

Najava rata na naslovnim stranama srpskih tabloida¹

Stefan Janjić²

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

Stefani Šovanec³

Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Srbija

doi: 10.5937/comman13-14543

Sažetak: Ratna i ratnohuškačka retorika postala je gotovo svakodnevna praksa savremene tabloidne štampe u Srbiji, a ovakva uređivačka politika pronalazi oslonac u nestabilnim društvenim i političkim prilikama na Zapadnom Balkanu, previranjima na svetskoj političkoj sceni, porastu ekstremizma, ali i u neugašenim nacionalizmima i teritorijalnim pretenzijama sa područja bivše Jugoslavije. Medijsko izveštavanje o naoružavanju postaje izrazito ekstatično, a neretko je praćeno šovinističkim diskursom i tvrdnjama bez ikakvog faktografskog uporišta. Predmet ovog istraživanja je implicitno i eksplicitno najavljivanje rata na naslovnim stranicama tabloida Informer i Srpski telegraf u jednogodišnjem periodu, tj. od 1. aprila 2016. do 31. marta 2017. godine. Cilj ovog rada je identifikacija učestalosti i forme diskursa o neprijatelju kojim tabloidi Informer i Srpski telegraf najavljuju ratove i sukobe, što je ostvareno metodom kvantitativno-kvalitativne analize diskursa. U najavama skorog rata na naslovnim stranama analiziranih tabloida mogu se uočiti tri nivoa pojednostavljivanja: pojednostavljivanje konflikta, aktera i leksičkih odabira, uz dramaturšku strukturu, govor mržnje i senzacionalizam. Ratnohuškačko izveštavanje samo je jedan od vidova neetičkog delovanja medija, ali i potencijalno najopasnije, o čemu svedoči i iskustvo iz devedesetih godina XX veka. Najave rata sa Hrvatskom, Kosovom, Albanijom ili Bosnom i Hercegovinom, koje postaju dnevna rutina analiziranih dnevnih listova, višestruko krše etička načela novinarske profesije, u prvom redu unošenjem neopravdanog straha i podsticanjem diskriminacije i međunacionalne netrpeljivosti.

Ključne reči: rat, senzacionalizam, nacionalizam, tabloidi, Srbija

¹ Rad je nastao u okviru projekta „Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene“ (III 47020) koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.

² Kontakt sa autorom: stefan.janjic@gmail.com.

³ Kontakt sa autorkom: stefani_shovanec@hotmail.com.

1. Rat bez rata

Ratnohuškačko novinarstvo predstavlja jedno od najštetnijih vidova novinarskog delovanja. Njime se provociraju tenzije, unosi neopravdan strah među građane, promovise nasilje kao primereno rešenje, podstiču nacionalizam i šovinizam, ali i jednostranost u zaključivanju. S obzirom na to da ovakva vrsta retorike unosi u javni prostor mnoštvo neproverenih podataka, šovinstičkih teza i nacionalističkih težnji, neophodno je postaviti pitanje odgovornosti tabloida za diskurs koji kreiraju, bez obzira na prirodu njegovih posledica.

Najave rata sa Hrvatskom, Kosovom, Albanijom ili Bosnom i Hercegovinom, koje postaju dnevna rutina analiziranih dnevnih listova *Infomera* i *Srpskog telegrafa*, višestruko krše etička načela novinarske profesije, u prvom redu unošenjem neopravdanog straha i podsticanjem diskriminacije i međunacionalne netrpeljivosti: „Resursi mržnje koji se oslobađaju preko govora, ukoliko im se da dovoljno javnog prostora, postaju inicijalne kapisle mržnje, kapaciteti slepog i bespogovornog negiranja drugog i različitog“ (Donev, 2014: 132). Osim raspirivanja govora mržnje, opasnosti koje ratnohuškački diskurs nosi sa sobom ogledaju se u konstruisanju atmosfere krize i moralne panike, čime se skreće pažnja sa važnih društvenih problema (Jevtović, Vulić & Pavlović, 2011: 76), kao i u „pozivanju na vanredne mere koje bi mogle uključiti i ograničavanje osnovnih ljudskih prava“ (Hass, 2010: 83).

Mnogi međunarodni i nacionalni novinarski kodeksi naglašavaju važnost odupiranja ratnohuškačkom diskursu. U načelu IX Uneskovich „Međunarodnih načela profesionalne etike u novinarstvu“ (1983) navodi se da etička posvećenost univerzalnim vrednostima humanizma zahteva od novinara da se uzdrži od opravdavanja i podstrekivanja ratne agresije i trke u naoružanju: „Postupajući tako, novinar može da pomogne da se iskorene neznanje i nerazumevanje među narodima, da se poveća osetljivost nacionalnih zajednica za potrebe i želje drugih i da se obezbedi poštovanje i dostojanstvo za sve nacije, sve narode i sve pojedince“ (prema Nikšić & Davičo, 2004: 318).

U članu 50 Ustava Republike Srbije (2006), posvećenom slobodi medija, kao jedna od izuzetnih okolnosti kojom se otvara mogućnost za uvođenje inače zabranjene cenzure navodi se sprečavanje propagiranja rata ili podstrekivanja na neposredno nasilje, tj. sprečavanje zagovaranja rasne, nacionalne ili verske mržnje, kojim se podstiče diskriminacija, neprijateljstvo ili nasilje. Ratnohuškačko novinarstvo ne pominje se u Zakonu o javnom informisanju i medijima (2014),

ali se članom 75 zabranjuje govor mržnje. Naposljetku, ni Kodeks novinara Srbije (2006) ne bavi se eksplicitno ovom temom, ali se indirektno može izvesti zaključak da se ratnohuškačkim novinarstvom krše odeljci I/5 (objavljivanje glasina), IV/3 (poštovanje pretpostavke nevinosti) i V/4 (zabrana diskriminacije).

Ukoliko postoji saglasnost između spoljne državne politike i uređivačke politike medija, postoje različiti nivoi formalne (neformalne) saradnje koji mogu biti postignuti uoči sukoba i tokom njih. Gavra i Savitskaja (Gavra & Savitskaya, 2011) predlažu četvorostepenu klasifikaciju uključenosti medija u sukobe. Prvi nivo podrazumeva medije kao „aktere-pobornike“ (actor-supporter), koji uzimaju učešće u konfliktu podržavanjem jedne strane; drugi nivo obuhvata medije kao „aktere prikrivače“ (actor-hider), koji učestvuju u konfliktu tako što ga prećutkuju, tj. sakrivaju od javnosti bitne informacije; trećem nivou pripadaju mediji „posmatrači“ (non-actor – reflector), koji ne učestvuju u konfliktu, već samo informišu o njemu; četvrti tip su „nezainteresovani mediji“ (non-actor – hider), koji ne učestvuju u konfliktu niti informišu o njemu. Ovakvoj klasifikaciji mogla bi se uputiti i dva prigovora. Prvo, veoma je labilna granica između „aktera prikrivača“ i „nezainteresovanih medija“, budući da nezveštavanje o sukobima – bilo da je uzrok tome taktika ili nezainteresovanost – može imati slične posledice. Drugo, kategorija medija „posmatrača“, koji izveštava, a ne staje ni na čiju stranu, podrazumevala bi izuzetan nivo objektivnosti i balansirano pristupa, što je u ratnom izveštavanju izuzetno teško ostvarivo.

Neizostavan element ratnohuškačkog novinarstva je senzacionalizam, koji Katarina Molek-Kozakowska definiše kao „diskursnu strategiju *pakovanja* informacija u naslove vesti na takav način da su novosti prezentovane kao interesantnije, izvanvrednije i relevantnije nego što u stvari jesu“ (Molek-Kozakowska, 2013: 173). Istraživački tim predvođen Marijom Elizabet Grejb je, istražujući senzacionalizam u televizijskim vestima, došao do zaključka da *sadržaj*, odnosno *tema*, koja se najčešće navodi kao osnovni parametar pri definisanju senzacionalističkih vesti, najčešće nije dovoljan kriterijum, već je potrebno uzeti u obzir i *formu* u koju je vest upakovana (Grabe, Zhou & Barnett 2001: 639), odnosno grafičku opremu koja podstiče senzornu stimulaciju.

Burgers i De Graf govore o intenzitetu jezika kao njegovoj senzacionalističkoj odlici. Proučavajući uticaj jezičkog stila na percepciju senzacionalizma i učinke koje stil donosi, ova dva autora zaključuju da upotreba preuveličavanja

zaista može da poveća percipirani intenzitet jezika kod publike (Burgers & De Graaf, 2013: 14). Oni navode značaj *pojačivača*, odnosno lingvističkih pojačivača intenziteta koji se ispoljavaju u dve dimenzije – specifičnost i emocionalnost. Emocionalnost se odnosi na „stepen afekta izraženog u jeziku izvora“ (Hamilton & Stewart, 1993: 231, prema Burgers & De Graaf, 2013: 7) i u kontekstu našeg istraživanja ima veliki značaj jer je „senzacionalistički stil takođe kategorizovan prema stepenu u kojem se izveštaj razlikuje od objektivnog izveštavanja“ (Burgers & De Graaf, 2013: 7).

Aktuelni ratnohuškački diskurs u Srbiji razvija se u specifičnom političkom i medijskom kontekstu na koji je u velikoj meri uticao raspad Jugoslavije, kao i propratna podrazumevana nemogućnost da sve zaraćene nacije u celosti ostvare svoje teritorijalne i nacionalne pretenzije. Srbija je, u svetlu binarnih pozicija kulture sećanja *trijumf: trauma*, na koje se oslanja Alaida Asman (2011), doživela više traumatičnih iskustava: ratne poraze, desetine hiljada poginulih, izbeglica i interno raseljenih, izuzetnu finansijsku štetu, teritorijalne sporove (pre svega u pogledu statusa Kosova, a potom i malih teritorija poput Šarengradske ade) i negativnu reputaciju u svetskim medijima.

Istraživači ratnog i ratnohuškačkog medijskog diskursa u Srbiji tokom devedesetih godina navode da je izveštavanje o sukobima bilo krajnje jednostrano, „zasnovano na gotovo potpunom pripisivanju krivice suprotstavljenoj strani u sukobu“ (Migati, 2014: 374), a da je „informacijski rat postao dominantan obrazac u radu medija“ (Marić, 2014: 505). Govoreći o posledicama ovakvog flagrantnog kršenja svih profesionalnih i etičkih normi novinarstva, Mikloš Biro u svom tekstu „Mediji i ratni zločini“ (2011) navodi da su etatizovani mediji dobijali visoko poverenje auditorijuma, te da je veliki broj građana pratio medije ne samo da bi dobio informacije, već i da bi dobio predstavu o socijalno poželjnom mišljenju i ponašanju, što je, prema njegovom mišljenju, dovelo do konformisanja u pravcu nacionalizma i etničke distance prema drugim narodima bivše Jugoslavije.

„Eskalacija etničkih i nacionalnih konflikata na Balkanu tokom devedesetih godina dovela je do preokreta, od medija kao promotera bratstva i jedinstva do medija kao aktivnog sredstva etničke netrpeljivosti i rata. Mediji u Srbiji postali su sredstvo u rukama režima, a na Kosovu su na sličan način koristili kosovskim Albancima.“ (Andresen, Hoxha & Godole 2017: 6)

Nečasnim merama služili su se čak i neki od novinara koji su do tada imali izrazit kredibilitet u novinarskoj sferi, a javni servisi i tiražna dnevna štampa simultano su stvarali zamajac nacionalističke propagande.

„Metode su bile jednostavne i efikasne: ideja da svi Srbi treba da žive u jednoj zemlji konstantno i konsekventno je širena u svim masovnim medijima i na sve moguće načine. Novinarska snaga srpskih masovnih medija bila je snažna, u propagandnom stroju radili suiskusni i kvalifikovani profesionalci koji su znali da pretoče ideju u razne oblike novinarskog izražavanja.“ (Malović, 1999: 106)

2. Metodologija istraživanja

Predmet istraživanja podrazumeva implicitno i eksplicitno najavljanje (i priželjkivanje) rata na naslovnim stranicama tabloida *Informer* i *Srpski telegraf* u jednogodišnjem periodu, od 1. aprila 2016. do 31. marta 2017. godine. Ovakav korpus odabran je na osnovu izveštaja Saveta za štampu iz januara 2017, prema kojem su upravo *Informer* i *Srpski telegraf* najčešći prekršioci etičkog kodeksa kada je reč o dnevnim listovima u Srbiji, sa 1.208 i 1.320 utvrđenih prekršaja od marta do decembra 2016. godine (Savet za štampu, 2017). Analizirane su samo naslovne stranice *Informera* i *Srpskog telegrafa*, budući da one najjasnije održavaju uređivačku politiku novina, a uz to predstavljaju i njihov najistaknutiji segment, vidljiv i onima koji inače ne kupuju te tabloide. Istraživanjem su obuhvaćeni elementi naslovnih strana kojima se implicitno ili eksplicitno nagoveštavaju ratovi i sukobi – globalni, regionalni (balkanski) ili građanski.

Informer je osnovan 2012. godine, a *Srpski telegraf* četiri godine kasnije. Reč je o dnevnim novinama sa veoma sličnom uređivačkom politikom i dizajnom. Imaju čak i identičan slogan iznad logotipa: „Nezavisne dnevne novine“. Oba lista izlaze radnim danima i subotom, a odlikuju se izrazito niskom cenom (20 i 25 dinara). I *Informer*, čiji je glavni i odgovorni urednik Dragan J. Vučićević, i *Srpski telegraf*, koji uređuje Milan Lađević, neskriveno podržavaju Srpsku naprednu stranku, ali ne slede njenu zvaničnu, proevropsku politiku. Nasuprot tome, analizirani tabloidi su izrazito rusofilskog karaktera, a njihov diskurs karakterističan je po nesputanom govoru mržnje, opscenoj leksici, mizoginiji, nacionalizmu i progonu političkih protivnika i neistomišljenika. Tiraž ovih

dnevnika teško je precizno odrediti zbog nedostatka javnih podataka o očitovanju, ali *Informer* važi za najčitaniji dnevni list u Srbiji.

Cilj istraživanja je identifikacija učestalosti i forme diskursa o neprijatelju kojim navedeni tabloidi najavljuju ratove i sukobe. Istraživanjem smo pokušali da damo odgovor na sledeća pitanja: U kojim tematskim okvirima je diskurs o ratu najčešće plasiran? Ko je u ovakvim naslovnim blokovima predstavljan kao agens, odnosno entitet koji pretili, a ko kao pacijens, odnosno entitet koji je meta napada? Koja su leksička sredstva upotrebljavana u diskursnim konstrukcijama o ratu i u kojoj meri se mogu identifikovati kao senzacionalizam? Kakva se vrsta sukoba najavljuje i koliko učestalo?

Istraživanje je sprovedeno metodom kvalitativno-kvantitativne analize diskursa. Za potrebe istraživanja kreiran je poseban kodni protokol koji je obuhvatio analizu naslova sa nadnaslovima i podnaslovima, grafičke opreme, teme, agensa (aktera koji pretili), identifikacije agensa, pacijensa (meta napada, aktera kome se pretili), identifikacije pacijensa i izvora informacije. Jedinica analize obuhvata segment naslovne stranice sa naslovom, eventualnim podnaslovima i prpratnom grafičkom opremom.

Odabrani korpus u našem istraživanju tematski je ograničen na najave rata, a „fundamentalni mehanizam senzacionalizma u izveštavanju povezan je sa novinarskom praksom konstruisanja događaja kao izvanrednih” (Molek-Kozakowska, 2013: 176–177). Ipak, činjenica da se određenim tekstom najavljuje rat nije dovoljna da bismo tekst proglasili senzacionalističkim. Kako bismo objasnili specifična sredstva kojima tabloidi konstruišu događaje kao izvanredne i bitnije nego što u stvari jesu, jedan segment analize usmeren je ka formi najava i podrazumeva analizu izbora reči u naslovnim blokovima.

3. Rezultati istraživanja

U periodu od godinu dana, tj. od 1. aprila 2016. do 31. marta 2017. godine uočeno je 155 najava ratova i sukoba na naslovnim stranama *Srpskog telegrafa* (ST), dok ih je u *Informeru* (IN) bilo nešto manje – 110. To znači da su posmatrani dnevници u proseku svakog drugog ili trećeg dana upozoravali javnost na početak globalnog rata, potom rata Srbije sa susednim zemljama (prvenstveno sa Hrvatskom), a naposljetku i građanskog rata kojim – prema tvrdnjama ST i IN – opozicija potpomognuta stranim fondacijama želi da sruši vlast Aleksandra Vučića i da izazove kaos u Srbiji. Reč *rat* je tokom ovog perioda ekspli-

citno upotrebljena 43 puta u IN i 40 puta u ST, a, osim toga, veoma su česte i lekseme *haos, sukob, napad, zavera, invazija, osveta, pokolj, zločin, zlo, napad, masar* i *agresija*, koje se javljaju u sličnom kontekstu – kontekstu straha, tenzije i neizvesnosti: „U društvu profita, strah je veoma tražena roba, jer raspršujući ga u kombinaciji sa drugim informacijama stvaramo moderne robove, armiju zbunjenih, sluđenih i podanički vaspitanih masa“ (Jevtović et al., 2011: 76).

U korpus nisu uključeni naslovi u kojima reč *rat* ima metaforički karakter, poput „U Partizanu je građanski bratoubilački rat“ (IN, 4. 4. 2016) ili „Besni rat opozicije > Janković: Vuk hoće da mi otme glasove“ (ST, 20. 2. 2017). Posmatrano na mesečnom nivou, najmanje objava o ratu uočeno je u aprilu 2016, a najviše u decembru iste godine. Međutim, nemoguće je na tom planu uočiti nekakav stanovit trend, s obzirom na to da frekvencija ovakvih vesti nasumično raste i opada. Prosečnom učestalošću može se smatrati 11 najava rata mesečno.

3.1. Teme

Jedinice analize razvrstane su prema tematskom karakteru na pet kategorija: (1) globalni rat, (2) regionalni rat, (3) građanski rat, (4) naoružavanje Srbije i (5) naoružavanje zemalja u regionu, pri čemu se regionalni rat pokazao kao najfrekventnija kategorija (IN 49%, ST 67%). *Informer* je procesu ubrzanog naoružavanja Srbije posvetio daleko više prostora nego *Srpski telegraf* (29% naprema 3%), a pristizanje ruskih MIG-ova je najavljeno u čak 19 navrata (primeri 1–4).

Primer 1: Sjajne vesti stižu iz Rusije. Putin nam poklonio „migove“ od 150.000.000e. (IN, 26. 11. 2016)

Primer 2: Srbija vojna sila. Vučić i LAVOROV 21. decembra u Moskvi potpisuju ugovore o „migovima“ i naoružavanju (IN, 8. 12. 2016)

Primer 3: Braćo, došao je i taj dan. „Migovi“ su naši. Sa Srbijom više nema šale. (IN, 22. 12. 2016)

Primer 4: Istina je, dobijamo još 12 migova. NATO u panici. Putin i Lukašenko naoružavaju Srbiju za balkanski rat? Šta se sprema? Amerikanci poslali silnu vojsku na Baltik, u Poljsku, Bugarsku, Rumuniju. (IN, 10. 1. 2017)

Potencijalnom građanskom ratu u Srbiji *Srpski telegraf* je posvetio više prostora (23%) nego *Informer* (13%), a diskurs o ovoj temi je veoma sličan u oba lista: počevši od leksičkih izbora (dominantna je reč *haos*), preko identifikacije subjekata pretnji (opozicioni lideri, Džordž Soroš, CIA), pa sve do tumačenja uzroka. Globalni sukobi, iako bombastično najavljivani, imaju nisku učestalost na naslovnim stranama (IN 8%, ST 3%). Paralelno se objavljuju vesti o vojnoj snazi Srbije – zbog koje su Albanci „u suzama“ (ST 10. 11. 2016), a NATO „u panici“ (IN, 10. 1. 2017) – i vesti o vojnoj slabosti i nemoralu susednih država. Ovakav obrazac potvrđuje tezu o dvema kontradikcijama ratnog diskursa koje iznosi Vilhelm Kempf:

„Prva je kontradikcija između uverenja da će bezbednost biti ostvarena održavanjem antagonizma i konfrontacija sa neprijateljem, te uverenja da je mir temeljna vrednost društva. Druga kontradikcija leži u antagonizmu samom: kako bi se ojačao borbeni duh u društvu, protivnik se prikazuje kao opasan i nehuman, a u isto vreme, protivnik se opisuje i kao bezopasan, kako se društvo ne bi obeshrabilo.“ (Kempf, 2002: 68)

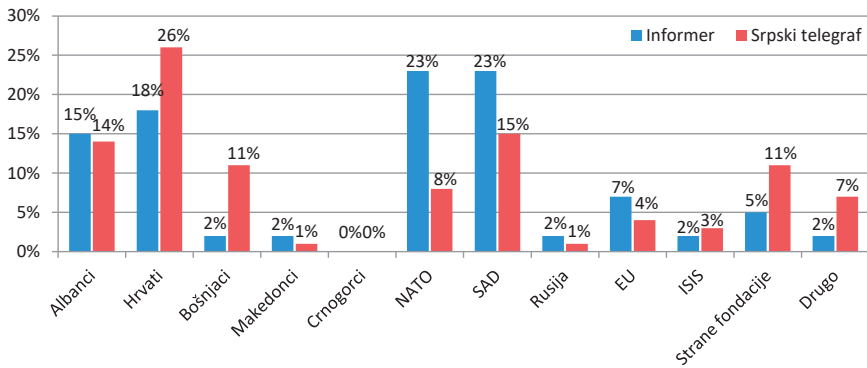
U manjem broju slučajeva, najava rata se dodatno potcrtava senzacionalističkom grafičkom opremom. Uz tekst pod naslovom „Zastrašujuće otkriće: Teroristi napadaju Beograd“ (8. 8. 2016) *Srpski telegraf* objavljuje podnaslov „Mete: Tržni centri, stanice, koncerti“ i fotomontažu na kojoj je prikazan pripadnik tzv. Islamske Države među ljudima sa srpskom trobojkom.

3.2. Agensi – izvori pretnji

Izvori pretnje, agensi, razvrstani su na 15 kategorija, a za svaki kodirani agens zabeležena je i personalna identifikacija. U *Informeru* se kao najčešći izvori pretnje javljaju Srbi i Srbija (23%), Rusija (15%), SAD (14%), NATO (13%) i Albanci i Albanija (11%). Ostali agensi imaju učešće niže od deset procenata. Sa druge strane, u *Srpskom telegrafu* je Rusija najčešći agens (19%), a za njom slede SAD (15%), i tek na trećem mestu Srbi i Srbija (13%), izjednačeni sa Hrvatima i Hrvatskom. Ukoliko fokus suzimo na one jedinice analize u kojima su Srbi pacijens, tj. (meta) napada [grafikon br. 1], uvidećemo da se kao najveća pretnja predstavljaju Hrvati (IN 18%, ST 26%), a potom SAD (IN 23%, ST 15%) i NATO (IN 23%, ST 8%). Rezultati kvalitativne analize pokazuju da

su, osim Crnogoraca, svi narodi Zapadnog Balkana predstavljeni kao opasni po Srbiju:

„Izdižući i homogenizujući sopstvenu naciju, nacionalizam nagoveštava potcenjivanje i potčinjavanje drugih nacija; ističući ugroženost svoje, on ugrožava druge nacije. Parole kojima se nacija homogenizuje – ‘oni nas mrže’, ‘oni će nas ponovo istrebljivati kao u prošlom ratu’ – imaju snagu samoispunjavajućeg proročanstva (*self-fulfilling prophecy*): ako nam oni prete, onda treba da se naoružamo da bismo bili spremni na odbranu.“ (Biro, 2011: 412)



Grafikon 1: Procentualna zastupljenost agenasa koje Informer i Srpski telegraf predstavljaju kao pretnju po mir i stabilnost Srbije

Model predstavljanja neprijatelja veoma je personalizovan, banalizovan i gotovo dramaturški ustrojen. „Proces kategorisanja snažno je povezan sa politikom i služi opravdavanju onoga što se desilo u prošlosti, kao i pripremanju terena za buduće akcije“ (Leudar, Marsland & Nekvapil, 2004: 263). Gotovo sve odluke koje donose institucije Rusije, odnosno sve najave i spekulacije koje objavljuju ruski mediji, pripisuju se Vladimiru Putinu. On je predstavljen kao pravoslavni zaštitnik Srbije i srpskih interesa, dok su Hilari Klinton i Džordž Soroš simboli neprijateljstva. Privrženost analiziranih tabloida Rusiji i fasciniranost njenim vojnim kapacitetima uočio je i Savet za štampu, koji u svom izveštaju za 2016. godinu navodi da je

„za Srpski telegraf, baš kao i za Informer, karakteristično zagovaranje proruske orijentacije Srbije bez ikakvog osvrta na Kodeks – bez proverenih infor-

macija, bez relevantnih, najčešće čak i bez imenovanih izvora. Zahvaljujući tome, ovakve teorije o globalnoj politici i uticaju na Srbiju imaju preteći ton, te se čitaoci zastrašuju ratom, svetskim zaverama i krvoprolićem.“ (Savet za štampu, 2017: 7)

Za razliku od aktera koji imaju isključivo ratoboran ili miroljubiv karakter, Aleksandar Vučić ima dvojnu ulogu: s jedne strane je predstavljen kao pomiratelj balkanskih država (primer 5), a sa druge kao patriota koji s vremena na vreme pretili susednim državama (primeri 6-8).

Primer 5: Vučić sprečava rat u Bosni (ST, 1. 9. 2016)

Primer 6: Dok oni vode kampanju za sebe, Vučić radi za državu. Sad smo bezbedni. Stiže S-300 (IN, 28. 1. 2017)

Primer 7: Vučić: Ako krenu silom, Albanci će polomiti zube (ST, 12. 10. 2016)

Primer 8: Vučić: Nek pucaju u mene, a ne u nedužne ljude (ST, 5. 4. 2016)

Proces predstavljanja aktera je pojednostavljen do krajnjih granica, pa se primenom sinagoge uspostavljaju sledeća izjednačavanja: antisrpske Sjedinjene Američke Države → *Hilari Klinton*; prosrpske Sjedinjene Američke Države → *Donald Tramp*; antisrpske strane fondacije → *Džorž Soroš*; izdajničke nevladine organizacije → *Soroševci / Žuta patka...* Uloge su čvrsto uspostavljene, a do istupanja iz prvobitno uspostavljenog diskursnog šablona došlo je jedino u slučaju američkog predsednika Donalda Trampa. Oba analizirana lista su mesecima pred izbore izražavala podršku Trampu, u više navrata najavljujući da će on Srbiji vratiti Kosovo. Nakon što je kontroverzni biznismen izabran za američkog predsednika, list *Informer* je u Beogradu postavio čak i billboard na kojem je pisalo „Trampe, Srbije“. Međutim, do radikalnog preokreta u predstavljanju Trampa dolazi već početkom 2017. godine, kada *Informer* objavljuje naslov „Tramp Šiptar?! Američki predsednik se sreo i slikao sa predsednikom kosovske skupštine, Kadrijem Veselijem, koji poziva na rat protiv Srbije“ (23. 2. 2017). Pojednostavljivanje uloga katkad se grafički oblikuje u formi sličnoj stripu, gde akteri saopštavaju namere svoje države koristeći se kolokvijalnim jezikom. U *Srpskom telegrafu* od 8–9. oktobra 2016. objavljena je fotografija Baraka Obame

koji poručuje „Rusi, sramničemo vas za zemljom“, a Vladimir Putin odgovara sa „Ameri, nema vam spasa“.

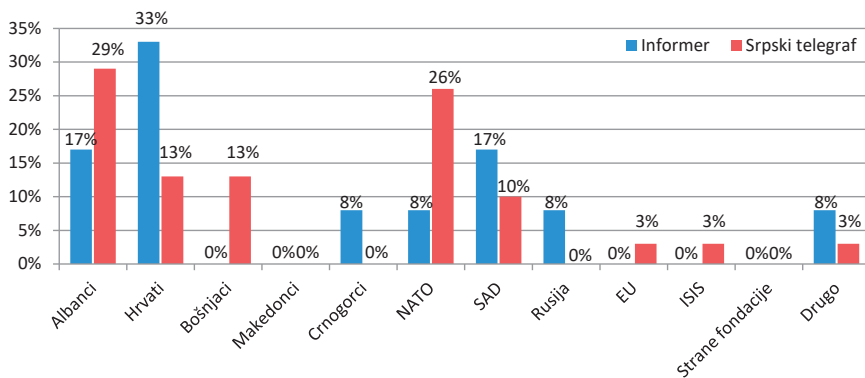
3.3. Pacijensi – mete pretnji

Ukupno posmatrano, najčešće mete pretnji su Srbi, tj. Srbija. U *Informeru* je pretnja usmerena ka Srbiji kao celini u 20% jedinica analize, potom Srbima iz Republike Srpske u 9%, a kosovskim Srbima u 3%. Sličnu raspodelu možemo uočiti u *Srpskom telegrafu*, gde je Srbija pacijens u 14% jedinica analize, Srbi iz Republike Srpske u 6%, a Srbi sa Kosova u 4%. Ukoliko fokus posmatranja suzimo na one najave u kojima se Srbija predstavlja kao izvor pretnje, najčešća meta napada su Hrvati (IN 33%, ST 13%) i Albanci (IN 17%, ST 29%), koji se u većini slučajeva nazivaju pogrđnim imenima *ustaše* i *Šiptari* (primeri 9-10).

Primer 9: Ustaše prete: Dolazimo u Zemun da ubijemo srpsku decu (ST, 2. 2. 2017)

Primer 10: Šiptari spremaju još jedan pogrom Srba (IN, 14. 1. 2017)

Identičan obrazac korišten je i devedesetih godina, kada su „za pripadnike *neprijateljskih nacija* birane isključivo vrednosno unižavajuće i mržnjom ispunjene oznake, a politička opozicija proglašavana je *genetski predodređenom za izdaju*“ (Reljić, 1998: 59).



Grafikon 2: Procentualna zastupljenost pacijensa kojima Srbi / Srbija upućuju pretnje na naslovnim stranama Informera i Srpskog telegrafa

3.4. Izvori najave

Analiza navedenih izvora informacija ukazuje na nizak kredibilitet plasiranih najava ratova i sukoba. *Informer* u trećini jedinica analize ne naznačava odakle potiče preneti izjava ili informacija, a udeo neidentifikovanih izvora u *Srpskom telegrafu* dostiže čak 49%. Kada je izvor u *Informeru* naznačen, on u 30% slučajeva pripada kategoriji stranih službi i institucija, dok su domaće institucije, a najčešće vlada i premijer, zastupljene u 16% primera. U tom kontekstu treba imati u vidu da „što je određeno bezbednosno pitanje važnije, to se mediji više prilagođavaju zvaničnom jeziku vlade. Reč je o automatizmu koji se da uočiti u mnogim konfliktnim okruženjima“ (Hass, 2010: 80). Ostatak pripada jedinicima analize koje su označene kao ekskluziva do koje je *Informer* došao analizom dokumenata ili razgovorom sa svedocima. U *Srpskom telegrafu*, 27% izvora informacije pripada kategoriji stranih, a 6% kategoriji domaćih institucija. Ekskluzive *Srpskog telegrafa* zauzimaju 5% korpusa. Ovakve rezultate treba tumačiti sa rezervom, budući da su analizirane samo naslovne strane ovih listova, a da su izvori informacija mogli biti navedeni i u osnovnom tekstu u unutrašnjosti lista koji nije bio predmet analize.

3.5. Leksička sredstva i senzacionalizam

Postoje različiti vidovi intenziviranja diskursa u službi senzacionalizma: Molek-Kozakovska (2013: 177) između ostalog navodi kvantifikaciju, poređenje, metafore, referisanje na emocije, nacije, zajednice i pojedince, pogrđan rečnik i kolokvijalizme, strukturisanje u formi priče, inkluzivno „mi“ i različite etikete. U analiziranom uzorku mogu se uočiti lekseme koje se učestalo pojavljuju u funkciji najave sukoba. To je, pre svega, reč *rat*, a potom i *osveta*, *pokolj*, *zločin*, *zlo*, *napad*, *ofanziva*, *haos*, *masakr*, *panika* i *agresija*. U naslovnim blokovima nesputano se koriste uvredljivi izrazi – lekseme *Šiptar* i *šiptarski* javljaju se u IN 23 puta, a u ST 7 puta, dok se lekseme *ustaša* i *ustaški* (kao sinonim za Hrvate i Hrvatsku) u IN javljaju 32 puta, odnosno 15 puta u ST.

U korpusu je uočeno ukupno 48 različitih imeničkih sintagmi kojima se najavljuju sukobi. Među njima su najfrekventnije one koje sadrže leksemu *rat*: *na ivici rata*, *izolacija i rat*, *nuklearni rat*, *rat sve bliži*, *balkanski rat*, *građanski rat*, *ulični rat*, *silan rat*, *objava rata*, *veliki rat*, *rat do istrebljenja*, *specijalni rat*, *hladni rat* i *treći svetski rat*. „*Informer*“ i „*Srpski telegraf*“ često objavljuju – prema njihovim navodima *ekskluzivne* – uvide u različite vojne strategije, koji sadrže lek-

seme *scenario* i *plan*: *ukrajinski scenario*, *kosovski scenario*, *makedonski scenario*; *krvavi plan*, *plan za okupaciju*, *pakleni plan*, *opasan plan*, *zločinački plan*. Osim navedenih, zabeležene su i sledeće imeničke sintagme: *atomski napad*, *teroristički napad*, *ustaška agresija*, *velikoalbanska agresija*, *haos u najavi*, *spisak za odstrel*, *strašne pretnje*, *alarmantno stanje*, *borba nasmrtno*, *tajni pakt*, *pokušaj likvidacije*, *poslednja opomena*, *ozbiljno upozorenje*, *totalni udar*, *lov na glave*, *ustaško divljanje*, *trka u naoružanju*, *okupacija nečeg [Srbije]*, *kopnena vojna akcija*, *totalni obračun*, *na meti ekstremista*, *svetska drama*, *krvavi masakr*, *krvavi sukob*, *na ivici sukoba*, *desant na nešto [Kosovo]*.

U korpusu je takođe uočeno i 85 različitih glagolskih sintagmi kojima se najavljuje sukob. Kao i u slučaju imeničkih sintagmi, najfrekventnije su one sa leksemom *rat*: *hteti rat*, (*biti*) *za rat spreman*, *spremati se za rat*, *srhljati u rat*, *objaviti rat*, *ići u rat*, *pripremati rat*, *pozivati na (građanski) rat*, *naoružavati za rat*, *gurati u rat*, *pretiti ratom* i *pakovati rat*. Prema sličnom obrascu formiraju se sintagme sa leksamama *haos* (*želeti haos*, *sejati haos*, *praviti haos*, *izazvati haos*), *napad* (*pakovati napad*, *spremati napad*, *pripremati napad*), *krv* (*plivati u krvi*, *piti krv*, *nestati u krvi*, *napiti se krvi*) i *klanje / pokolj* (*hteti pokolj*, *ubijati i klati*, *biti za klanje spreman*, *hteti klanicu*, *spremati pokolj*, *klati decu*, *pretiti klanjem*).

Česta su i rešenja sa glagolom *pretiti* (*pretiti i plakati*, *pretiti klanjem*, *pretiti smrću*, *pretiti sa svih strana*, *pretiti raketama*), glagolom *spremati* (*spremati masakr*, *spremati [veliko] zlo*, *spremati invaziju*, *spremati pogrom*), sa leksemom *vojska* (*poslati vojsku*, *dizati vojsku*, *pretiti vojskom*, *pustiti vojsku*, *praviti vojsku*), rešenja sa **vojnomo terminologijom** (*početi ofanzivu*, *napasti na tri fronta*, *slati ratnu flotu*, *usmeriti rakete*, *bombardovati nešto [Srbiju]*, *biti na nišanu*, *napasti bombama*, *hteti bombardovanje*, *okupirati nešto [RS]*, *vojno intervenisati*) i rešenja koja sugerišu **potpuno uništenje protivnika** (*sravniti sa zemljom*, *satreti nekog*, *istrebiti nekog [Srbe]*, *uništiti nekog [Srbe]*, *zgaziti nekog [Srbiju]*, *razbiti nekog [Srbiju]*, *uništiti za 30 minuta*, *zbrisati nešto [Srbiju]*, *nemati spasa*, *biti topovsko meso*, *biti pregažen*).

Najave rata sadrže i **kolokvijalizme** (*tresti gaće*, *počistiti govna*), metafore sa osloncem na **metafore koje se oslanjaju na anatomiju** (*lomiti kičmu*, *polomiti zube*, *pasti na kolena*, *raditi o glavi*), motiv **osvete** (*osvetiti braću*, *uzvratiti udarac*, *silom vratiti otetu*). Osim navedenih, zabeležene su i sledeće sintagme: *paliti nešto [Balkan]*, *zapaliti nešto [Skoplje]*, *biti rešen na sukob*, *prelivati sukob*, *ubijati Srbe*, *ubijati decu*, *dići bunu*, *rušiti Srbiju*, *gurati u revoluciju*, *praviti nered*, *proganjati iz obesti*.

4. Diskusija

Dnevni listovi *Informer* i *Srpski telegraf* daju bombastične i izuzetno pojednostavljene podatke o predviđenim sukobima, što je i inače svojstvo ratnog diskursa, koji

„svodi konflikte na silu i nasilje. On sadrži veoma malo podataka o dinamici konflikta i nimalo ideja o alternativama nasilju. Čak i novinari koji su naklonjeni tradicionalnim standardima istine i objektivnosti naginju crno-belom izveštavanju, svodeći konflikte na jednostavne antagonizme, kako bi svoje priče učinili uzbudljivijim, a konflikt shvatljivijim.“ (Kempf, 2002: 60)

Ovakav obrazac dosledno prate i posmatrani listovi: klasifikacija „prijatelja“ i „neprijatelja“ je banalizovana, a u sličnom duhu interpretiraju se i motivi zbog kojih će navodni sukobi nastati.

„U vreme rata, vlade koriste medije da ubede građane u opravdanost rata i loše namere neprijatelja. Na taj način mediji služe kao veza između onih koji direktno učestvuju u ratu i onih koji su u njega uključeni indirektno ili koji osećaju njegove posledice.“ (Lakić, 2010: 276)

Visoki državni zvaničnici su tokom posmatranog perioda više puta davali izjave koje prate diskursnu intonaciju *Informera* i *Srpskog telegrafa*, pri čemu se naročito izdvajaju izjave Tomislava Nikolića, koji je na kraju svog predsedničkog mandata (2012–2017) istakao mogućnost rata sa kosovskim Albancima, kao i svoju želju za ujedinjenjem Republike Srbije i Republike Srpske, iako je Srbija garant Dejtonskog sporazuma, a samim tim i celovitosti Bosne i Hercegovine. Nacionalističke izjave raspirivali su i izbeglička kriza, nerešeni teritorijalni sporovi, ubrzano naoružavanje zemalja u regionu, ali i banalne situacije poput „čokoladne krize“, kada se hrvatska predsednica Kolinda Grabar Kitarović izvinila porodicama čijoj je deci poklonila paketiće sa čokoladom proizvedenom u Srbiji.

Kada je reč o izveštavanju o procesu naoružavanja, treba imati u vidu istraživanja javnog mnjenja, prema kojima se Vojska Srbije važi za instituciju u koju građani Srbije imaju najviše poverenja, odnosno da je to jedina institucija kojoj veruje više od polovine stanovništva (prema Babović, 2016). Nizak nivo poverenja, između 20 i 50 procenata, imaju evropske institucije, Vlada Srbije,

Skupština Srbije, sudstvo i policija, dok minimalno poverenje (manje od 20%) uživaju lokalne vlasti i političke partije. Novinari u Srbiji takođe imaju najviše poverenja u vojsku (2,69 od 5, prema Andresen et al., 2017), a najmanje u sudstvo (2,08) i „političare generalno“ (1,65). S obzirom na ovakav kredibilitet Vojske Srbije, i to u društveno-političkom kontekstu u kojem je poverenje u institucije relativno nisko, treba biti veoma obazriv u pogledu potencijalnih zloupotreba tog kredibiliteta, odnosno mogućnosti da se pod parolom „jačanja vojske“ istovremeno medijski promovišu i agresija, netrpeljivost i nacionalizam.

Najavama rata na naslovnim stranama *Informera* i *Srpskog telegrafa* krši se čitav niz odredbi Kodeksa novinara Srbije. Širenje glasina, netačnih citata i podataka bez relevantnih izvora suprotstavlja se prvom, temeljnom poglavlju Kodeksa, koje se odnosi na istinitost izveštavanja. Potom, neutemeljenim napadima na nevladine organizacije, vlasnike fondacija, lidere susednih država i predstavnike opozicije u Srbiji, koji se u različitom kontekstu, ali po sličnom modelu predstavljaju kao pretnja po mir i stabilnost u Srbiji, krši se poglavlje IV, o odgovornosti novinara i poštovanju pretpostavke nevinosti. Naposljetku, rasplamsavanjem nacionalizma, korišćenjem etiketa kao što su *ustaše*, *šiptari* i *balije*, izjednačavanjem čitave nacije sa zločincima iz njenih redova, krši se poglavlje V, posvećeno novinarskoj pažnji i zabrani diskriminacije.

5. Zaključak

Može li ratno novinarstvo da se razvija i bez stvarnog rata, kao svog podrazumevanog, osnovnog preduslova? Gotovo svakodnevno najavljivanje globalnih, međudržavnih i građanskih sukoba na naslovnim stranama tabloida u Srbiji navodi na potvrđan odgovor. Rezultati ovog istraživanja pokazuju da *Informera* i *Srpski telegraf* u proseku svakog drugog ili trećeg dana predviđaju određenu vrstu ratova, počevši od manjih, regionalnih – mogli bismo reći *repriznih* – na Kosovu ili u Republici Srpskoj, pa sve do globalnog rata koji bi preživeli samo saveznici Ruske Federacije. Slični diskursni obrasci primenjuju se i na najave mogućeg građanskog rata u Srbiji, po *ukrajinskom* ili *makedonskom* scenariju, u koji bi, prema tumačenju ovih tabloida, bili uključeni ne samo pobornici i protivnici vlasti, ili rusofili i evropili, već i strane fondacije i agenture koje žele stvaranje haosa u Srbiji, kao i sprečavanje njenog ekonomskog napretka.

Medijsko izveštavanje o ratu i naoružavanju postaje izrazito ekstatično, a neretko je praćeno senzacionalizmom i tvrdnjama bez faktografskog uporišta.

Informer i *Srpski telegraf* gotovo svakodnevno na naslovnim stranama promoviraju rat kao sredstvo za povratak, tj. osvajanje teritorija, časti i dominantne uloge među zemljama Zapadnog Balkana.

U najavama skorog rata na naslovnim stranama analiziranih tabloida mogu se uočiti tri nivoa pojednostavljivanja. Kao prvo, **pojednostavljivanje konflikta**, potencijalnih povoda i posledica, uz podsticanje osвете i hira kao dovoljnih motiva za nove sukobe. Kao drugo, **pojednostavljivanje aktera**, njihovih ambicija i karaktera, usled čega su najčešće svedeni na ulogu provokatora ili osvetnika. Kao treće, uočava se **pojednostavljivanje leksičkih izbora**, dok u isto vreme nekolicina odabranih jezičkih tokena (*rat, kaos, krv, sukob, masakr...*) postaje izuzetno frekventna i pomaže razvrstavanju aktera na poželjne i nepoželjne.

Literatura

- Andresen, K., Hoxha, A., & Godole, J. (2017). New Roles for Media in the Western Balkans. *Journalism Studies*, 18(5), 614–628.
- Asman, A. (2011). *Duga senka prošlosti*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Babović, M. (2016). *Are Institutions Providing Human Security? Trust in Public Institutions Across the Balkans and Turkey*. Beograd: SeConS.
- Burgers, C., & De Graaf, A. (2013). Language Intensity As A Sensationalistic News Feature: The Influence of Style on Sensationalism Perceptions And Effects. *Communications - The European Journal of Communication Research*, 38(2), 167–188.
- Biro, M. (2011). Mediji i ratni zločini. In B. Vekarić (ed.), *Reči i nedela – Pozivanje ili podsticanje na ratne zločine u medijima u Srbiji 1991–1992* (pp. 401–422). Beograd: Centar za tranzicione procese.
- Donev, D. (2014). Govor mržnje u medijima u funkciji degradiranja koncepta etički odgovornog novinarstva. In D. Valić Nedeljković, S. Sremac, N. Knežević, D. Gruhonjić (eds.), *Uloga medija u normalizaciji odnosa na Zapadnom Balkanu* (pp. 129–140). Novi Sad: Filozofski fakultet i Centar za istraživanje religije, politike i društva.
- Gavra, D., & Savitskaya, A. (2011). Mass Media in Interstate Conflicts: Typological Model “Peace-conflict Journalism Multidimensional Approach”. *Russian Journal of Communication*, 4(3/4), 251–265.
- Grabe, M., Zhou, S., & Barnett, B. (2001). Explicating Sensationalism in Television News: Content and the Bells and Whistles of Form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(2001), 635–655.
- Hass, R. (2010). The Role of Media in Conflict and their Influence on Securitisation. *The International Spectator: Italian Journal of International Affairs*, 44(4), 77–91.
- Jevtović, Z., Vulić, T., & Pavlović, D. (2011). Filozofija straha i (re)konstruisanje medijske stvarnosti. *Kultura*, 133, 72–91.

- Kempf, W. (2002). Conflict Coverage and Conflict Escalation. *Journalism and the New World Order, II*, 59–72.
- Kodeks novinara Srbije – uputstva i smernice (2015). Beograd: Savet za štampu
- Lakić, I. (2010). Analiza medijskog diskursa o ratu. In V. Vasić (ed.), *Diskurs i diskursi* (pp. 269–282). Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Leudar, I., Marsland, V., & Nekvapil, J. (2004). On Membership Categorization: 'Us', 'Them' and 'Doing Violence' in Political Discourse. *Discourse & Society, 15*(2/3), 243–266.
- Malović, S. (1999). Mediji u ratu ili rat medija? *Politička misao, XXXVI*(2), 103–113.
- Marić, S. (2014). Mediji i ratna propaganda. *Medijski dijalozi, 19*(7), 503–515.
- Migati, S. (2014). Mediji u devedesetim godinama i nacionalni ekstremizam. In D. Valić Nedeljković, S. Sremac, N. Knežević, D. Gruhonjić (eds.), *Uloga medija u normalizaciji odnosa na Zapadnom Balkanu* (pp. 363–376). Novi Sad: Filozofski fakultet i Centar za istraživanje religije, politike i društva.
- Molek-Kozakowska, K. (2013). Towards A Pragma-linguistic Framework for The Study of Sensationalism in News Headlines. *Discourse & Communication, 7*(2013): 173–197.
- Nikšić, S., & Davičo, A. (2004). *Etika novinarstva*. Beograd: Centar za profesionalizaciju medija.
- Reljić, D. (1998). *Pisanje smrti – mediji u vremenima sukoba*. Beograd: Radio B92.
- Savet za štampu (2017). *Izveštaj o monitoringu poštovanja Kodeksa novinara Srbije u dnevnim listovima u periodu od 01. marta do 31. decembra 2016. godine*. Posjećeno 31. 5. 2017. URL: <http://www.savetzastampu.rs/doc/monitoring-2016/izvestaj-o-monitoringu-postovanja-kodeksa-novinara-srbije-u-dnevnim-stampanim-medijima-mart-decembar-2016.pdf>.
- Ustav Republike Srbije. (2006). *Službeni glasnik RS*, br. 98/2006.
- Zakon o javnom informisanju i medijima. (2014). *Službeni glasnik RS*, br. 83/2014.

Stefan Janjić

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

Stefani Šovanec

University of Novi Sad, Faculty of Philosophy, Serbia

ANNOUNCEMENTS OF WAR ON THE FRONT PAGES OF SERBIAN TABLOIDS

***Abstract:** Pro-war rhetoric has become almost everyday practice of contemporary tabloid press in Serbia, and such editorial policy finds a backbone in the unstable social and political conditions in the Western Balkans, in the turmoil on the world political scene, the rise of extremism, as well as in unrealized nationalistic and territorial pretensions from the former Yugoslavia. Media reporting on arming becomes extremely ecstatic, and it is often followed by chauvinistic discourse and claims without any factual references. The topic of this research are the implicit and explicit announcements of war on the front pages of the tabloids Informer and Srpski telegraf in a one-year period, from 1 April 2016 to 31 March 2017. The aim of this paper is to identify discourse patterns that tabloids Informer and Srpski telegraf use in these announcements of wars, which was achieved by the method of quantitative-qualitative discourse analysis. Pro-war rhetoric is just one of the forms of unethical behavior of media outlets, but potentially the most dangerous, as evidenced by the Yugoslavian experience of the 1990s. Announcements of war with Croatia, Kosovo, Albania or Bosnia and Herzegovina, which have become the daily routine of the analyzed daily newspapers, violate the ethical principles of the journalistic profession, in the first place by introducing unjustified fear and fomenting discrimination and inter-ethnic intolerance.*

***Key words:** war, sensationalism, nationalism, tabloid, Serbia*

