

## Medijska (zlo)upotreba izbeglica

**Rezime:** Iako su sve zemlje na prostorima nekadašnje Jugoslavije retorički jedinstvene u osudi ratnih zločina i rešenosti da izbeglicama vrate građanska prava koja su prethodno uživali, činjenica je da im ove društvene grupe više služe kao humanitarni paravan bitan u delikatnim političkim situacijama i propagandnim kampanjama. Nekadašnji “branioci nacionalnih interesa” sa pozicija ratnih pobednika i dalje manipulišu ljudskim sudbinama, zaboravljajući da iza konkretnih imena, akcija i etničkih sukoba stoje istinski zločini, verski sukobi i etnička čišćenja. Ratovi efektno redefinišu društvenu patologiju, pa masmediji dobijaju zadatak konstruisanja novog kolektivnog identiteta. Bez potpune istine i iskrenog etničkog pomirenja, svi politički motivisani procesi evropske integracije biće privid trajnijeg, demokratskog rešenja.

**Ključne reči:** nacionalizam, humanitarne katastrofe, izbeglice, medijske slike, novi identitet.

Početak veka i milenijuma u kojem živimo obeležen je masovnim egzodusom stanovništva širom planete<sup>1</sup>, ali je tek reka izbeglica na prostorima negdašnje Jugoslavije pokazala koliko je bolan i odgovoran proces supstancijalne izgradnje novog kolektivnog identiteta. Staro šarište ponovo je uzburkalo balkanske prostore, dok su nove golgote i konflikti stvorili dugačke kolone izbeglih, proteranih i raseljenih lica. Skoro tri miliona ljudi promenilo je sudbine mimo svoje volje, živeći na ivici egzistencije, fragmentovani do nivoa cifara i statistika, politički marginalizovani, materijalno i duhovno obespravljeni, ekonomski uništeni i poniženi. Njihovi životi korenito su promenjeni u gotovo svim aspektima, *ekonomskim, statusno-pravnim, socijalnim i psihološkim*<sup>2</sup>, dok je prilagođavanje i adaptacija u novim sredinama često zahtevala radikalni raskid sa prethodnim matricama vrednosti. Prenos vlastitih ideja i simbola, kako bi se sačuvalo kolektivno

---

<sup>1</sup> Istočni Timor, Ruanda, Zair, Avganistan, Sudan, Irak itd.

<sup>2</sup> Milosavljević, M. (1997): *Socijalni aspekti izbeglištva*, u Vlajković, J. i drugi; *Psihologija izbeglištva*, Nauka, Beograd

pamćenje, usporen je i kontrolisan prema potrebama nacionalnih politika, pri čemu izbeglički korpus suočen sa brzinom promena u okruženju i sam potiskuje slike i događaje koji nisu zajednički novoj sredini. Otuda snažna izloženost informacijama najstrim medija, koji sugestibilnošću slika i tema koje nameću proizvode socijabilno poželjne i stereotipizirane, ponekad derogirajuće odgovore.

S druge strane, snažni plemenski zanosi, etnička solidarnost i politička identifikacija vremenom su počele da se povlače i blede, ustupajući prostor novim društvenim vezama zasnovanim na međuzavisnosti nacija i kultura. Mediji su dobili zadatak menjanja kolektivnog identiteta, pa su negdašnji dobošari rata transformisani u golubove mira, koji tek povremenim osvežavanjem zapretenih sećanja pokazuju kako iskrenog oprosta i razumevanja na ovim prostorima još nije bilo! Izbeglice gotovo da nisu prisutne u procesima distribucije društvene moći, a intezivnija izloženost masmedijskim sadržajima najčešće je u situacijama koje odgovaraju određenim političkim interesima. Kada se piše i govori o problemima izbeglica izvori informacija često uključuju državnu elitu, stručnjake sa državnih univerziteta, predstavnike nevladinih organizacija finansiranih iz budžeta, predstavnike socijalnih institucija koje profesionalno brinu o ovoj populaciji, dok se u značajno manjoj meri pera i mikrofoni stavljaju u funkciju rešavanja najtežih problema sa kojima se ove socijalne grupe suočavaju. Povratak na ognjišta ili pravična nadoknada za uništenu imovinu, nedovoljno su prisutni u agenda javnog reda, što budi sumnju da to i nije slučajnost? Ako masovna seljenja i egzodusi civila postanu legitimni rezultati etničkih konflikata, ne implicira li to loš putokaz za rešavanja konflikata u složenim, multikonfesionalnim i multuetničkim zajednicama? Mogu li se u XXI veku graditi novi etnički zidovi, poput Berlinskog u prethodnom? Da li će se narodi sa prostora bivše Jugoslavije i dalje javno opredeljavati za odanost principima Evropske Unije i multikulturalnog sveta, a tajno jačati etnicizam i sećanja koja podstiču mržnju? Hoće li sudbina izbeglica, raseljenih i prognanih biti u prvom planu samo kada su to interesi političkih elita, dok će se pitanja njihovog povratka i integracije i dalje biti na marginama javne pažnje?<sup>3</sup>

Ovaj rad ima za cilj da napravi pregled kako su izbeglice, raseljena i prognana lica predstavljena u

---

<sup>3</sup> Prema podacima Koordinacionog centra na Kosovo i Metohiju tokom 2008. godine vratilo se samo 386 lica. Ovakvim tempom za povratak prognanih, raseljenih i izbeglih Srba i nealbanaca trebalo bi da prođe skoro više od pola veka!

nacionalnoj štampi Srbije. Analizom medijskih sadržaja, ali i empirijskim istraživanjem prikazaće se specifičnosti izveštavanja, kako bi se bolje razumeli trendovi trenutnih praksi, ali i socijabilna uklopljenost ovih grupa u novu sredinu. Rad će dokazati potrebu kreiranja dugoročnog procesa preispitivanja, obnavljanja i oživljavanja pokidanih društvenih veza, gde masmediji imaju značajnu funkciju kreiranja novog identiteta, koji čuvajući visoka obeležja duhovnosti, zajedničkog pamćenja i političke korektnosti, promovise nove komunikacione odnose.

U modernoj vremenskoj dimenziji izgradnja zajedničkog identiteta status izbeglica prepustiće slobodi personalnog izbora, čime će politička racionalnost pobediti uskogruđi etno-nacionalizam. Tek pojavama preplitanja, mešanja i bogaćenja nacionalnih kultura nastaće istinska akulturacija,<sup>4</sup> kao trajan proces koji će silovitim talasanjem preplaviti ove prostore, proizvodeći novu dominantnu paradigmu. Referentni okvir, koji je pred vama, blizak je razmišljanjima Ane Loretoni, istraživačice političke filozofije Sveučilišta u Pisi, koja insistirajući na *važnosti konflikata za priznanje* uočava kako specifični identiteti “*da bi bili priznati moraju biti uključeni u javni prostor*” (u Cerutti, 2006:138). Tu je i najveća dilema doba koje je pred nama: ako pojedinci ili grupe nisu spremne za odricanje od temeljnih razlika, donetih u novu sredinu, pravdajući to gubljenjem sopstvenog pamćenja, kako će se novi identitet učiniti vidljivim u javnom prostoru? Može li društveno uvažavanje razlika u vremenu digitalnih informatičkih tehnologija izbeglicama, raseljenim i prognanim kroz sopstvene komunikacione kanale obezbediti veću društvenu vidljivost, čime će se kvalitetnije i brže izboriti za pravno i društveno priznanje. Sudeći prema iznetim zapažanjima, koja tek treba potkrepiti i dokazati podrobnijom analizom empirijskih podataka, promene u izbegličkom razmišljanju reflektuju posledične preobražaje u nacionalnim društvenim strukturama, distribuciji društvene moći i dalje ideološke i vrednosne pluralizacije država na ovim prostorima.

---

<sup>4</sup> Identifikacijom specifičnosti svake kulture i uspostavljanjem prostorno-vremenske sinteze između njih, dolazimo do teorije o kulturnim kontaktima, koju je pojmom *akulturacije* prvi označio antropolog Franc Boas. *Migrants acculturation* ukazuje na potrebu izbeglica da se po dolasku u novu sredinu što bolje uključe, obično prihvatanjem dominantnih kulturnih, verskih i medijskih obrazaca.

## Medijsko konstruisanje slika o izbeglicama

Medijskim analitičarima još je u sećanju slika reportera srpske nacionalne televizije, koji početkom devedesetih godina prošlog veka na mostu ka Hrvatskoj dočekuje reku izbeglica, pitanjem: "Kojim dobrom, braćo Srbi?". Iz pokisle kolone pod traktorskim arnjevima i ciradama, čuju se jecaji žena i dece, vapaji starica, dok sedi, brkati čovek odsečno odgovara: "Kakvo crno dobro, ustaše su nam sve popalile...". Slika bi se mirno mogla preneti na bilo koji program nacionalnih televizija, opsednutih virusom propagandei i stereotipa, dok su se jezik i ton podešavali prema intezitetu i pravcu političkih vetrova. U kodeksu uputstava dostavljenih Hrvatskoj televiziji i regionalnim dopisništvima<sup>5</sup> posebno je skrenuta pažnja da se *ne izveštava o imenima vlasnika u vazduh dignutih kuća*, kao i da se *ne prikazuju slike četničkih izbegličkih kolona*. Pres centar Bosanske armije u svojim propagandnim biltenima govorio je o *fundamentalnom narodu u Bosni i Hercegovini*, podrazumevajući da je reč samo o Muslimanima<sup>6</sup>. Podela na *naše i njihove, žrtve i dželate, demokrate i varvare, dobre i loše* momke, samo je bleđi odsjaj manihejske matrice, neophodne za sejanje semena zla, koje je tako beričetno nicalo na ovim prostorima. Traženje krivice preko susedskih taraba, bilo je važno da se makar imlicitno teret odgovornosti istovari u tuđem dvorištu, što bi valjda trebalo da posluži kao krunski dokaz sopstvene nevinosti. Izbeglice su dočekivane sa solju i hlebom, praznjeni su hoteli, školski objekti i hale, retki pojedinci su pred kamerama poklanjali kuće i stanove, dok je šira zajednica sa solidarnošću i razumevanjem pomagala da se lakše uklope u novu sredinu.

Elita nacionalističkih vlasti sa jednakim žarom prihvatila se medijskih manipulacija, neosetno namećući ideologiju mržnje, dok su zločini usledili kao neminovna posledica propagandnih matrica ekstremizma, nacionalizma i rasizma. Međutim, kada su kolone izbeglica krenule ka matici retorika se počela neosetno menjati: od opšte solidarnosti i podrške,

---

<sup>5</sup> Potpisali su ga Tomislav Marčinko, glavni i odgovorni urednik informativnog programa, i Miroslav Lilić, glavni i odgovorni urednik. Dokument se može pronaći u: Malešić, M: *The Role of Mass Media in the Serbian-Croatian Conflict*, Psychologist Forsvar Report 164, Stockholm, 1993, str. 34-35.

<sup>6</sup> Lovrenović, I, *Ex tenebris: sarajevski dnevnik*, Zagreb, AGM, 1994, str 98..

preko apatije i bezvoljnosti, do nerazumevanja i medijske nevidljivosti. U okviru medijskog konstrukta izveštavanje o izbeglicama često je predstavljano kao pitanje socijalne zaštite, pri čemu se o njima puno puta govori kao o državnom trošku, sa stigmatizujućim slikama koje negativnim portretisanjem jačaju dilemu o lakom uklapanju u nove sredine. Tako se postepeno stvara privid o kulturnim, socijalnim, ekonomskim i istorijskim barijerama u okruženju, čime se sprečava njihovo aktivnije učešće u novoj zajednici. Problem nije jednostavan jer pored političkih prioriteta naglasak stavlja na ugroženost ljudskih i građanskih prava!

U bazi od skoro 11.000 tekstova objavljenih u vodećim novinama u Srbiji od 1990. do 2007.<sup>7</sup> uočljiva je metodološka nedoslednost u pristupu ovoj problematici, jer demokratizacija političkog prostora nije donela adekvatne odgovore u programskoj orijentaciji. Temeljno i analitičko istraživanje Jelene Grujić, rađeno za potrebe knjige "Politička upotreba izbeglica", posebno je akcentovalo pristup obrade izbegličkih tema pre Miloševića i nakon njegovog odlaska sa političke scene. Proučavajući agendu tematskih sadržaja, novinarka *Vremena*, nedvosmisleno je zaključila kako nema bitne razlike u pristupima i interesovanjima jer se *pretežno radilo o konstatovanju teškog stanja u kojem se izbeglice nalaze, a o čemu su najčešće saopštavale vlasti*<sup>8</sup>. Analiza tekstova pokazuje da vlasti izbegavaju teme o prihvatu i povratku izbeglica (svega 13,36%)<sup>9</sup>, kao i da veoma rado promovišu humanitarne aktivnosti koje režim predstavljaju kao brižnog staratelja ovih društvenih grupa (42,86%). Najveći deo sadržaja u magazinskim izdanjima posvećen je istoriji sukoba, sa fonom tekstova koji opravdava ulogu Srba u regionalnim sukobima. *Tekstove karakteriše izrazita pristrasnost, što je i slučaj sa tekstovima koji se bave Hrvatskom. Izbeglice imaju*

---

<sup>7</sup> Ebartova elektronska baza tekstova zasnovana na člancima iz dnevnih novina, kao što su: *Politika, Večernje novosti, Danas, Blic, Pres, Kurir, Glas javnosti...* njus magazina tipa: *NIN, Vreme, Standard...* regionalnih listova kao što su *Narodne novine, Pančevac, Ibarske novosti, Dnevnik*, istraživanje Jelene Grujić, dugogodišnje novinarke *Vremena*, kao i sopstvene dokumentacije.

<sup>8</sup> Grujić Jelena, *Štampa o izbeglicama u Srbiji: 1990. – 2005*, Beograd

<sup>9</sup> Srbija je suočena sa demografskim problemima, jer zbog posledica ratova, seoba, ekonomskih sankcija i secesije nema prostu reprodukciju, rizikujući da u bližoj budućnosti postane manjina na sopstvenoj teritoriji?

pasivnu poziciju u tekstovima koji su fokusirani na političku pozadinu ratova, i služe tek kao dodatni argument (Grujić, *Vreme*, decembar, 2005:117). Mediji stvaraju prvi nacrt istorije: istoričari će možda praviti drugačiji okvir u svojim knjigama, ali većina ljudi informacije prima samo medijima.

Arhitektska podela na *dobre* (nas) i *loše* (njih), *prijatelje* i *neprijatelje*, *patriote* i *izdajnike*, vešto se usmeravala pomoću medija koji su podsticali mržnju i podele. Teorijski, nastajala je semantička disperzija (razlivanje značenja), u kojoj činjenice manipulacijama dobijaju drugi smisao. *Dobošari rata*, kako neki lingvisti nazivaju novinare u funkciji propagatora nacionalističkih ideja, jednoznačno grade svet stereotipa, vremenom ih šireći od pojedinaca na nacije. Preneseni medijskim kanalima, oni postaju vrednosni sudovi bitni za propagandno delovanje. Semantička struktura neosetno se menjala, pa su hrvatski mediji tako Srbe proglašavali - *četnicima*, Srbi Hrvate - *ustašama*, Hrvati muslimane - *mudžahedinima*, Srbi muslimane - *balijama* i tako u krug. Satanizovanje etničkih zajednica vrši se personalizacijom identifikovanog neprijatelja, tako da mediji koristeći moć reči i slika, komponuju novu stvarnost kojoj opčinjena publika slepo veruje.

“*Istina je samo ono što ona želi da se smatra istinom. Njeni tvorci proizvode i uzajamno razmenjuju istine*”, pisao je Špengler skoro pre jednog veka, uviđajući da medijske slike stvaraju privide realnosti.<sup>10</sup> Diskurzivna strategija uvek prikriva određene političke ciljeve, tako da etnička homogenizacija traži *drugu stranu* kao opravdanje za sopstvene zablude. Zaglušujući huk propagandnih kampanja, odjekuje dugo posle govora oružja, jer najvažniji cilj političkih elita jeste pridobijanje podrške za ideološke projekte koje su započeli. Stoga mediji dobijaju zadatak pridobijanja i preobražaja javne svesti, “*trajnog držanja duhova pod pritiskom*”, a suprotni razlozi izbijaju na površinu tek ostvarivanjem nove političke dominacije ili, kako to Špengler vidi, “*veće novčane potpore*” jer spirala tada dobija novu magnetnu amplitudu. “*U tom istom trenutku magnetna igla javnog mnjenja usmerava se prema jačem polu. Svi se*

---

<sup>10</sup> “Najjači primer za buduće generacije biće pitanje *odgovornosti* za Svetski rat, to jest pitanje ko pomoću vlasti štampe i telegrafa na svim kontinentima poseduje moć da svetskom javnom mnenju servira onu istinu koja mu je potrebna za njegove ciljeve, i da je održava koliko mu je to potrebno”, Špengler, O.: *Propast Zapada*, knjiga II, Utopija, Beograd, 2003:590.

*odmah uveravaju u novu istinu. Svi se iznenada bude iz zablude” (2003:591).*

### **Integracija izbeglica i lični doživljaj**

Društveno-kulturna slika izbeglica kreira se medijskim predstavama koje počivaju na dominaciji prepoznatljivih modela zajedničkih vrednosti, tradicije i kontinuiteta, kojim se stvara privid o integrisanju u domicilnu zajednicu. Grupni identitet se pod pritiskom centrifugalnih kretanja postepeno utapa u maticu, što kroz materijalne interese, što kroz vrednosne obrasce oslonjena na nacionalne mitove i matrice. Medijskim formatima favorizuju se primeri nacionalnog romantizma, kreiraju obrasci večitog neprijatelja, skrivenih zaverenika koji kao cilj imaju nacionalno uništenje ili stalnu opasnost. Unutar izbegličkog korpusa dugo opstaje samoprepoznavanje, tako da se članovi grupe međusobno pomažu i organizuju, ali protokom vremena projektuju nove, više ciljeve. Da bi država sačuvala moć neophodno je da uživa *poverenje* kod ovih grupa, što nije nimalo jednostavno, ni lako. Javna pitanja trebala bi biti jednako otvorena za sve, a ako to u praksi nije slučaj dobićemo skepticizam. Empirijska istraživanja<sup>11</sup> pokazuju da bi se u kriznim situacijama izbeglice za pomoć najpre obraćale jedni drugima (55,4%), sporo prihvatajući činjenicu o društvenoj pripadnosti novoj zajednici (samo 5,3%).

#### **1. Kome biste se prvom obratili za slučaj da se pojavi neki problem?**

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 porodica, rodjaci	548	55,4	55,4	55,4
2 prijateljima	118	11,9	11,9	67,3
3 susedima	35	3,5	3,5	70,8
4 policiji	69	7,0	7,0	77,8
5 organima lokalne vlasti	53	5,3	5,3	83,1
7 nevladinim organizacijama	33	3,3	3,3	86,4
8 nekom drugom	25	2,5	2,5	88,9
9 ne znam, bez odgovora	110	11,1	11,1	100,0
Total	990	100,0	100,0	

<sup>11</sup> TNS MEDIUM GALLUP Beograd sproveo je istraživanje u septembru 2007. na uzorku od 990 izbeglica, za potrebe evropskih komintenata.

U jezgru svake komunikacije krije se potreba saopštavanja različitosti, pa se može konstatovati društvena potreba da se pojedinci i grupe procesima oblikovanja, selekcije, prezentovanja i distribucije poruka suoče sa određenjem sopstvenog mesta unutar društvene zajednice. Privremeni boravak, kako izbeglice često definišu sopstveni status, sporo se prihvata kao trajno rešenje, iako nacionalne elite ne pokazuju iskrene namere da obezbeđivanjem uslova za povratak, stanje vrate u prvobitni položaj.

**2. Ko je vlasnik objekta, odnosno zemljišta na kome sada živite?**

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 država srbija	234	23,6	23,6	23,6
2 opština	217	21,9	21,9	45,5
3 privatno vlasništvo	382	38,6	38,6	84,1
4 vlasništvo moje porodice	77	7,8	7,8	91,9
5 divlje naselje	28	2,8	2,8	94,6
9 bez odgovora	53	5,4	5,4	100,0
Total	990	100,0	100,0	

Za potrebe ovog rada interesantno je bilo pitanje komunikacionog okvira u kojem žive izbeglice u Srbiji, jer je to način da proverimo ko su izvori informacija na osnovu kojih se opredeljuju u društveno relevantnim situacijama, ali i kojim kanalima informacije primaju ili daju. Analiza je važna za razumevanje kako se problemi izbeglica predstavljaju u javnosti, uz bolje projektovanje njihove sposobnosti da informacije alternativnim putevima sami presele u javni prostor. .

**3. Koje od sledećih stvari poseduje vase domacinstvo? radio**

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 da	800	80,8	80,8	80,8
2 ne	175	17,7	17,7	98,5
9 bez odgovora	15	1,5	1,5	100,0
Total	990	100,0	100,0	

Empirijsko istraživanje potvrdilo je povezanost informisanosti s obeležjima socijalnog statusa, odnosno,



položaja u distribuciji javne moći. Radio sluša ogromna većina izbeglica, ali ne treba zaboraviti da je to medij koji ne forsira povratnu spregu čime se umanjuje mogućnost ispoljavanja javnog glasa. Najčešći razlog slušanja jeste muzika (76,3%), tako da relativno solidna dnevna izloženost od 85 minuta ne predstavlja platformu za kvalitetnu i suštinsku informisanost o društvenim problemima. U odgovorima ispitanici navode da rado slušaju radio-stanice koje emituju muziku iz njihovog zavičaja, kao i da ovakve programe slušaju jutrom i tokom popodneva. Jezik simbola mitologizuje se prema interesima većinskih zajednica, uz stvaranje slika o sopstvenoj veličini i značaju, zbog čega pripadnici manjinskih zajednica traže alternativne kanale komuniciranja.

### 3.b tv

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 da	863	87,1	87,1	87,1
2 ne	120	12,1	12,1	99,2
9 bez odgovora	8	,8	,8	100,0
Total	990	100,0	100,0	

U periodima kompleksnih društvenih i političkih procesa, složenih kriza i naglih, dramatičnih preobražaja, raste gledanost televizijskih programa, što je među izbeglicama posebno evidentno. Oko 257 minuta dnevno oni provode pred malim ekranima, postajući zarobljenici ideoloških poruka, pri čemu veće u potpunosti odvajaju gledanju televizije. Podatak da trećinu tog vremena provode (81 minut) uz kablovske programe nacionalnih televizija sa teritorija koje su napustili ilustruje nostalgичnu želju da se vrate svojim ognjištima. Međutim, izbeglica nema među stvaraocima javnog mnjenja, a retki primeri kada su priče iz njihovih života subjekti javne agende obično su u periodima intezivnih političkih aktivnosti i tihih nesporazuma među nacionalnim zajednicama.

### 3.c telefon

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 da	400	40,4	40,4	40,4
2 ne	526	53,1	53,1	93,4
9 bez odgovora	65	6,6	6,6	100,0
Total	990	100,0	100,0	

Oblikovanje medijskog diskursa moguće je i aktivnijim učešćem građana, pri čemu je klasičan telefon deo tradicionalnog komunikacionog alata. Samo dve petine izbeglica imaju šansu da se na ovaj način uključe u javnu debatu, što uz podatak o ugroženom socijalnom statusu, smanjuje mogućnost njihovog uključivanja i direktnog iznošenja stavova, mišljenja i ideja.

### 3.d mobilni telefon

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 da	567	57,3	57,3	57,3
2 ne	401	40,5	40,5	97,7
9 bez odgovora	23	2,3	2,3	100,0
Total	990	100,0	100,0	

Velika prisutnost mobilnih telefona deo je kulturne industrije u kojoj živimo, možda i pomodarstva u kojem učestvujemo. Savremeni tokovi javnosti nezamislivi su bez aktivnijeg učešća informacija prenetih ovim putem, pa smo kontrolnim pitanjem hteli da proverimo da li zbog privremenog smeštaja i eventualnog fizičkog ograničenja klasičnih PTT veza, izbegličke grupe komuniciraju novim tehnologijama. Istraživanje je potvrdilo sumornu sliku: tek nešto više od polovine ispitanih poseduje mobilne telefone, pri čemu su gotovo svi korisnici interneta. Drugim rečima, mlađa generacija (od 15 do 30 godina) medijski je edukovana za novi poredak, ali problem je što ta socio-demografska zajednica nije u većoj meri zainteresovana za aktivnije rešavanje izbegličkog statusa.

### 3.d internet

	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid 1 da	100	10,1	10,1	10,1
2 ne	815	82,3	82,3	92,4
9 bez odgovora	75	7,6	7,6	100,0
Total	990	100,0	100,0	

Tek svaka deseta izbeglica koristi internet, što znači da je uticaj na formiranje javnosti beznačajan. Odgovarajuća

politička kultura i pristup informacijama omogućavaju im zapaženiju društvenu ulogu, pa i konstituisanje svojevrsnih grupa za pritisak sposobnih da akcionim delovanjem zahtevaju rešavanje svojih problema i bolji status. Društvena moć izbeglica zavisi u velikoj meri od statusa kojeg su same stvorile u stratifikovanom društvu, pri čemu ga one ostvaruju kroz sposobnost i snagu uticanja u javnom prostoru. Slika izbeglica u štampi Srbije pokazuje njihovu sekundarnu poziciju, udaljenu od aktera koji politički oblikuju procese i pokrete. Očigledno je da starost ove populacije (prosek 54 godine) čini ozbiljnu prepreku za aktivnijim korišćenjem novih tehnologija, bez kojih nema ozbiljnijih intervencija u masmedijskoj sferi.

### **Zaključna razmatranja**

Konfliktnost društava nesposobnih da dijalogom dođu do zadovoljavajućeg mirnog rešenja, završava spiralom bezobzirnosti i brutalnosti, etničkim, konfesionalnim, građanskim, destruktivnim i pljačkaškim ratovima, nakon kojih ogroman broj civila ostaje van svojih domova, bez imovine, ali ni osnovnih ljudskih prava i sloboda. Demokratski mediji promovišu demokratske standarde, kreirajući načine razmišljanja o određenim socijalnim grupama. Diskriminišuće predstave po običaju proizvode stereotipe ili isključenost iz javnog prostora, stvarajući barijere u stavovima većinske zajednice.

Tema izbeglica vremenom dobija sekundarno značenje u najstrim medijima, pri čemu država postepeno odustaje od odgovornosti za njihove sudbine. Dugogodišnja marginalizacija izbegličkih grupa vodi daljoj samoizolaciji i neinformisanosti, stvarajući puke objekte na društvenoj sceni, socijalno distancirane od matice. Tako nastaje novi društveni identitet, pri čemu većinska, nacionalno dominantna kultura medijskim tehnikama i dominantnim sadržajima nameće svet znakova i simbola, kreirajući svoj način života i sistem vrednosti. Etička svest i identitet građana vremenom se unificiraju, u skladu sa normativnim, istorijskim, jezičko-komunikacijskim i kulturnim obrascima. Živeći u političkom društvu izbeglice primaju spektar interesa bitnih za funkcionisanje sistema (materijalne vrednosti, tradiciju i zajedničko pamćenje), stapajući nacionalnu i klasnu pripadnost. Liberalna demokratija nije tako isključiva: etničko-kulturni monokulturalizam ne znači i obavezno političko ili nacionalno ujedinjenje!

## **Media (mis)usage of refugees**

Resume: Although all ex-Yugoslav countries are rhetorically unanimous in denunciation of war crimes and in decidedness to give back all human rights refugees once have, fact is that these social groups are used as humanitarian screen so important in delicate political situations and propaganda campaigns. Former ‘defenders of national interests’ from their position of war winners continue to manipulate human destinies, forgetting that behind concrete names, actions and ethnical conflicts stands truly crimes, religion conflicts and ethnical cleansing. Wars always effectively redefine social pathology, so that media have task to construct new collective identity. Without complete truth and honest ethnical reconciliation, all politically motivated processes of European integration stay only ostentation of real democratic solution.

Key words: nationalism, humanitarian disasters, refugees, media images, new identity

### **Korišćena literatura:**

- Cerutti, F. (2006): Identitet i politika, Politička kultura, Zagreb
- Grujić Jelena (2005), *Štampa o izbeglicama u Srbiji: 1990. – 2005*, Vreme, Beograd
- Livada, S. (2006): Etničko čišćenje, ozakonjeni zločin stoljeća, Euroknjiga, Zagreb
- Lovrenović, I. (1994): *Ex tenebris: sarajevski dnevnik*, AGM, Zagreb.
- Malešić, M. (1993): *The Role of Mass Media in the Serbian-Croatian Conflict*, Psychologist Forsvar Report 164, Stockholm
- Milosavljević, M. (1997): *Socijalni aspekti izbeglištva*, u Špengler, O. (2003): *Propast Zapada*, knjiga II, Utopija, Beograd
- Srbi, izbeglice, prognanici i raseljena lica krajem XX veka*, Univerzitet u Beogradu i Centar za strateške studije, 2000, Beograd
- Vlajković, J. i drugi (1997): *Psihologija izbeglištva*, Nauka, Beograd