevoj dramaturgiji prisutna je i 'seobe' likova iz filma u film (Marko Perov se prvo pojavljuje u *Ždrijelu*, starica koja se češlja u *Ždrijelu*, *Polazniku*, *Bauku* i *Jovani Lukinoj*, Brkača u *Beštijama*, *Jovani Lukinoj* i *Čudu neviđenom*, Ćento, u sličnim ulogama, u četiri filma zaredom: *Beštijama*, *Jovani Lukinoj*, *Goluži* i *Čudu neviđenom*). Nikolić u svojoj dramaturškoj 'skicoznosti' jednako vodi računa i o uravnoteženom raspoređivanju i odnosu muških i ženskih likova, izbjegava njihovu nemotivisanu dramaturšku transformaciju, sporost uvođenja glavnih likova, zanemarivanje važnosti epizodnih, njihovu naglašenu literalizaciju, riječju, prednost daje onom dramaturškom konceptu koji neće biti u suprotnosti sa realističkim oblikovanjem likova.

Ponovo ćemo na primjeru *Beštija*, filma u kojem je dramska cizeliranost Nikolićevih likova posebno izražena, ukazati na njihov ulogu – posredno i razvoj – unutar dramaturškog okvira te priče.²⁸ U komparativnom analitičkom proseyu ukazaćemo i na njihove karakterne sličnosti, ali i različitosti u odnosu na ostale likove Nikolićevih dugometražnih igranih filmova.

Tri žene u crnom (ubradače), uvode nas u atmosferu ove Nikolićeve priče i, istovremeno, definišu njene dramaturško-dijegetičke koordinate. Ovo je, ujedno, i prva u nizu izdvojenih grupa u Nikolićevim filmovima koje su precizno određene i imaju jasno naznačen dramaturški 'zadatak'. Svako njihovo pojavljivanje sadrži neki ominozni predznak. Tako dramaturški profilisanih grupa nema u Nikolićevim dokumentarnim filmovima, a i ako ih ima onda su one samo refraktori, nijemi svjedoci događanja (bičevanje u *Ždrijelu*, pripremanje pokojnika u *Polazniku*, primitivni abortus u *Bauku*, tužbalice nad

²⁷ U pitanju su likovi koje tumači isti glumac, Petar Božović. On je jedan od rijetkih u koje je Nikolić imao apsolutno povjerenje, pa je iz tog razloga i dopuštao njegove, iako ne odveć česte, *ad hoc* ekstemporacije. O svim značajnim (dijegetičkim) likovima odvojeno smo govorimo u okviru pojedinačne analize Nikolićevih filmova, dok u ovom segmentu izdvajamo karakteristične tipove i pravimo njihove analogije

²⁸ Grupu beštija, na čijem čelu je Bulut, u ovom analitičkom segmentu, najviše iz praktičnih razloga, označićemo kao 'oriđinale', onako kako je to radio i Nikolić u pripremi scenarija za ovaj film, a i kasnije u mnogim razgovorima na ovu temu.

ljudskom glupošću u *Biljegu*). U toj dramaturškoj 'funkciji' ubradače će se pojaviti još jedanput, i to u *Lepoti poroka* u uvodnoj sekvenci, kada muž kažnjava nevjernu ženu. Međutim, druga, znatno veća grupa, takođe žena u crnim odorama koje predvodi Brkača, ima isključivo destruktivnu ulogu. One predstavljaju jezgro iz kog će se razviti još jedna pobunjena, iako ne na taj način i u tom obimu, rušilačka grupa – neće lomiti stakla na prozorima kuća i neće paliti crkvu! – u *Čudu neviđenom*. Zajednička crta im je ta što su i jedna i druga okrenute protiv ljepote, ovaploćene u Nepoznatoj djevojci u *Beštijama* i Amerikanki u *Čudu neviđenom*, sa željom da je unište. Još jedna slična grupa postoji i u filmu *U Ime naroda*. One, žene iz *U ime naroda*, međutim, ništa ne ruše i nikom ne prijete, jer to, umjesto njih, veoma uspješno radi udbaški načelnik Maksim, već su samo jedna povodljiva i bezlična grupa, spremne da na najmanji mig vlastodržaca izvrgnu ruglu i uvredama svakoga ko nije njihov miljenik, kao što je to slučaj s junakom ovog filma, Milutinom. Svako od oriđinala u *Beštijama*: Anđelko, Bulut, Pop i Čvorak (ženski lik!), ima unutar ovako organizovane grupe, svoju specifičnu (destruktivnu) ulogu, izuzimajući Čvoraka koja je zadužena za vulgarne replike, kao što je ona o Popovoj bradi, i podstrekanje na nasilje, kao kada Bulutu dâ znak da ga ispred kafane čeka žena, znajući kakvu će reakciju to kod njega da izazove. Čvorak je, riječju, pokvarena i podla osoba, za razliku od Anđelka koji je romantik i hedonista i nije agresivan na način kako su to ostali članovi te grupe. On je jedini okrenut ljubavi i nepatvorenom humoru, iako, povremeno, na zajedljiv i grub način, kao kada proziva Miletisimusa u procesiji dok nose Kapetana, a Miletisimus ga podsjeća na to da mu je jednom prilikom dao kišobran, a on se skvasio, ili kada naređa cigle ispred Miletisimusovog praga a on u njih udara glavom, razvađa Brkaču i Srećinu ženu na groblju, kiti magarca za stolom u Srećinoj kafani, pravi aluzije na ključeve Brkačinog metalnog pojasa, dokaza njene vjernosti umrlom mužu. Uz to, Anđelko svira i pjeva i zaljubljen je u Nepoznatu djevojku. Njegov pandan u tom pogledu je Karuzo iz *Čuda neviđenog*. Bulut je psihopata i nasilnik, sa posebno izraženom sadističkom crtom. Ličnost sličnu njegovoj gotovo je nemoguće pronaći u cjelokupnom Nikolićevom opusu. Čini se zanimljivim način na koji Nikolić razvija ovaj lik, odnosno kako ga postulira i gradi njegovu psihodinamiku. Prvo ga predstavlja kao nasilnika i bezosjećajnu osobu, koji zaključava svoju ženu, potencijalnu smetnju njegovom beštijanju; njegovo nasilništvo, bezosjećajnost i izživljavanje produbljuju se odnosom prema Ćentu, u kojem ravnopravno učestvuju i ostali oriđinali, i svojoj ženi koju nemilice tuče; kulminacija njegove bezosjećajnosti i cinizma

očituju se u priželjkivanju skore Kapetanove smrti i 'svetkovine' koja će tim povodom da uslijedi, jer Kapetan ima dobrog vina, kao i divljaštva, u tuči protiv izdajnika Anđelka – i među beštijama postoje izdajnici! – u Srećinoj kafani, u kojoj je on najrevnosniji osvjetnik. Pop je ambivalentna ličnost, raspet između prisjećanja na život 'smjernog raba božjeg' sa svojom ženom Martom, i željom da osvoji Nepoznatu djevojku i, nadasve, licemjer i koristoljubac – što je njegova dominantna karakterni crta koju će Nikolić nastaviti da razvija u svim narednim igranim filmovima počev od popa u *Smrti gospodina Goluži*, koji je zaljubljen u varošku udovicu Anku, i isključivo iz tog, a ne nekog drugog razloga, okrenut protiv svog 'takmaca' Goluže, raspusnog čudotvorca Makarija u *Čudu neviđenom*, preko popa koji vješto trpa novac u vreću u *Lepoti poroka*, doušnika *U ime naroda*, koji u nečasnom potkazivanju vlastima o tome ko slavi, ko posti, ili ko je krstio dijete, ne razotkriva samo svoj karakter, već pronalazi konkretan interes, do oca Lavrentija iz *Iskušavanja đavola* koji pokušava da sa Amerikancem Majklom (Mikanom) razvije 'biznis'. Ćento, sluga i poslušnik, koji je česta meta izživljavanja beštija (dakle, ne samo oriđinala, već svih na ostrvu), opsjednut je fiks-idejom da sagradi veliko pristanište u kojem će pristajati veliki brodovi, i željom da, kao i svi veliki pjevači, jednog dana i sâm zapjeva. Ćento je, jednako kao i stari Kapetan, žrtva erosa, ali za razliku od Kapetana kod kojega se on javlja kao reminiscencija, ali i nemogućnost njegovog ostvarenja, dakle, frustracija, Ćentu eros ostaje nepoznat, jer onda kada mu se, zahvaljujući 'blagonaklonosti' Srećine žene – zadivljene njegovim pjevačkim talentom! – pružila prilika za to, on umire. Miletisimus, jedan od Nikolićevih najoriginalnijih likova, jedini vjeruje u Ćentov glas, jer mu on – Ćentov glas! – 'vraća vjeru u ljude'! Ovom Nikolićevom liku, kao 'glas savjesti' blizak je Profesor iz Goluže, koji je jedini zabrinut, i jedni upozorava na kataklizmu i pošast (oličenu u fašizmu), koja prijete svekolikom čovječanstvu. Na kataklizmu koja prijete ostrvu, za koje se ne zna gdje će 'za sekundu ili dvije' da završi upozorava i Miletisimus. Brkača je izrazito negativan lik. Ono što je Bulut među oriđinalima, to je ona među ženama, u pokušaju da na ostrvu, posebno u hajci na Nepoznatu djevojku, ostvari svoju 'rušilačku' pravdu. Nikolić će da je 'preseli' u *Jovanu Lukinu*, s tim što će u jednoj epizodnoj ulozi, u sekvenci koja je, po mnogo čemu, iracionalna i alogična, njenu brutalnost pojačati do krajnosti. Međutim, u *Čudu neviđenom*, u istom kostimu, ali sa lulom koja je samo jedan u nizu rekvizita pridodatih njenom transponovanom 'simulakrumu', Brkača će se pojaviti u potpuno drugačijoj ulozi, iako na momente agresivnoj ali ne i destruktivnoj, kao što je to bio slučaj u prethodna

dva filma. Sreći i njegovoj ženi, tačnije njihovom odnosu 'strpljivog' neuvažavanja, čini se, iako u potpuno drugačijem tematskom okviru, najbliži su Orle i Stojanka iz *Iskušavanja đavola*. I Stojanka je, kao i Srećina žena, seksualno frustrirana, s tim što ona tu svoju frustraciju pretvara u osvetu. S druge strane, ni Sreću, na određeni način ni Orla, (moralne) uvrede koje im nanose njihove žene ne obespokojavaju. Bulutov despotski odnos prema ženi može se porediti jedino sa Žoržovim, dok se u *Jovani Lukinoj* odnos između Jovane i Luke, i u *Lepoti poroka* između Jaglike i Luke, završava ubistvom, odnosno samoubistvom. Todor i Marika u filmu *U ime naroda* žrtve su birokratske samovolje, dok Milutin za ženu ima Miru, doušnika udbaškog načelnika, koji je i 'udač' za Milutina da bi tako mogao da kontroliše 'djelovanje' direktora fabrike Todora, čiji je on vozač. Šoro i Krstinja iz *Čuda neviđenog* dio su opšte atmosfere apsurdna koji u njemu vlada, i nadasve komične figure koje, svaka na svoj način, doprinose intenzifikaciji dramskih događanja. Nepoznata djevojka na ostrvo donosi ljepotu, nemir i *kairos*. Isto što i Amerikanka u *Čudu neviđenom*. Ali, za razliku od Amerikanke čije porijeklo nije nepoznato, dolazak Nepoznate djevojke na ostrvo obavijen je velom tajne, iako je Miletisimus u arhivi pronašao podatke koji nedvosmisleno potvrđuju njegovu hipotezu o njenom (i ne samo njenom!) porijeklu.

5. Dramaturška transpozicija: dokumentarni vs igrani filmovi

Inspiraciju za pojedine svoje likove u dugometražnim igranim, Nikolić je pronalazio u dokumentarnim filmovima. Ipak, mnoge od njih je u njima i 'ostavljao', najviše zbog nemogućnosti njihove adekvatne dramaturške transpozicije u dijegetički okvir dugometražnih igranih filmova. U *Ždrijelu* to je stara žena koja čeka prosce, djevojke koje se utrkuju, djevojka u dugoj bijeloj haljini koja igra unutar zidina napuštene kuće, nostalgična starica koja tuži, njen unuk koji bezbrižno žvaće, starac koji nas uvodi u priču o ždrijelu, starac koji priča o svom 'uzočas' sinu, gospodin s bijelom košuljom, kapom i kravatom iliti demagog (kojemu je najbliži novi direktor iz filma *U ime naroda*, na određeni način i gazda Šćepan iz *Čuda neviđenog*); u *Polazniku*, oni koji skidaju ruho s pokojnika i kupaju ga, pripremajući ga za 'polazak', djeca koja to s prozora posmatraju, oni pored pokojnika koji piju i gledaju u šolju, starci i starice na pragovima kuća; u *Bauku*, starica koja ubija nerođeno dijete; u *Ine*, šetač (kojemu je, čini se, najbliži Goluža šetač); u *Ane*, stari pomorac u oficirskoj uniformi, starica koja gleda prema moru kroz poluotvorene škure; u *Graditelju*,

neimar koji gradi velelepne zgrade, a sa svojom porodicom živi u nehumanim uslovima, u udžerici na periferiji velikog grada.

Likovi koji predstavljaju nukleus iz kog su se razvili njihovi pandani u dugometražnim igranim filmovima: u *Ždrijelu*, 'momci u koje nema nade' – oriđinali u *Beštijama*, grupa 'čistunaca' koji posmatraju Jovanin erotski ples u *Jovani Lukinoj*, varoške uhode i ološi u *Goluži*, braća Kondići u *Čudu neviđenom*, braća Krstovići u *Iskušavanju đavola*; Mile Avetni – Muto u *Iskušavanju đavola*; Sin Mrguda Mijova koji zlostavlja ženu – Bulut u *Beštijama*, Gradonačelnik u *Goluži*, Žorž u *Lepoti poroka*; žena sina Mrguda Mijova – žena Žoržova; djeca koja posmatraju zlostavljanje majke – djeca u *Lepoti poroka*, djeca u *U ime naroda*; sin i snaha starca koji su drugačije obučeni i spavaju pod šatorom – Žorž kojemu u Međeđe donose auto, Stojanka snaha Zmajevića (potom i Krstovića) u *Iskušavanju đavola*; oni koji se svađaju oko karaule – Zmajevići i Krstovići u *Iskušavanju đavola*; starac koji komentariše događaje oko karaule – starac u *Lepoti poroka* koji govori Luki da mu žena, njegova kćerka, 'pušta jezik'; žene u crnim odorama u *Beštijama*, *Jovani Lukinoj*, *Čudu neviđenom*, *Lepoti poroka*, *Iskušavanju đavola*; u *Polazniku* fotograf – fotograf Toto u *Goluži*, fotograf kojeg zlostavlja udbaški načelnik Maksim u *U ime naroda*, fotograf koji prati kolonu automobila u istom filmu; mladić s bradom – poslužitelj Gavrilo u *Iskušavanju đavola*; starica koja češlja dugu sijedu kosu koja joj zaklanja lice – identična vizuelna iteracija u *U ime naroda*; onaj sa prstima na glavi koji pokušava da bude zabavan – Mačak, poštar i glumac, u *Goluži*; u *Marku Perovom* žene s drvenim buradima na leđima – Jovana u *Jovani Lukinoj*; monahinje – (u sličnom poretku, u pokretu) u *Goluži*, monahinja koja ispovijeda 'grešnicu' u *Beštijama*, monahinja koja napastuje Jovanu u *Jovani Lukinoj*; Cigani koji nekuda žure – Cigani u *Jovani Lukinoj* koji prisustvuju Jovaninom paroksističkom izlivu strasti, Cigani u *Goluži* koji prose; u *Prozoru*, mlada žena, 'robinja' – isto to se može reći i za Žoržovu ženu u *Lepoti poroka* i Jelku u *Iskušavanju đavola*; starica koja nemoćno podiže ruku – starica u *Jovani Lukinoj*; u *Ine*, beskućnici, alkoholičari, ljudi s komičnom grimasom na licu – *Beštije*, *Jovana Lukina*, *Goluža*; u *Ane*, žena koja čeka svog muža pomorca – Jelka u *Iskušavanju đavola* koja, takođe, čeka svog muža Mikana; služavka – Ankina služavka u *Goluži*; u *Graditelju*, čovjek koji gura kolica natovarena kamenom – Čento u *Beštijama*; djeca, žene i ljudi u neuglednom naselju s jednom česmom – identična atmosfera u *U ime naroda*; u *Biljegu*, stražar – stražari i čuvari u *Čudu neviđenom*, *Lepoti poroka*, *U ime naroda*, pa i u *Iskušavanju đavola*, Radoje Lekov koji, pucnjima iz pištolja, brani ruševine kamene kule od vojske Sulejman Paše.

6. Zaključna razmatranja

Kompoziciona struktura Nikolićevih dokumentarnih filmova, kako, vjerujemo, eksplicitno pokazuje i prethodna analiza, nikada nije dramaturški razučena, već ujednačena i koherentna, i *eo ipso* zaokružena narativna cjelina.²⁹ Unutar tekstuualnom podjelom (i potpodjelom) sekvenci namjera nam je bila ne samo da predočimo osobnosti Nikolićevog strukturalno-narativnog diskursa, nego i da ukažemo na proces njihovog 'dramskog' i dijegetičkog uobličavanja. Pritom, svakako, treba imati u vidu da su Nikolićevi dokumentarni filmovi po svojim osnovnim formalnim svojstvima veoma bliski narativnoj strukturi kratkometražnih igranih filmova, te najviše iz tog razloga u zaključnim napomenama koristimo terminološke odrednice inherentne tom vidu filmske izražajnosti. Međutim, dramaturgija dokumentarnih, za razliku od Nikolićevih dugometražnih igranih filmova – mada ni u njima to nije prisutno kao apsolutno pravilo! – odlikuje se konzistentnom iako linearnom progresijom dramskih događanja, bez nemotivisanih i nefunkcionalnih digresija u formi dramskih epifenomena koji, najčešće, imaju supsidiarnu ulogu i usmjereni su na proizvođenje efemernih dramskih efekata. Dramaturška konstrukcija scenarija (njegova kompoziciona faktura i simbolički kontekst), kao i idejno-tematska osnova, u dijegetičkoj strukturi Nikolićevih dokumentarnih filmova predstavljaju kompleksne dramske cjeline koje se odlikuju:

- autentičnošću dokumentarnog i odsustvom rekonstruisanog i stilizovanog;
- originalnim 'dramskim' rješenjima i uvjerljivošću 'dramske' priče;
- linearnošću pripovijedanja, ali i cikličnim narativnim formama (*Prozor, Oglav, Ine, Graditelj*);
- stilskom dosljednošću;
- sintetizacijom izražajnih formi;
- prisustvom magijskih rituala (u dokumentarnim filmovima iz rane faze);
- likovnom ekspresivnošću: inventivnim grafičkim rješenjima i funkcionalnim korišćenjem boje;
- odsustvom dijaloške forme (izuzetak je film *Ždrijelo*), i deskriptivnim monološkim kazivanjem (*Ždrijelo, Biljeg*);
- odsustvom redundantnih i nefunkcionalnih narativnih iskaza.

²⁹ Za sve svoje dokumentarne filmove Nikolić je sâm pisao scenarija.

U dramaturškoj strukturi Nikolićevih dugometražnih igranih filmova svaka priča ima jasno naznačene premise, bez slučajnih i nefunkcionalnih dramskih digresija koje bi mogle da 'opterete', ili 'ugroze' njeno odvijanje. Drugim riječima, njihov kontinuitet se ostvaruje ne asocijativno, kakav je slučaj u filmovima otvorene dramaturške forme, već isključivo u ravni linearne progresije. Nikolićeva dramaturgija 'neobičnog' nema hetero-dijegetičkog naratora koji priči daje dvostruki okvir, niti, pak, njena rješenja podrazumijevaju, ma kako to bilo dramski funkcionalno i opravdano, preskakanje vremena i mjesta dešavanja radnje. Nikolić gledaoca nikada ne ostavlja u nedoumici po pitanju nivoa (dijegetičke) stvarnosti, iako je ponekad teško, kao u *Beštijama* i *Jovani Lukinoj*, ali i u pojedinim dokumentarnim filmovima, poput *Marka Perova*, razlučiti stvarno od nestvarnog, reminiscentno od fantazmagoričnog.³⁰ Njegove linearne fabule, iako, katkad, razvučene i dramaturški neuvjerljive u svom ritmički usporenom toku, u cjelosti se uklapaju u strukturnu osnovu njegovih filmskih iskaza i, takve kakve jesu, sa svim svojim nedostacima, čine osnovu njihove dijegetičke izražajnosti.

Literatura

Ajanović, Midhat, Zoran Maslić: *Živjeti, znači buniti se*. Sineast 57, 1982/83.

Antejski vezan za Crnu Goru. (Prikaz o Nikolićevom stvaralaštvu u dnevnom listu »Pobjeda«). Podgorica, 20.08. 2001.

Ažel, Anri: *Metafizika filma*. Filmske sveske broj 1, 1978.

Belan, Branko: *Prekvalifikacija dramaturških pravila*. Filmska kultura 38, 1964.

Baković, Todor: *Depresivni optimizam Crnogoraca*. Jugoart, Zagreb, 1985.

Bašlar, Gaston: *Poetika prostora*. Kultura, Beograd, 1969.

Belan, Branko: *O scenariju dokumentarnog filma*. Filmske sveske broj 4, oktobar-decembar 1974.

Bergson, Henri: *Ogledi o neposrednim činjenicama svesti*. Mladost, Beograd, 1978.

Biro, Yvette: *Teorija filmske dramaturgije: ritam*. Filmska kultura br. 151/152, 1984.

Birš, Noel: *Razmišljanja o sižeju*. Filmske sveske broj 5, maj 1969.

³⁰ Nikolić nikada ne pribjegava filmskoj interpunkciji (odtamnjenju, zatamnjenju i slično) upravo iz razloga postizanja autentičnosti prikazivanog događaja.

- Bordvel, Dejvid: *Razumevanje narativa*. Filmske sveske broj 1, 1999.
- Bošnjaković, Mata: *Dramaturgija i psihoanaliza*. Filmska kultura broj 120, 1979.
- Brenigen, Edvard: *Subjektivnost kao naracija*. Reč 35/36, Beograd, 1997.
- Buržoa, Žak: *Dramska muzika i film*. Filmske sveske broj 1, 1980.
- Clifton, N. Roy: *The Figure in Film*. An Ontario Film Institute Book, 1983.
- Devereaux, Mary: *Estetika filmskog dijaloga*. Filmska kultura 179/180, 1989.
- Dokumentarni film /studije, polemike, ogledi, razgovori/*. Milan Knežević, red., Beograd, 1998.
- Drobašenka, Sergej: *Dokumentarno i igrano*. Filmska kultura broj 78 – 80, 1972.
- Elis-Fermor, Una: *Jedan tehnički problem: otkrivanje neizrečenih misli u drami*, u: *Moderna teorija drame*, Mirjana Miočinović, red., Nolit, Beograd, 1981.
- Filmska naracija*. Tematsko izdanje časopisa Reč, jul, 1997.
- Franić, Severin: *Podneblje kao alibi*. Sineast, 71-72, 1986/1987.
- Gavrić, Tomislav: *Vizuelna subjektivizacija naracije*. Sineast broj 37/38, 1977/1978.
- Goldman, Ani: *Film i genetički strukturalizam*. Sineast, 35/36, 1977.
- Helman, Alicija: *Problemi metode u analizi filmskog dela*. Filmske sveske broj 3, leto 1982.
- Hendrikovski, Marek: *Umetnost kratkog filma*. Beograd, Clio, 2004.
- Horton, Endru: *Likovi osnova scenarija*. Clio. 2004.
- Inkret, Andrej: *Predmet i principi dramaturgije /o pitanjima drame i pozorišta/*. Biblioteka Sterijinog pozorja, Novi Sad, 1987.
- Iros, Ernst: *Biće i dramaturgija filma*. Filmska kultura 161, 1986.
- Jackjević, Aleksander: *Napomene o metodologiji istraživanja filmskog dela*. Filmske sveske broj 3, leto, 1982.
- Kloc, Folker: *Zatvorena i otvorena forma u drami*. Lapis, Beograd, 1995.
- Kolakovski, Lešek: *Prisutnost mita*. Rad, Beograd 1989.
- Konstantinović, Radomir: *Filosofija palanke*. Nolit, Beograd, 1991.
- Kulundžić, Josip: *Dramaturgija i mi/mi i dramaturgija*. Filmske sveske broj 3, jul-septembar 1973.
- Lenar, Rože: *Višesmislenost filma*. Filmske sveske broj 4, 1972.

Mac Dougall, David: *Prospects of the Ethnographic Film*, in: *Movies and Methods*, Bill Nichols, ed. University of California Press, Berkeley and Los Angeles, California, 1976.

Magarašević, Mirko: *Znaci duha podneblja*. Rad, Beograd, 1979.

Mihletić, Vedran: *O filmskom dijalogu*. Filmska kultura broj 181/182, 1990.

Monaco, James: *How to Read a Film: The Art, Technology, Language, History and Theory of Film and Media*. Oxford University Press, New York, 1979.

Mukaržovski, Jan: *Vreme u filmu*. Filmske sveske broj 4, 1983.

Musabegović, Sudadin: *Uvod za jednu fenomenologiju filma*. Filmske sveske broj 1, jesen, 1970.

Nichols, Bill, ed.: *Movies and Methods*. California UP, 1976.

Pešić, Vukašin: *Patrijarhalni moral Crnogoraca*. Unireks, Podgorica, 1996.

Plazewski, Jerzy: *Analitička naracija i integralna naracija*. Filmska kultura 43/44, 1965.

Ralić, Prvoslav: *Bekstvo i angažovanje u našem dokumentarnom filmu*. Filmska kultura 119, 1979.

Rinijeri, Žan-Žak: *Utisak stvarnosti u filmu: fenomeni verovanja*. Filmske sveske broj 1, jesen, 1970.

Stojanović, Dušan: *Modaliteti dijegetičkog prostora u filmu*. Filmska kultura 148/149, 1984.

Šefer, Pjer: *Nevizuelni element u filmu*. Filmske sveske broj 1, 1980.

Štiš, Bojan: *Poezija u dokumentu*. Filmske sveske broj 4, oktobar – decembar, 1974.

Tennant, Neil: *Anti-realism and Logic*. Clarendon Press, Oxford, 1987.

Uvod u etiku. Piter Siger, red. Izdavačka knižarnica Sremski Karlovci, Novi Sad, 2004.

Vanoa, Fransis: *Pisana priča-filmska priča*. Reč 35/36, Beograd, 1997.

Verne, Mark: *Nespecifični kodovi*. Filmska kultura 154 –156, 1985.

Vud, Robin: *Ideologija, žanr, autor*. Sineast 58/59, 1983.

MEDIJSKI DISKURS U SAVREMENOM DRUŠTVU

MEDIA DISCOURSE IN A MODERN SOCIETY

dr DIJANA GUPTA, docent
Univerzitet Džemal Bijedić, Mostar

Apstrakt: *Da bi se komunikacija razumijela i promatrala kao proces onda se to mora gledati u procenu među ljudima koji je povezan jezikom. Ako bi se tu očekivale neke radikalne promjene ili napredak u komuniciranju onda bi se trebale učiniti promjene u međusobnim odnosima. Mediji kao glavni nosioci poruka, informacija i komunikacije imaju ključnu ulogu u izgradnji međusobnih odnosa u društvu.*

Ključne riječi: *Mediji, društvo, politika, novinari, komunikacija, informacije*

Abstract: *In order for communication to be understood and seen as a process, then it must be seen in the assessment among people who are connected with language. If there would be some radical borders or progress in communication, then there should be changes in mutual relations. Media, as the main bearers of messages, informations and communications has a key role in building mutual relations in society.*

Key words: *Media, Society, Policy, Journalists, Communication, Informations*

1. Uvod

Društvena odgovornost medija predstavlja obvezu da se uvećaju pozitivni i umanje negativni učinci medija. To zahtjeva velike kompromise na svim stranama. Tu se uzima u obzir okolina, cjelokupno društvo i sve ono što utiče na formiranje medijskog društva. Mediji su najneposredniji u kontaktu i procesu komunikacije u društvu. Putem medija najbolje saznamo kakvo je društvo? Ne može se reći da su mediji najodgovorniji kada je u pitanju obliko-

vanje medijske stvarnosti i društva ali oni su nepobitno moćni u tome. Pojedina prvo oblikuje porodica, religija, škola, a poslije tu ulogu preuzimaju mediji planiranim ratnih informacija.

„Tokom vekova u kojima se razvijala zapadnoevropska ideja demokracije, cenzura je uprkos činjenica da je mjenjala formu, inkorporirana u različite sisteme vladavine“ (Tomić, Z., 2003, s. 27)

Mediji također mogu ublažiti napetosti i sukobe nudeći nove perspektive brojnoj publici. Ako tvorci politike žele iskoristiti moć medija za stvaranje zajednica, saradnja je svakako bolji pristup nego konkurencije, a međunarodni mediji postaju relevantno sredstvo vanjske politike. Mediji utječu na vanjsku politiku stavljajući pitanja na dnevni red pred javnost i oblikujući ih na način da privuku pozornost i simpatije velike javnosti. Npr., politike sve dok mediji nisu počeli pisati o njima humanitarna kriza u Somaliji i sukob u Darfuru nisu bili na dnevnom redu međunarodne zajednice.

2. Društvene odgovornost medija

Glavni medijski posao je prezentiranje stvarnosti odnosno proces kojim se oblikuju i razmjenjuju određena značenja određene kulture onda je jasno da mediji itekako učestvuju u oblikovanju i života društva. Nezainteresirana, neobrazovana i neobaviještena javnost najviše se može probuditi medijskim senzacionalizmom i skandaloznim vijestima sa naslovnica u prevodu žutom štampom ili tzv. fake news. Nepovjerenje javnosti uvijek se događa u diskursu posvađanih politika, zapletenosti sistema, neobrazovani novinari samo su neke od teškoća koji se javljaju u kreiranju medijske slike.

Pojedinac i uopće društvo kroz medijsko sazrijevanje vrlo često se intelektualno razvija ili ne razvija. Događa se da pogrešnim tumaljenjem medijskih sadržaja se usvaja i nerazumijevanje i građenje stereotipnih stavova koji su posljedica nenaprednog zaostalog društva.

Prodaja, profit, gubitak morala iu odgovornosti idu ruku pod ruku. Neki urednici prave i objavljuju sadržaje po želji svojih vlasnika i nalogodavaca u svrhu novca i profita. Zbog toga doba ovog informacijskog društva je u najvećoj mjeri i društvo materijalizma, odsustvo duha i odgovornosti u svakome segmentu društva. Oni su u sinergiji u najvećem smislu. To uzrokuje brojne promjene u pojedincima, porodicama i društvu u pravome smislu. Konstruktivna komunikacija je mirna, radosna i kreativna dok je dokumentovana komunikacija zamorna, agresivna, reaktivna, te nadasve neprirodna. (Bečirović, H., Kurtović, S., 2008, s. 37)

Autoritarno kumuniciranje ima korijene u autoritarnoj ideologiji elitističnih sistema sa apsolutiziranom državnom vlašću i monoističkim sistemom sa autokratskim vođom na čelu. (Tomić, Z., 2003, s. 182)

3. Javnost i vanjska politika

U drugoj polovici dvadesetog stoljeća priroda vanjskih odnosa se dramatično promijenila. Od kraja Drugog svjetskog rata, zapadne zemlje unutar NATO-a su bile uključene u hladni rat sa Sovjetskim Savezom, a propašću Varšavskog pakta zapadne vlade su bile prisiljene nastaviti slijediti vanjske politike i međunarodne ambicije kroz ograničeni sukob koji je predstavljao malu ili nikakvu prijetnju za opstanak države/nacije. Ovo je otežavalo vladi da osigura podršku javnosti za svoje postupke jer se desio pomak od ratovanja velikih razmjera, gdje je opstanak naroda izložen opasnosti, do malih ograničenih operacija za promicanje vanjske politike. To je bilo vidljivo na gubitku potpore američkog stanovništva ratu u Vijetnamu 1968. Nacionalna volja je bila težište za većinu, ako ne i za sve narode koji su bili uključeni u ograničenom ratu protiv protivnika i koji su koristili sveukupna sredstva. Mediji imaju izravnu i jaku vezu u ovoj promjeni. „U monoteističnom sistemu dominiraju kult moći i komuniciranje s pozicije vlasti nad ljudskim slobodama. Glorificira se efikasnost državne administracije nad nefikasnošću pluralizacije, suvremene državne vlasti nad institucijama civilnog društva.“ (Vreg, F., 1991, s. 300)

To znači da će se vlada sada koristiti svim metodama koje joj stoje na raspolaganju kako bi došla do javne podrške za vanjskopolitičko odlučivanje. Čineći to ona je uvjerljiva ali u isto vrijeme i ranjiva zbog uticaja tih medija na mišljenje stanovništva.

U medije "ispod crte" ubrajaju se: štampane informacije- pomoć kod prodaje (letaka, brošura, kataloga, razglednica, dnevnika, privjesaka i dr.); reklamni materijali za izlaganje proizvoda na prodajnom mjestu (pokretene reklame, posteri, stalci, satovi, podmetači za čaše i dr.); zračno oglašavanje (pisanje na nebu, cepelini, reklame koje vuku avioni i dr.); kalendari; CD-i, DVD-i, audio kasete i videokasete; reklamne torbe; odjeća kao reklamni medij; zastave; karte; šibice; spajalice; oglašavanje u knjigama; značke; naljepnice i dr. (Tomić, Z., 2008, s. 269)

4. Profesionalnost i mediji

Da bi se ostvarila etička načela sloboda medija je vrlo bitna. U autokratskim društvima sistem je superioran u političkoj moći pojedinca gdje je karakteristika ekstremnih ograničenja posebice kada su pitanja medijske slo-

bode. Za razliku od demokracije gdje je na snazi vladavine prava i društvo u kojem narod kroz izbore ima izvrsnu vlast u kojoj vladaju izabrani od naroda. Tu je dvosmjerna komunikacija.

Mediji se sve više prepoznaju kao doba reklamnog manipuliranja čovjekovim potrebama. Za medijsku industriju svi smo mi potrošači. Upravo zbog toga mediji nas svakodnevno zatrpavaju stotinama poruka oglašivanja i propagiranja. "RTV reklame, novinski oglasi, reklame na Internetu i drugi oblici multimedijalnog izražavanja jednostavno su prevagnuli nad istinskom pluralnom informacijom. Oblikuje se medijska ontologija, po kojoj je informacija dobra ako je isplativa."

Generalno medijima se smatraju sve medijske tehnologije, uključujući Internet, televiziju, novine, i radio, koji se koriste za masovne komunikacije, i organizacije koje kontroliraju ove tehnologije.

„Komunikacija je zapravo proces transmisije prenosa mišljenja, upustava, želja, ideja, utjecaja od jednog subjekta na drugi.“ (Vukadinović, R., 2004, s. 37)

Međunarodne novinarske agencije i nacionalne organizacije i danas su veoma ozbiljno zaokupljene pitanjima profesionalne etike. Društvo je suočeno između moralne dileme i profita. osim neskrivene želje za profitom mediji nam nude i sumnjive vrijednosti.

Umjesto da javnosti pomognu u stvaranju jasnijih životnih opredjeljenja vrlo često nude nejasne slike i pogrešne vizije života na margini dobrog ukusa i upitnog morala. Dosta je slika i informacija sa sumnjivim porukama, mediji moraju privlačiti sa novim i svježijim ozračjenjem života. Mediji su potrebni zajednici, ali ne smiju biti glavna točka u kreiranju stava pojedinca. Oni su dio zajednice, a zajednica ih može koristiti u različite svrhe.

Pitanje slobode medija nije pitanje samo globalne već i nacionalne i lokalne koncentracije medijskog sadržaja. Sprega politike, ekonomije i medija je nerskidiva. Oglašivači kupuju prostor, ali i šutnju u medijima. Pritisci na medije dolaze sa svih strana od politike, vjerskih, ekonomskih, ali i kriminalnih aktera koji učestvuju u kreiranju medijskih sadržaja.

5. Mediji kroz propagandu

Pravedno društvo je propalo društvo, jer se ne može više govoriti o moći gdje su svi jednaki. Mediji nude sliku moćnih koji su na tim slikama i nemoćne koji to gledaju. Današnje društvo riješeno je inicijative.

Moć komunikacije je super dominantna. Oni koji kontroliraju medije, a posebno televiziju su i doziraju nivo kvaliteta i demokratije u društvu, samim tim i da naruže njene fundamentalne principe. (Drašković, V. et. al., 2010, s. 228)

„Svakim danom kako se zemlja vrti u smjeru izlaska Sunca, članovi odbrane ljudske vrste budno promatraju svijet, s tri oka umjesto dva. Oni su novinski fotograf svijeta, muškarci i žene koji pišu vizualnu biografiju čovjeka na zemlji.“(Chaprick, H., 1994, s. 7)

Vanjska politika je zahtjevna disciplina, često uključujući dva kanala konverzacije (jedan javni i jedan privatni), sa šifriranim prikrivanjem i izvrta-
njem govora, ponašanjem koje treba biti prilagođeno i posredniku i primaocu. Ona se često se vidi kao uspješna od strane drugih i ima dugoročne posljedice. Nije slučajno, onda, da prosječni građani, čak i oni koji su možda politički angažirani, izbjegavaju poprišta vanjske politike.

Čini se da svako desetljeće namjerava učiniti vanjsku politiku kompli-
ciranijom i težom od one prethodne. Npr. Sjedinjene Američke Države su se morale dodvoravati francuskim interesima dok su popravljale svoje odnose sa bivšim kolonijalistima. Onda su stigli razni ratovi, promjene u politici, unu-
tarnji problemi, komunikacijske inovacije, i ostatak američke povijesti.

6. Zaključak

Ako bi danas govorili o kulturi onda mi živimo u kulturi informacija i kulturi masovnih medija. To je pečat našeg vremena. Društveni uticaj glavni je model mnogim medijskim kućama. Novi komunikacijski sistemi imaju sve veći društveni i politički uticaj što se posebno pokazuje u predizbornim i izbornim kampanjama kao i kod širenja informacija koji nosioci moći pokušavaju prikriti. Za posjedovanje kontrole nad sredstvima javnog komuniciranja je vrlo važno za upravljanjem društvom i državom, za održavanje društvene moći. Novinarska profesija daje pojedincu vrlo važno i moćno oružje.

Mediji kroz reklamu i propagandu nude čovjeku sliku koji on želi da vidi. Je li to osuda bez prava žalbe? Da nismo pošli za tim, te medijske slike ne bi ni postojale. Kada smo već u toj igri onda smo sudionici pada, ali ne i leta. Uspon je određen samo odabranim uz određene uvjete. Brzi uspon nekih medija nije samo tržišni uspjeh već veza vlasnika sa određenim centrima moći. Privatnim sredstvima su stalno u rastu sa velikom koncentracijom moći i propa-
gande. Javni servisi uvijek će sjediti u krilu vladajućih. Oba imaju svoju putanju i ulogu zabave na tuđi račun. Biti u službi moći i novca znači da je sve

oprošteno iz perspektive da su mediji ogledalo društva onda se moraju što prije očistiti.

Pisanjem i uređivanjem novina djeluje na društvene prilike i procese. Ekskluzivnost nema cijenu. Da bi mediji bili uspješni, uticani i čitani moraju se baviti važnim stvarima i objavljivati teme i sadržaje koje će pobuditi širu publiku. Ljudi žele sebi predstaviti živu sliku svijeta i u skladu s time žele predstaviti sebe. Mediji su tu ako treba promijeniti neki stav ili mišljenje. Reklame i propaganda prevagaju nad istinskim pluralnim informacijama. U medijima lijeve orijentacije neće se objavljivati komentari desnice i obrnuto. Tako da danas mnogi mediji iako izgledaju nezavisno prepoznaj se po njihovim politički podobni šefovima.

Novinarstvo ne znači samo pravilan odabir informacija. To mnogo ovisi i od osobnosti novinara. Novinar je svakodnevno na ispitu kod javnosti. To je posao koji čovjeka stavlja pred vlastite etičke i profesionalne dileme. Ukoliko se posmatra da su mediji ogledalo svakog društva onda se to ogledalo mora što prije očistiti. To nije samo slika medija i društva već i pojedinca. Zato neka se svako pogleda u ogledalo kada odluči da nešto kaže ili napiše...

Literatura

Bečirović, H., Kurtović, S. (2008), *Poslovno komuniciranje u svijetu poslovnog biznisa*, Internacionalni univerzitet, Philip Noel, Sarajevo.

Chaprick, H. (1994), *Truth needs to ally photojournalism*, Universtity Press, Columbio and London.

Drašković, V. (ur.) et. al. (2010), *Globalizacija u ogledalu razvoja krize i medija*, Elit, Podgorica.

Tomić, Z. (2003), *Komunikologija*, Čigoja, Beograd.

Tomić, Z. (2008), *Odnosi s javnošću, teorija i praksa*, Synopsis, Zagreb - Sarajevo.

Vreg, F. (1991), *Demokratsko komuniciranje*, Sarajevo.

Vukadinović, R. (2004), *Međunarodni politički odnosi*, Politička kultura, Zagreb.

Prikaz časopisa (*Journal Review*)

ČASOPIS „MEDIJSKA KULTURA“ - EDICIJA TEORIJA MEDIJA

Pisati o ediciji od dosadašnjih dvanaest knjiga u okviru edicije *Teorija medija* je veoma teško i izazovno, prije svega zbog složene tematike koju su obrađivali autori. Posebne pohvale kreatoru i glavnom uredniku Budimiru Damjanoviću i uredniku edicije mr Željku Rutoviću, ali i svim autorima knjiga, koji su doprinijeli da nastane ova nesvakidašnja edicija. Kroz izdanja predmetne edicije obrađena je čitava lepeza društvenih fenomena i pojava u

današnjem vremenu globalizacije od strane eminentnih stručnjaka i naučnih radnika iz oblasti koje su obrađivali i dali na ivid stručnoj javnosti kroz pisanu riječ. Postavljam logično pitanje, koliko je trebalo kreatorima ove edicije da privole autore časopisa da objave iste u Medijskoj kulturi, jer je nesporno bila potrebna ogromna energija, strpljenje i vrle izdavačke sposobnosti, da bi jedna ovakva ideja bila pretočena u djelo.

Kao prvo, edicija je strukom spojila čitav region, okupila intelektualce, koji su na brojnim stranicama časopisa, iskazali ljepotu i snagu inelektu, hvatajući se u koštac sa brojnim izazovima sa kojima se sreće savremeni čovjek. Kako u današnjem svijetu dominira tehnološka svijest, potisnuto je kritično mišljenje akademske zajednice. Isto je zamijenjeno hiperprodukcijom informacija, koje vrše neviđeni pritisak na čovjeka kao pojedinaca ali i na cjelokupna društva, što stvara zamagljenu svijest slobode savremenog čovjeka.

Posebno se na udaru našlo obrazovanje, koje se pretvara u globalizam informacija sa usko stručnim smjerovima korišćenja istih. Takvo obrazovanje postaje globalni proces koji je teško usmjeravati u željenom pravcu socijalne zajednice.

Autori časopisa savremenom čitaocu razgrću mrak, koji prijete da čovjeka pretvori u poslušnog slugu koji konzumira veliki broj informacija istovremeno, ne dozvoljavajući mu da, kroz sopstvene filtere, prima i odašilje samo one koje su primjerene vremenu u kojem se živi i koje imaju svoju vrijednost.

Da bi se konzumenti zaštitili i filtrirali nazovi neželjene informacije i sadžaje iz medija koji su postali izuzetno agresivni, neophodno je poznavati širu problematiku medija. Neupućenost društvene zajednice, odnosno nedeukovanost pojedinca, što podrazumijeva neznanje, dovodi do neslućenih posljedica posrtnja savremenog društva.

Iz tog razloga, dosada[nji] brojevi časopisa čiji su autori eminentni stručnjaci iz oblasti medija, socijologije, novinarstava, filozofije slovom mudrosti daju veliki doprinos u pokušaju rješavanja problema koji se neprestano gomilaju u populaciji konzumenata informacija počev od onih najmlađih, pa do članova zajednice sa izgrađenim stavovima o predmetnoj problematici. Mediji su postali sastavni dio privatnosti svakog čovjeka, a poseban uticaj imaju na mladu populaciju. Iz tog razloga trebalo bi što prije krenuti sa sistematskim rješavanjem problema medijske pismenosti djece i omladine. Hiperprodukcija različitih medijskih sadžaja prestavlja pravi udar na mlade, koji često nijesu izgradili jasne stavove iz različitih oblasti života. Pred takvim izazovima, porodica kao da gubi bitku, društvo posustaje, a pojedinci čini se nije-

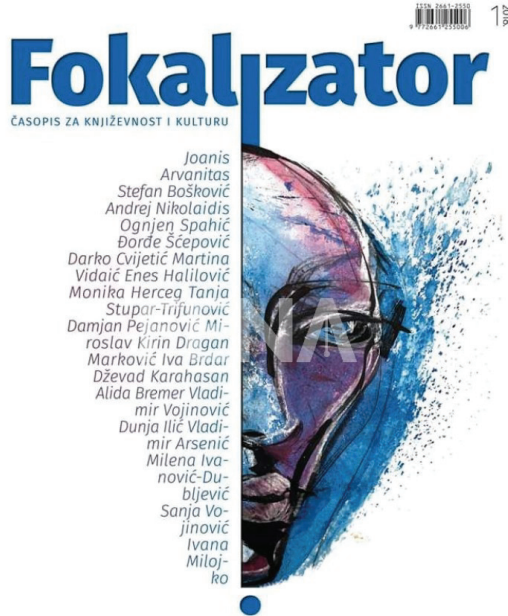
su u stanju da se suprostave takvom stanju koje je postalo hronično zagađeno kojekakvim medijskim sadržajima. Medijska pismenost samo je jedan segment medijske politike koja se mora voditi na svim nivoima. Iz tog razloga i drugih koje ne mogu obuhvatiti ovim kratkim prikazom, časopis „Medijska kultura“ i edicija *Teorija medija* predstavlja prijeko potreban alat u traganju za razumijevanjem savremenih medijskih platformi.

Tiraži časopisa su veoma skromni - oko 500 primjeraka, pretpostavljam zbog nedostataka sredstava, što je nepojmljivo u odnosu na značaj autora i same tematike kojim se isti bave u svom intelektualnom naumu. Zadovoljenje potrebe za medijskom pismenošću, koje se često pokušava realizovati kroz kampanje i projekte, često ne daje željene rezultate, i zbog toga je dodatno važna podrška akademske i naučne zajednice, koja je u krajnjem i dužna da postavlja pitanja i da za ista bar ponudi odgovore.

Konačno, pozitivan trend suprostavljanja negativnim medijskim fenomenima, pojavama i procesima strukom, posebno na način na koji to čini časopis „Medijska kultura“, jeste put koji nas možda može izvesti iz vladajućeg medijskog mraka. Zbog toga svima koji žele da se medijski opismene, srdačno preporučujem ovaj časopis, a posebno ediciju *Teorije medija*, koji je već postala svojevrsni naučni brend u Crnoj Gori i regionu.

mr Zoran Bošković

Prikaz časopisa (Journal Review)



FOKALIZATOR: ČASOPIS NAMIJENJEN BUDUĆNOSTI

Kada se u uredništvu književnog glasila nađu imena koja svojim stvaralačkim opusom (bilo da je riječ o poetskim, proznim, esejističkim ili književnokritičkim *prinošenjima*) privlače pažnju čitalačke publike, onda se od svake njegove stranice očekuje malo književno čudo, skrojeno tako da primaoca zadrži u tom delikatnom mikrokosmosu koji apsorbira prave umjetničke vrednote. Tako je, po uzoru na najznačajnije svjetske književne magazine, nastao i Fokalizator, prepoznatljiv i po sadržaju i po vizuelnom identitetu, ubrzo se izdvojivši i kao časopis u kome, prema riječima prvih čitalaca, nema ničeg suvišnog i nema ničeg lažnog.

Jedno je sigurno: ako termin koji je uzet kao naziv časopisa izvorno pripada strukturalisti Žeraru Ženeu (njime se u naraciji označava usmjerenost pogleda s određene tačke na predmet posmatranja), onda je i ta vrsta pozajmice obavezujuća za one čija je dužnost da čitaju pažljivije od drugih – to su marljivi pregaoci, urednici koji drže do svoga zanata i, prije svega, fokalizatori

ujedinjeni mišlju da se pružanje otpora hiperprodukciji u izdavaštvu ne sastoji u pristajanju na kompromise: Vladimir Vojinović (glavni i odgovorni urednik), Ognjen Spahić, Andrej Nikolaidis, Stefan Bošković, Milena Ivanović Dubljević, Sanja Vojinović, Tamara Milić, Jelena Šušanj, Barbara Simović, Sario Al Mustafa, i Tijana Rakočević, a za zemlje regiona Dževad Karahasan, Alida Bremer i Vladimir Arsenić.

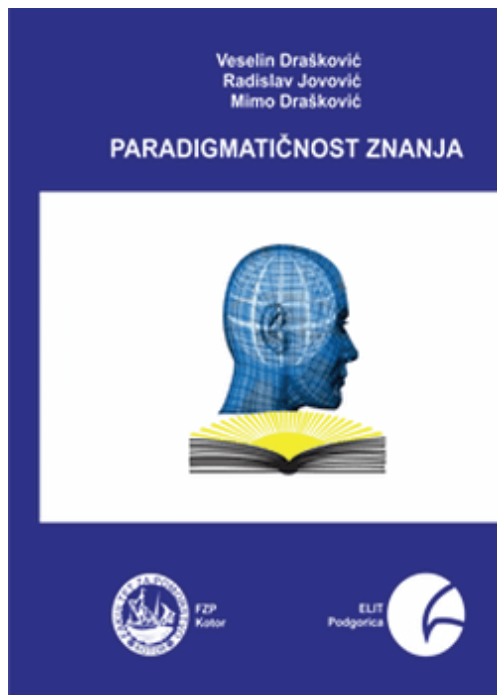
Prvi broj Fokalizatora su obilježili prilozima eminentnih stvaralaca iz Crne Gore i regiona – neki od autora su nakon izlaska časopisa iz štampe nastavili niz kojim se njihovo stvaralaštvo afirmiše kao trajno, univerzalno i suprotstavljeno sveopštoj ljudskoj i književnoj anarhiji. Tako je u našem časopisu objavljen esej »Autopoiesis, ili kako uspostaviti cjelinu« Dževada Karahasana, dobitnika – između ostalih – i nagrade *Jeanette Schocken* iz Bremerhavena (čiji je laureata i nobelovac Imre Kertesz), zatim drama »Bacači prstiju« za koju je Iva Brdar dobila nagradu Sterijinog pozorja i *Berlin Brücke Theaterpreis*, te izbor pjesama Martine Vidaić, dobitnice nagrade *Ivan Goran Kovačić* za najbolju poetsku zbirku. Osim navedenih priloga, u prvom broju Fokalizatora možete čitati i kritiku Dunje Ilić (»Zec u bosanskom loncu«) posvećenu romanu »Uhvati zeca« Lane Bastašić, finalistkinje u izboru ovogodišnje NIN-ove nagrade, što svojim primjerom dokazuje da savremeni književni časopis, da bi bio prijemčiv konzumentima različitih čitalačkih preferencija, mora ići u korak sa aktuelnim dešavanjima na književnoj i kulturnoj sceni, ponuditi ono što je u isti mah i značajno i zanimljivo, ali i načinom selekcije poslati nedvosmislenu poruku koja odgovara na pitanje *šta književnost jeste*, odnosno na pitanje *šta književnost nije*.

Takođe, svoje mjesto u Fokalizatoru su zavrijedili i brojni drugi afirmisani stvaraoci, pa je prostor nakon uvodne riječi bio rezervisan za prozu Joaniša Arvanitasa, Stefana Boškovića, Andreja Nikolaidisa i Ognjena Spahića, poeziju poznatih regionalnih stvaralaca – Enesa Halilovića, Monike Herceg, Tanje Stupar Trifunović, Miroslava Kirina, Damjana Pejanovića, Dragana Markovića i Đorđa Šćepovića, a zatim, nakon pomenutog dramskog segmenta, za kritiku čije su stranice ispisali Alida Bremer, Vladimir Vojinovića, Vladimir Arsenića, Milena Ivanović Dubljević, Sanja Vojinović i Ivana Miloško. Može se već na prvi pogled uočiti da je riječ o autorima čiji su pojedinačni angažmani na polju kulturnog djelovanja poznati čak i onim čitaocima koji nijesu aktivni recipijenti onoga što nastaje u književnim laboratorijama regiona, čak i onima koji se o književnim dešavanjima informišu posrednim putem, a ipak – svi oni predstavljaju suštinu, svi zajedno jesu sublimat politike i

jedinstvene koncepcije časopisa usmjerene na njegovanje kulture čitanja. Fokalizator, to je, čini se, jasno svima koji dođu u dodir sa njegovim sadržajem, ne postoji samo kako bi se razlikovao (jer razlika po svaku cijenu ponekad sa sobom nosi i negativan predznak), već i kako bi dokazao da se uz pomoć prvotnog entuzijazma može opstati ne mareći za malograđanštinu, ideološke barijere i ošetljivost onih rukopisa kojima su dorade i te kako potrebne.

dr Vladimir Vojinović

Prikaz knjige (Book Review)



VESELIN DRAŠKOVIĆ
RADISLAV JOVOVIĆ
MIMO DRAŠKOVIĆ

PARADIGMATIČNOST ZNANJA

Kotor – Podgorica, Fakultet za pomorstvo, ELIT, 2013, s. 278.

ISBN 978-86-80031-500-7 (Fakultet za pomorstvo)

ISBN 978-9940-9222-3-8 (ELIT)

ULOGA PARADIGME ZNANJA U KREIRANJU NOVE EKONOMIJE

Knjiga „Paradigmatičnost znanja“ uglednih autora prof. dr Veselina Draškovića, prof. dr Radislava Jovovića i prof. dr Mima Draškovića predstavlja markantno djelo u sferi ekonomske nauke. U knjizi se, sistematično, objektivno i precizno, sa rijetkom naučnom akribijom, svestrano razmatra položaj i uloga paradigme znanja u kreiranju nove ekonomije.

Autori na znalački i autoritativan način pristupaju tumačenju i objašnjenju savremenih razvojnih tendencija u oblastima u kojima dominira znanje (kao čovjekova najveća vrijednost) i odnos prema njemu. Znanje, fundamentalna i primijenjena nauka su uvijek mijenjali svijet nabolje. Oni su rešavali većinu problema. Značaj, značenje i smisao tržišta znanja kao elementa ekonomije znanja sve više nadmašuje značaj tržišta materijalnih tokova. Na taj način se, napominju autori, povećava uloga efikasnog upravljanja znanjem.

Knjiga je strukturirana u tri dijela. Izučavanje paradigmatičnosti znanja počinje s karakteristikama i fenomenima **nove ekonomije** (društva znanja, paradigmatičnosti nove ekonomije, stara i nova ekonomija i mrežna ekonomija), dalje se širi na **ekonomiju znanja** (paradigmatičnost ekonomije znanja, socijalni kapital, koncepcija intelektualnog kapitala, struktura kapitala firme u ekonomiji znanja), a završava se kompleksnim modelima **upravljanja znanjem** (koncept upravljanja znanjem, modeli upravljanja znanjem, kreiranje znanja, uspješna organizacija znanja, inovacija procesa znanja – dinamički prilaz promjenama).

U ovoj knjizi autori su, uvjerljivo i lucidno, ukazali na: 1. Rastuću ulogu i značaj, značenje i smisao znanja za stvaranje konkurentskih prednosti u savremenim turbulentnim uslovima, u kojima je jedina izvjesnost – neizvjesnost; 2. Imperativnu neophodnost njegovog maksimalnog forsiranja i najšire primjene, na svim nivoima i u svim segmentima društva; 3. Potrebu stalnog učenja i usvajanja novih znanja, bez kojih je održivi razvoj društvenog sistema i privrede kao njegovog podsistema postao nezamisliv; 4. Činjenicu da je razvijeni institucionalni ambijent bitan uslov postojanja uspješnih modela kreiranja, primjene i upravljanja znanjem; 5. Potrebu civilizacijskog odnosa prema znanju; 6. Potrebu ulaganja u znanje, širenja znanja, usavršavanja postojećih i raspoloživih znanja; 7. Potrebu produktivne primjene tuđih znanja i inovacija u najvećem mogućem stepenu; 8. Potrebu nepristrasne selekcije, vrednovanja i uvažavanja znanja na svim nivoima u društvu; i 9. Potrebu nekompromisnog i kritičkog odnosa prema kvazi-znanju.

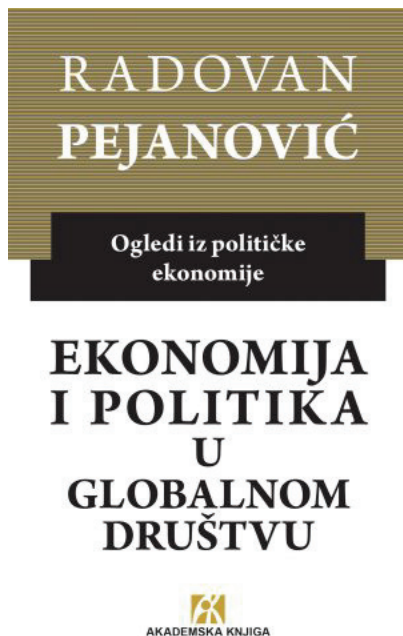
Za razvoj znanja potrebni su razvijeni i stabilni institucionalni uslovi, a revolucionarne promjene položaja i uloge znanja u novoj ekonomiji dokazuju da se radi o njegovoj paradigmatičnosti. Nova ekonomija ima svoje novo preduzeće (virtualnog tipa). Pod tim se podrazumijeva „skup firmi, koje na bazi zajedničkih ciljeva isporučuju tržištu konkurentnu robu ili uslugu, a koje su u ekonomskim odnosima zavisni, informaciono umreženi, u pravnom pogledu samostalni, najčešće bez institucionalizovanja funkcija top

menadžmenta, uz međusobno povjerenje partnera. Izraz *virtualno* se prvenstveno odnosi na stvaranje vremenski oročene situacione upravljačke kompetencije radi brzog reagoovanja na promjene u okruženju i realizacije tržišnog cilja. Ona najčešće obuhvata alokaciju resursa, upravljanje znanjima i marketing.“ Virtualna radna organizacija (preduzeće) se umrežava, a umrežavanje „predstavlja revolucionaran prelaz na nove metode upravljanja znanjem i organizacijom. Znanje i informacije kao jedini neograničeni proizvodni resursi su ključni faktor razvoja mrežne ekonomije. Što više čvorova postoji u mreži, to veću korist svaki pojedinačni čvor ima od mreže. Rezultat su nova pravila konkurencije, nove vrste organizacije, novi izazovi za menadžment. Nova ekonomija implicira donošenje menadžerskih odluka u usovima postojanja mrežne infrastrukture i informaciono-komunikacijske konvergencije.“

Knjiga „Paradigmatičnost znanja“ u potpunosti ukazuje na hitnu potrebu civilizacijskog naučnog iskoraka u pravcu uvažavanja znanja, koje determiniše paradigmatičnost znanja, kao i prelazu od destruktivne prema konstruktivnoj destrukciji. Bilo kakvo ignorisanje znanja vodi na stranputicu, koja se naziva zaostajanje u razvoju i pojedinaca i grupa i društva u cjelini. Nekritički odnos prema znanju isto je što i njegovo zapostavljanje i negiranje.

mr Zoran Jovović

Prikaz knjige (Book Review)



**RADOVAN PEJANOVIĆ
OGLEDI IZ POLITIČKE EKONOMIJE –
EKONOMIJA I POLITIKA U GLOBALNOM DRUŠTVU**

Novi Sad, Akademska knjiga, 2018, s. 214

ISBN: 978-86-6263-224-1

Sve svoje životne i profesionalne resurse Prof. dr Radovan Pejanović ulaže u brižljivo građenje misaone tvrđave u čijoj osnovi čvrsto stoje osnovi funkcionisanja ljudskog društva, maestralno opisani kroz istoriju ekonomske misli. Nakon izvanredne knjige *Razvojni problemi prirode i društva* (Akademska knjiga, 2017) koja se bavi budućnošću egzistencije čovečanstva u neoliberalnom kapitalizmu, upućujući važnu poruku da do promena (do)sadašnje politike i sistema vrednosti može doći, samo da nam je „volje, odgovornosti, svesti, razuma, razboritosti, mudrosti i pameti“ da se iz neodrživog sistema razvoja isčupamo i izgradimo inteligentniji održivi društveni sistem, knjiga *Ekonomija i politika u globalnom društvu*, dalje prodire u same temelje većitih pojmova u istoriji ljudske civilizacije: države, ekonomije, tržišta i politike.

Artikulišući stavove klasičnih i neoliberalnih ekonomista i mislilaca, u vidu svojevrsnih ogleda iz političke ekonomije, autor logično i integralno predstavlja svu kompleksnost funkcionisanja mehanizma globalnog kapitalističkog društva, stavljajući svaki element ove ogromne misaone tvrđave na svoje pravo mesto. Četiri stuba – četiri eseja čine glavnu konstrukciju ove mentalne građevine: Tržište – država i ekonomija u savremenom društvu, Društveno-ekonomske posledice neoliberalnog kapitalizma, Razmišljanja o sudbini demokratije i O odnosima između Zapada i Rusije i nužnosti novog globalnog poretka. Pronicljivom kritikom, kroz dva ključna večita fenomena savremenog ljudskog društva: ekonomiju i politiku, autor ukazuje na moguće puteve izlaska društva iz opasnog i naizgled bezizlaznog Dedalovog lavirinta u kome se nalazi.

U predgovoru Prof. dr Radovana Pejanovića možemo uočiti osnovnu težnju ka razumevanju savremenog sveta i modernog društva i ujedno zapaziti osnovnu misao: “Da – tržišnoj ekonomiji, ne – tržišnom društvu” gde se jasno vidi temeljan pravac koji je prisutan tokom čitave Profesorove karijere – konstantna posvećenost izgradnji boljeg društvenog sistema i poretka, na lokalnom i globalnom nivou, na kratki i na dugi rok. Kritičkim preispitivanjem i multidisciplinarnim pristupom Ekonomija je analizirana kroz dva aspekta: odnosa između tržišta i države (slobode i nužnosti), kao dve fundamentalne kategorije i institucije, sa jedne strane i neoliberalnog koncepta razvoja kapitalističkog društva, koji je doveo do neodrživih društveno-ekonomskih odnosa i posledica, sa druge strane. U okviru fenomenologije politike, predmet posmatranja i kritike jeste ugrožena demokratija kao civilizacijski nusproizvod u razvoju ljudskog društva i narušeni odnosi Zapad – Rusija, koji su ključni za dalju sudbinu čovečanstva. Težinu bavljenja političkom ekonomijom dokazuje i činjenica da su istorija ekonomske misli, ekonomska istorija i politička istorija duboko isprepletane naučne discipline, dodatno obojene istorijom tehničko-tehnološkog napretka ljudske civilizacije. Stoga, da bismo razumeli kompleksnost svakog pojedinačnog trenutka u ekonomskoj istoriji ljudske civilizacije, moramo znati političko-ekonomsku situaciju i ekonomske probleme datog momenta, poznavati interese i ekonomske poglede, stanovišta, motivacije i pokretače tadašnjih glavnih ljudi od uticaja.

Kroz neverovatnu sadržajnost i jezgrovitost, u prvom eseju Tržište – Država i ekonomija u savremenom društvu autor razmatra ključno pitanje makroekonomije: odnos između države i tržišta u sistemu savremenih društveno-ekonomskih odnosa. Kroz razlaganje liberalnog i državnog koncepta

ekonomije i savremene ekonomije i nove uloge države, Profesor Pejanović podvlači i ističe značaj društva znanja, četvrtе industrijske revolucije i tehničko – tehnološkog napretka sadržanog u interakciji univerziteta, industrije i vlade, dolazeći do zaključnih razmatranja u ovom prvom delu u vidu razrešenja dileme “država ili tržište” rečima Kejnса: “Tržište gde god je moguće, država kad god je nužno”.

O napuštanju “države blagostanja”, problemima, uzrocima i posledicama ekonomskih nejednakosti u neoliberalnom društvu autor govori u drugom eseju nazvanom Društveno-ekonomske posledice neoliberalnog kapitalizma. Studioznim pristupom, sa izuzetnom disciplinom i redom u strukturi izlaganja i predstavljanja ovakve kompleksne fenomenologije savremenog kapitalizma, sa istorijskog aspekta Profesor maestralno opisuje i gradi savremenu društveno-ekonomsku teoriju. Razgrađujući pojam neoliberalizma kao faze kapitalizma, koncepta društveno-ekonomskog razvoja zasnovanog na liberalizmu kao filozofiji, kroz analizu stanovišta glavnih oslonaca ekonomske politike 20. veka, Marksa i Kejnса, pa zatim Mizesa, Hajeka i čitave neoklasične škole ekonomije, sve do savremenih ekonomskih mislilaca Džozefa Stiglicа i Pola Krugmana, autor ističe sve probleme i mogućnosti rešavanja izazova liberalnog svetskog poretka. U zaključnim razmatranjima drugog dela knjige ističe se poruka da ekonomija treba da se vrati svojim moralnim osnovama, od kojih je otišla predaleko. A kada je reč o sudbini kapitalizma, navode se reči švajcarskog autora Kristofа Flajšmana, koji u knjizi *Kapitalizam kao religija – profit za sva vremena* kaže: “Kraj kapitalizma naslućuju mnogi njegovi kritičari čim se pojavi neka veća ekonomska kriza, pa čak ga i euforično pozdravljaju. Čak je i Karla Marksa obuzimalo to prijatno iščekivanje. Ja ne bih imao ništa protiv kraja kapitalizma, ali su se, ipak, protivrečnosti iz poslednjih 150 godina pokazale veoma fleksibilnim, tako da ne bih savetovao da se previše čvrsto veruje u ovaj kraj.” Na samom kraju Profesor upozorava na ozbiljnu narušenost liberalnog svetskog poretka i navodi ozbiljan nivo svetske zaduženosti koji je probio sve prethodne rekorde i nastavlja da raste, kao zabrinjavajuće činjenice sa neizvesnim ishodom, polako uvodeći čitaoca u sledeću temu – pitanja sudbine demokratije.

Treća celina – treći stub dela *Ekonomija i politika u globalnom društvu*, posvećena je različitim teorijskim modelima demokratije i praksi demokratskih sistema zbog nužnosti kritičkog promišljanja, jer je – kako autor precizno dijagnostifikuje bolest savremenog društva – došlo do ozbiljnih deformacija i zloupotreba demokratije u globalnom društvu! Kroz interesantan i poučan

uvod podsećajući na prve oblike demokratije u antičkoj Grčkoj, preko renesansnih italijanskih gradova – država, do nacionalne i predstavničke demokratije kakvu danas poznajemo – nazvanu od strane Roberta Dala “drugim preobražajem” demokratije u Evropi oko sredine XVIII veka, autor čitaoca podseća i podvlači da i u vreme Aristotela demokratija nije bila isticana kao najbolji već kao jedan od mogućih oblika državnog uređenja i smatrala se državom u kojoj vladaju jednaki i slobodni ljudi. Pri tome, Aristotel je isticao da je demokratija politički oblik koji podleže kvarenju, i da je pod uticajem različitih demagoga, kada prelazi u svoj izopačeni oblik - demagogiju. Težište trećeg eseja *Razmišljanja o sudbini demokratije* posvećeno je modernom društvu i njegovoj višestrukoj i dubokoj krizi, jer kako navodi Profesor Pejanović demokratija ili “demokratura” (kako je neki filozofi danas nazivaju), kao bitna odrednica tog i takvog društva, deli njegovu sudbinu. Nukleusi mišljenja o demokratiji kroz istoriju – Šopenhauer, Čomski, Milanović i svi drugi mislioci i autoriteti koji se bave ovom problematikom imaju zajednički imenilac u isticanju velike opasnosti da se demokratija pretvori u diktaturu mediokriteta – što Autor na veoma jasan i razumljiv način artikuliše. Nadalje, predstavljanjem i analizom misli političkog filozofa i etičara Otrfida Hefe-a, dolazimo do odgovora na pitanje šta će biti sa demokratijom? Na kraju jednostavnog odgovora na ovakvo složeno pitanje, umesto zaključka – poruka: “kritičko prespiti vanje stvarnosti, a ne samo prihvatanje realnosti. Društveni aktivizam, znači hrabro nemirenje sa postojećim stanjem, stalna borba svakog od nas, I to znanjem, a ne oružjem, snagom argumenata, a ne snagom sile, pritisaka, manipulacija i zloupotreba. To je put u funkcionalno demokratsko društvo.”

U četvrtom eseju *O odnosima između Zapada i Rusije i nužnosti novog globalnog poretka*, otvaraju se pitanja ključnih problema savremenih međunarodnih odnosa. Osnovna srž i poruka ovog dela jeste da su potrebne duboke promene u arhitekturi međunarodnih političkih i ekonomskih odnosa, kao i promene sistema vrednosti u međunarodnim odnosima i unutar pojedinih zemalja, u cilju izgradnje novog svetskog poretka. Analizom stavova Gija Metana, Noama Čomskog i Hanesa Hofbauera i drugih autora i izvora, Profesor Pejanović ovde opisuje u prvom redu fenomene rusofobije i antisemitizma, kao raznolike, transkulturalne, višestruke, multietnične, transistorijske religiozne temelje neograničene vremenom. Metanov fenomen rusofobije, SAD kao vodeći igrač međunarodnih odnosa – kritika od strane Noama Čomskog, Hofbauerova slika neprijateljstva Zapada prema Rusiji, Civilizacijski rivalstva između Rusije i Zapada, Koreni narušenih odnosa, Hladni rat i izazovi

novog doba, kao posebne podceline i međusobno nadgrađujući delovi govore o "civilizacijskim razlikama Istoka i Zapada, fobijama, stereotipima i predrasudama u međunarodnim odnosima koji vode u nesporazume, netoleranciju i netrpeljivost, što narušava demokratska društva, jačajući populizam i ekstremizam." Zaključni četvrti esej autor zaokružuje rečima Heris Lija: "Samoubistvo razuma suočice čovečanstvo sa sumornim izgledom povratka na brutalni zakon džungle, koji je upravljao ljudskim zajednicama delom naše istorije i praistorije" sa važnom porukom – osnovni uslov u izgradnji svetskog novog održivog globalnog poretka je da prevlada razum!

Knjiga *Ogledi iz političke ekonomije Ekonomija i politika u globalnom društvu*, još jednom je potvrdila nastojanje Prof. dr Radovana Pejanovića, kao autora brojnih vrednih naučnih radova, knjiga i publikacija, urednika Akademске knjige iz Novog Sada, prestižne savremene izdavačke kuće koja je omogućila srpska izdanja savremenih kapitalnih dela svetske ekonomske misli, da širi svoje dugogodišnje sticano znanje na jedan izuzetno upotrebljiv način. Svojim delima Profesor Pejanović daje priliku čitaocima da na sveobuhvatan način shvate i sagledaju svu kompleksnost većitih pojmova iz oblasti ekonomije, politike i društva, stvarajući vrednu riznicu suštinskih poruka za dobrobit budućeg ljudskog društva! Znanje u vidu koncentrata, lišeno manje bitnih informacija, koncipirano na jedan kompleksan, ali ujedno vrhunski logičan način nalazi se na svakoj stranici knjige koja je predmet ovog prikaza. Iz ugla nekog ko je oduvek tražio odgovore u knjigama, pokušavajući da razume našu prošlost i stvarnost, nalazim pravo da kažem da sam brojne odgovore pronašla i ovim putem iskažem veliku zahvalost Profesoru Pejanoviću što svoje dugogodišnje iskustvo i znanje stavlja na raspolaganje svima – kritičkim mislećim ljudima slobodnog duha!

dr Jelena Ješić

Prikaz knjige (Book Review)



MIRKO JAKOVLJEVIĆ

RADENKO ŠĆEKIĆ,

MEDIJI I NOVINARSTVO U PRAKSI

Beograd, HHK Internacional, 2018, s. 203.

ISBN 978-86-6157-070-4

Iz štampe je izašla knjiga autora dr Radenka Šćekića i dr Mirka Jakovljevića pod naslovom: *Mediji i novinarstvo u praksi*. Čast mi je i zadovoljstvo biti jedan od recenzenata ove značajne studije. Kao sociolog, čija je fundamentalna oblast naučnog bavljenja društvo, svjestan sam ogromnog značaja koji masovni mediji imaju na cjelokupan socijalni život. Svemoć medija se ogleda u kreiranje kulturnih trendova, stilova življenja, socijalnih konflikata i razlika, željene politike i dr. Mediji tako predstavljaju nezaobilazan aspekt socijalnog bivstvovanja.

Mladi i već, veoma afirmisani kolega, dr Radenko Šćekić, u nekoliko zanimljivih poglavlja ove knjige, na studiozan i sintetičan način, talentom vrsnog analitičara – nas upoznaje sa simbiotskim odnosom medija i politike. Analizirajući procese političkog komuniciranja od nastanka ljudskih zajednica do danas, kroz različite verzije i pristupe političkog ubjeđivanja. Na osnovu čega je nastala čitava naučna oblast koja se stručno bavi: političkim marketin-

gom, propagandom, psihološkim ratovanjem, spin-doktoringom, agitacijom, indoktrinacijom, neuromarketingom i sl. Ukazujući na značaj kontrole medijskog sadržaja, upotrebu medija u političke, ideološke, ekonomske, kulturne svrhe. Uticaju masovnih medija u nametanju željenih stavova, pogleda, političkih i kulturoloških uvjerenja. Autor, dr Radenko Ščekić se osvrnuo i na upotrebu medija u domenu geopolitike, u okviru tzv. *Hibridnog ratovanja*, u kreiranju željenih informacija, dezinformisanju javnog mnjenja, socijalnom i istorijskom inženjeringu.

Dr Mirko Jakovljević na popularan način utvrđuje uočene probleme u novinarstvu, na osnovu iskustva iz novinarske prakse u brojnim redakcijama. U ovoj knjizi se bavi, između ostalog i odnosom masovnih medija u kreiranju ekološke svijesti i preoblikovanju sistema društvenih vrijednosti. Jakovljević je u ovom djelu istraživao i obradio savremene i teorijski i praktički veoma izazovne teme kroz problematiku djelovanja medija. Svestrani talenat i stvaralački opus ovog vrijednog društvenog djelatnika, publiciste i naučnika je zaista za divljenje i svaku pohvalu – od muzike, filma, publicistike, novinarstva, do ozbiljnih i zapaženih naučnih radova i učešća na brojnim naučnim skupovima u zemlji i inostranstvu. Autor na kritički način sagledava problem u zahtjevnoj oblasti komunikacija i medija. Rezultati autorovih istraživanja imaju praktični i teorijski značaj za uočavanje određenih i definisanje konkretnih problema same novinarske profesije.

Osim moje malenkosti, recenzenti ovog djela su i: prof. dr Ratko Božović (FPN Beograd), prof. dr Dobrivoje Stanojević (FPN Beograd), prof. dr Zoran Jeftović (FF Niš), prof. dr Darko Nadić (FPN Beograd) i doc. dr Marijan Premović (FF UCG). U uvjerenju sam, da će ovo zanimljivo djelo naići na pozitivan odjek naučne kritike. I da će poslužiti kao koristan priručnik studentima društvenih nauka, istraživačima i naučnicima. Stoga ovu obimnu, kompleksnu studiju sa zadovoljstvom preporučujem naučnoj, stručnoj i laičkoj javnosti.

dr Vukajlo Mišo Gluščević

Prikaz knjige (Book Review)



VESELIN KONJEVIĆ
KAZIVANJE AHMED-BEGA MUŠOVIĆA

Podgorica, Almanah, 2018.

ISBN 8685575524, 9788685575525

Kada danas kažemo ko je Veselin Konjević u Crnoj Gori, prva asocijacija nam je predanje o Pavi i Ahmetu, kojemu se on posvetio 20 godina i pretočio ga u knjigu. Uprava za zaštitu kulturnih dobara Crne Gore proglasila je predanje o Pavi i Ahmetu nematerijalnim kulturnim dobrom od lokalnog značaja.

Rukopis monografije *Kazivanje Ahmed-bega Mušovića*, čiji je autor Veselin Konjević, ima 239 strana kompjuterskog teksta formata B5. Sadržaj rukopisa sastoji se iz sljedećih poglavlja: 1. Islamizacija u Crnoj Gori, 2. Iseljavanje muslimana iz Crne Gore, 3. O porijeklu Mušovića, 4. Kazivanje Ahmed-bega Mušovića, 5. Izvori i Literatura, Recenzije i Bilješka o autoru. Prateći djelovi

su: internet adrese, indeks imena i geografskih pojmova, koje čitaocu olakšavaju čitanje teksta.

U prvoj glavi *Islamizacija u Crnoj Gori*, autor ističe da su razlozi za prihvatanje islama od hrišćanskog stanovništva bili različiti i kreću se od ekonomskih, socijalnih, političkih do motiva vezanih za krvnu osvetu. Prvi pomeni islamizacije u Crnoj Gori vezuju se za sredinu XV vijeka. Kolega Konjević koristio je osmanske popise: Krajište Isa–bega Isahovića, Zbirni katastarski popis iz 1455., Sumarni popis sadžaka Bosna iz 1468/69., Poimenični popis Hercegovačkog sandžaka iz 1475/77. i Poimenični popis Skadarskog sandžaka iz 1485. godine. Iz ovih popisa može se sagledati proces islamizacije. Zaokružen, jasno izdvojen period počinje od prvih kontakata Osmanlija sa Crnom Gorom krajem XIV vijeka, prateći osmansko osvajanje Crne Gore od 1455. do 1571. godine, pa do kraja šezdesetih godina XX vijeka. Ostvaren je uvid u tokove dosadašnjih naučnih istraživanja, ponuđen je iscrpan i informativan pregled rezultata o islamizaciji do kojih su došli prethodni istraživači.

U drugoj glavi rukopisa, pod naslovom *Iseljavanje muslimana iz Crne Gore*, predstavljen je položaj islamiziranog stanovništva, koji je tijesno bio vezan sa sudbinom osmanske imperije. Konjević ističe da propadanje toga carstva i sužavanje njegovih granica uzrokovalo je iseljavanje muslimanskog stanovništva, sa izgubljenih teritorija. Prikazao je najvažnije talase iseljavanja: iz Boke 1687. godine; iz Kuća (1688) i podlovcenske Crne Gore u XVIII vijeku; iz Nikšića, Bara i Ulcinja nakon 1878.; iz Podgorice nakon 1879. godine; iz Kolašina u drugoj polovini XIX i početkom XX vijeka; Iseljavanje muslimana iz Crne Gore u prvim decenijama XX vijeka i Iseljavanje nakon 1945. godine.

U trećem poglavlju rukopisa, pod naslovom *O porijeklu Mušovića*, predstavljeno je predanje o Pavi i Ahmet(d)u, zatim proučeno je porijeklo porodice Vranješević (Ahmed-beg, Isa-beg i Skender-beg). Autor je u traganju za odgovorima na postavljena pitanja često svjesno napuštao geografske i sadržinske okvire teme, u želji da istraživanja o porijeklu bratstva Mušović i istorijska zbivanja u bjelopoljskom kraju uklopi u šire procese nacionalne i opšte istorije. Na kraju ove obimne glave prikazana je porodica Mušović u gradovima Kolašinu i Nikšiću.

Posebnu vrijednost ove svojevrsne monografije čini razgovor glasovitog filologa Milimana Perija, sa američkog Univerziteta Harvard, sa Ahmet-begom Mušovićem. Razgovor je vođen 17. jula 1935. godine u Bijelom Polju. Ahmet-begovu životnu priču zapisao je Perijev saradnik i prevodilac Nikola

Vujnović, a pohranjena je u *Kolekciji Milman Peri* na Harvardu. U svom kazivanju, predočava tešku situaciju u kojoj su se našli muhadžiri (muslimanske izbjeglice), nakon ratova Crne Gore sa Osmanskim Carstvom (1876–1878) i Prvog Balkanskog rata 1912/13. godine. Poseban značaj ima Ahmet-begovo kazivanje o porijeklu Mušovića, što je Konjeviću poslužilo kao osnov za detaljno istraživanje porijekla toga bratstva. Podaci i saznanja do kojih je autor ove knjige došao, stavljeni su na raspolaganje našoj naučnoj javnosti. Izvorna građa, transkribovani razgovor, objavljen je i u originalu. Izuzetnu dragocjenost predstavljaju objavljene fotografije Bijelog Polja iz 1933. i 1935. (ukupno 28 slika) i 1950/51. godine (2 slike). Fotografije se prvi put objavljuju i na njima se može vidjeti arhitektura grada, stanovništvo, način života, geografski položaj i prirodne odlike ovog prostora.

Prvi put na jednom mjestu najsveobuhvatnije mogu se naći svi podaci o Vranešima. Autor je koristio izvore iz dubrovačkog arhiva, poštovao stavove prethodnih istraživača, ali je njihovo mišljenje komparirao sa kredibilnim izvorima, dolazeći, pri tom, do novih naučnih saznanja, koja su u suprotnosti sa mišljenjima i stavovima pojedinih istaknutih autoriteta iz historiografije. Tema je dobro istražena i opservirana, a autorovi zaključci su naučno fundirani. Ova knjiga je dobar primjer, koji ukazuje na to da događaj iz lokalne istorije, ukoliko je temeljno i naučno istražen, ima veliki značaj za proučavanje nacionalne istorije Crne Gore.

dr Marijan Premović

O B A V J E Š T E N J E

Međunarodni naučni skup

XII CRNOGORSKI MEDIJSKI DIJALOZI

održaće se od 31.05. -02.06. 2019. godine na Žabljaku

Tema:

*Mediji i turizam – pozitivne i negativne konsekvence
medijskog izvještavanja*

Zainteresovani autori svoje prijave mogu slati

1. najkasnije do 01.. 05. 2019. (prijava sa radom za objavljivanje)
2. najkasnije do 25.05. 2019. (prijava bez rada za objavljivanje)

na e-mail adrese:

rookie@t-com.me

medijskidijalozi@gmail.com

Prijavni formular za naučni skup možete naći na sajtu

www.medijskidijalozi.wordpress.com

Radovi koji budu prihvaćeni za izlaganje
na naučnom skupu „XII crnogorski medijski dijalozi“
i koji stignu do predviđenog roka,
biće objavljeni u 34. broju časopisa “Medijski dijalozi”.

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.