

Prof. dr. Zoran Jevtović
Fakultet za kulturu i medije, Megatrend univerzitet, Beograd

Konstruisanje etničkih identiteta u vremenu medijskih slika

Abstrakt: Oživljavanje nacionalističkih pokreta na etničkoj i verskoj osnovi, karakteristično za narode na prostorima bivše Jugoslavije, proizvelo je krajem XX veka dramatične i krvave političke sukobe, rezultirajući oblikovanjem novih individualnih identiteta i kolektivnih pripadnosti. Javna scena je fabrikovanjem folklorizovanih mitsko-tradicionalnih predstava iskorišćena za romantično buđenje patriotskih i ratničkih osećanja, postajući prostor namenjen „najizvrsnijim”, „najodličnijim” i „najhrabrijim” sinovima nacije. Autoritarnu vrednosnu orijentaciju utemeljenu u jednopartijskom komunističkom režimu i harizmatiskom liku vođe (Tita), lako su zamenile politizovane paradigme, koje su, uz pomoć estetizovanih medijskih narativa, slavile nove gospodare nacionalnih sudbina (Milošević, Tuđman, Izetbegović...). Mase su dobile nove Bogove, a u ključevima popularne mitologije i kolektivnih verovanja prikrivale su se stigamatizovane propagandne poruke.

U medijskim kovačnicama vešti majstori propagandnog pletiva kovali su nizove propagandnih matrica o NAMA i NJIMA. Spinovani oblaci nadvili su se nad bivšim jugoslovenskim narodima, ali u rastućoj spirali straha i besomučne mržnje, tolerancija bez medijske komunikacije nije bila moguća. Kult „oslobodilaca” prikriovao je ratne zločine, mržnju, stradanje civila i nemilosrdno pljačkanje materijalne imovine, dok je zaglušujuća horska kampanja u vodećim medijima učtkavala retke disonantne glasove. Kulturna matrica gubila se u vrtlozima insceniranih komunikacionih konstrukata, zbog čega su heroizirane slike konflikata amortizovale i samu pomisao o otporima. Društveni, kulturni, verski i politički refrentni okviri oblikovani u vremenu raspadanja tradicionalnog modela pretrpeli su snažne promene, pri čemu su mediji svojim delovanjem značajno doprineli rađanju novih etničkih identiteta.

Ključne reči: etnički identitet, medijske slike, propaganda, mitovi, junaci, konflikti.

Krajem 1989. i početkom 1990. Zajednica jugoslovenskih socioloških instituta na statistički reprezentativnom uzorku izvršila je obimno istraživanje u svim republikama tadašnje države, sa ciljem merenja stepena nacionalne tolerancije. Rukovodilac projekta, profesor Duško Sekulić došao je do zanimljivih rezultata: prosečan indeks tolerancije na nivou zajedničke države iznosio je 3,28 (od mogućih pet), pri čemu su ispod proseka bili Kosovo (1,70), Makedonija (2,53) i Slovenija (2,67). Najviša tolerancija među stanovništvom registrovana je u Bosni i Hercegovini (3,88) i Hrvatskoj (3,63), dok su Crna Gora i Srbija bili na nivou proseka. U isto vreme, broj građana koji su sebe smatrali Jugoslovenima (kategorija pod koju su potpadali oni koji nisu pripadali nijednoj naciji ili

nacionalnosti) konstantno je rastao¹. Statistika teoretski ne mora uvek biti pouzdana jer često zavisi od kvaliteta upitnika, valjanosti uzorka i iskrene saradnje ispitanika.

Ipak, analizirajući rezultate sa današnje distance jasno je da su najsvroviji i najkrvaviji sukobi bili upravo na teritorijama sa najvišim stepenom tolerancije, pa je pravi izazov istražiti uzroke i propagandne matrice kojima su etnički identiteti na jugoslovenskim prostorima tako brzo promenjeni. Aspiranti na državno vođstvo međusobno su se diferencirali upravo po retorici i tehnikama propagandnog zavodjenja masa. Oživljavanje matrica o tradicionalnim neprijateljima, legendi o žrtvovanju radi opšteg dobra ili personifikacije vođa kao neustrašivih boraca koji ispravljaju prethodne istorijske nepravde, nosilo je u sebi naglasak racionalnosti, što je u kombinaciji sa modernim tehnološkim alatima izgradilo semantički drugačiji prostor, otrovan i zavodljiv u isto vreme. Složen i dugoročan proces konstruisanja novog političkog identiteta podrazumevao je simbiozu nacionalne i klasne pripadnosti, stapanje postojećih društveno-psiholoških identiteta i demokratskih orijentacija, pri čemu su sredstva moderne komunikacije razapinjala mreže novih vrednosti, pojmova, značenja i normi. Uslov za stabilnost multietničke i multikulturne zajednice, kakva je bila jugoslovenska federacija, krio se u međusobnom razumevanju različitih identiteta koji su postojali unutar zajedničkih državnih granica. "Taj proces se na engleskom naziva *identity negotiation*, a mogao bi se prevesti kao *međuidentitetsko sporazumevanje*, mada bi "odmeravanje" ili čak arhaično "varakanje" bili isto tako pogodni, odnosno pogodniji nego doslovni prevod koji bi glasio: identitetsko *pregovaranje*, odnosno "cenkanje" (Stojković, 2009:26).

Postepeno slabljenje uticaja radničke klase i tihi nastanak komunističke buržoazije² stvorio je prostor za kondicioniranje javnosti koja je neobrazovana, nepripremljena i dezorjentisana lako postajala plen propagandnih lovaca. Jugoslovenstvo, kao nadnacionalni identitet, temeljilo se na zamišljenoj jedinstvenoj zajednici, čvrstoj vezi ethnosa i demosa,³ masama uljulkanim u opsenu da nacionalnost više neće biti važna. U takvom društvu svi su se međusobno varali, jer se iza haotične stvarnosti prikrijavao niz nacionalnih konflikata čije je otvoreno bujanje sprečavao strah od partijskih represija. Federalna zajednica, sa Titom kao neprikosnovenim vođom, funkcionisala je u čvrstom ekonomskom i monetarnom kontekstu, ali sa prvim znacima finansijskog kolapsa pokazalo se da su nacionalni identiteti snažniji no ikada. Političke, ekonomske, pa i umetničke platforme odmah su otvorene za modeliranje nacionalističkog diskursa, koji je spremno dočekan od svih republičkih elita. Samo tako je moguće objasniti propagandne ratove u informativnim glasilima, ideološke bitke za socijalnim

¹ Sekulić, D. Massey, G. i Hodson, R. (1994): *Who Were the Yugoslavs: Failed sources of a common identity in the former Yugoslavia*, American Sociological Review, Vol 59.

² Autor pod ovom sintagmom podrazumeva menadžere u predstavništvima preduzeća koja su republike otvarale u inostranstvu početkom osamdesetih godina kako bi povećavala izvozne rezultate i prikivala devize, jer su rupe u republičkim budžetima pokrивane od strane države. Pošto se dosta poslovalo na ivici zakonitosti ovi ljudi su preko noći pljačkom društvene imovine sticali ogromna bogatstva, da bi se nakon "demokratskih promena" pojavili kao biznismeni koji *teško stečeni* kapital ulažu u domovinu. Sa njima je i sloj visokih komunističkih rukovodilaca, koji su kraj ideologije iskoristili za lako i brzo bogaćenje, konvertujući se u partije demokratske orijentacije.

³ Ovo je detaljnije razradio Furio Cerutti (*Identitet e Politica*, Guis Laterza & Figli, Roma-Bari, 1996), ali pre njega R.M. Lepsius u delu: *Interessen, Ideen und Institutionen*, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1990.

pozicioniranjem i novim identitetima. Nevidljive nacionalne, religijske, ideološke, razvojne i slične razlike preko noći preseljene su u javnu sferu, rezultirajući duhom ekstremnog nacionalizma koji je u poslednjoj deceniji minulog veka eksplodirao međusobnim uništavanjem dojučerašnjih komšija, prijatelja i saradnika. Sukobi su lukavo kamuflirani u versko i ideološko ruho, pa je većina svetskih medija konflikte tumačila kao bitku protestantsko-katoličkih, kapitalističkih i demokratskih (prozapadnih) i pravoslavnih, autoritarnih i prokomunističkih snaga!⁴ Sama Srbija je pridonela lošem simboličkom imidžu: zadržala je petokraku na kapama vojske JNA i zastavi države, društveno vlasništvo, vratila uticaj crkve, diplomatski zagovarajući model socijalističke federacije?

Da bi novi identitet bio stvoren trebalo je metaforički razgraditi zajedničko pamćenje, pokazati da ništa ranije nije bilo dobro, a da će nove elite ispraviti greške prethodnih generacija. Prilikom posete pokrajini Kosovo i Metohija (24. aprila 1987.) Slobodan Milošević, na sastanku organizovanom povodom učestalih napada Albanaca na lokalno srpsko stanovništvo, izgovara istorijsku rečenicu: "Niko ne sme da vas bije", označavajući početak nove politike. Legenda o novom mesiji raste tako što se ključna poruka neprestano reprizira u elektronskim medijima i štampi, dižući ego nacionalističkim snagama koje u novom lideru prepoznaju obnovitelja velikosrpske ideje. Iz događaja izvlači se kontekst, a dopunjen svedočenjima, izjavama građana i glasinama nastaje mit. Uz komentare podobnih urednika, pisma podrške i slične filtrirane tekstove intezivira se kampanja o neprijatelju (Albancima), čime se podstiče nacionalna homogenizacija, ali i mržnja prema *Drugima*. Oživljavaju se sećanja o Kosovskom boju, nebeskom narodu, epovi o nacionalnim junacima, veličaju uspesi srpske policije u okršajima sa albanskim "teroristima", pri čemu se prećutkuju brutalne i neosnovane akcije u kojima stradaju albanski civili. Nespretni i neprimereni aktivnosti policije u srpskim medijima su prećutkivane ili opravdavane,⁵ što je dodatno aktiviralo velikoalbanski identitet! Mapiranje geopolitičke stvarnosti vršilo se prihvatanjem medijskog diskursa koji potencira većitu mržnju i antagonizam između Srba (Južnih Slovena) i Albanaca (Ilira). Viktimizacija se kamuflirala kreiranjem manihejske podele na *Dobro* i *Zlo*, dok je status žrtve ojačan selektivnim tumačenjem srpskog naroda koji je kroz istoriju uvek stradao *zbog interesa velikih sila*.⁶ Prezentacije istorijskih događaja u medijima su dobijale nove dimenzije, pa se sa slabljenja institucionalne povezanosti republike i pokrajine sve više prelazilo na konkretne incidente, sa realnim žrtvama i etničkim konfliktima.

Dolaskom HDZ-a na vlast (aprila, 1990.) proces kondicioniranja javnosti dramatično se ubrzao, pri čemu je televizija postala osnovna poluga propagandne moći. Film o Martinu Špegelju, hrvatskom ministru odbrane, koji je nekoliko meseci ranije

⁴ UPI 15. januara 1991. pišu: Slovenija i Hrvatska zalažu se da se Jugoslavija pretvori u konfederaciju nezavisnih država kako bi se izbegla *dominacija Srbije*, najveće republike u kojoj vladaju komunisti.

⁵ Karakterističan je slučaj ubistva porodica Jašari u selu Prekazu, u Drenici, gde je nakon dvodnevne opsade policijskih i specijalnih snaga pored "osvedočenog teroriste" Adema Jašarija pobijeno preko 50 članova njegove porodice, uključujući žene i decu, što je stvorilo mit o mučeniku i legendarnom komandantu.

⁶ Ratovi sa Osmanlijskim carstvom, nerešeni računi oko raspada Habzburgške monarhije, nemačka osveta za izgubljenim svetskim ratovima, ali i "izdaja Rusije, Velike Britanije, Francuske, SAD i drugih saveznika".

tajno snimila vojna kontraobaveštajna služba (KOS) prikazan je na beogradskoj televiziji dva puta iste večeri, izazivajući šok u srpskoj javnosti, ali i potvrđujući tezu nacionalista kako Zagreb nastavlja “tradicionalno” neprijateljstvo ka Beogradu. Oživela su sećanja na ustaške zločine i jame (Jasenovac, Prebilovac itd.), Nezavisnu Državu Hrvatsku, ulogu Vatikana i paternalistički stav prema Paveliću, podstičući mržnju prema hrvatskoj naciji. Kolektivno pamćenje je počelo da se selektivno primenjuje u funkciji kodificiranja novih istina koje će postati propagandno aktuelne. Istorija je stavljena u funkciju apsolutnog spinovanja javnosti, a sve strane su kopajući po arhivama, dokumentima, trezorima, pa i jamama skupljale svoje “dokaze”, kako bi što više kompromitovale *Druge*. Etnički identiteti su jačali silovitim ubrzanjem, ulazeći u svest građana izloženih neumerenom dejstvu orkestrara unisionih medija. Usmeravajući javni diskurs, oni su preuzeli ključnu ulogu u njihovom kreiranju, pripremajući pogodnu atmosferu za realne ratove koji će uslediti. Polarizacija na *Nas* i *Njih* obezbedila je manipulativni okvir, čime je stvarnost pojednostavljena, a upotreba sile nametnuta kao jedino rešenje. Lista neprijatelja će se do kraja veka međusobno proširivati, ali će istorijski narativi postati strateška okosnica homogenizovanja. Ratno huškanje odjekivalo je sa svih strana, političke partije sa ekstremnim programima ličile su na balone koji neprekidno rastu, dok se pitanje transformisanja etosa nametnulo kao prioritet. Teoretski, nametnulo se pitanje: može li ideološka homogenizacija, uz osećaj nacionalne ugroženosti kreirati simbiotski model etnopolitičkog identiteta, toliko snažan i brutalan da će građanski ratovi postati neminovnost? Cilj ovog rada je da analitičkom dekonstrukcijom medijskih sadržaja ukaže na skrivenu moć komunikacionih glasila, informacionu redukciju stvarnosti i nastanak vizuelnih masmedijskih slika prilagođenih potrebama šovinističkih oligarhija. Identitetska obeležja nikada nisu zamrznuta, ona se menjaju u skladu sa vlastitim reinterpetiranjem, adaptacijom i propagiranjem političko-državnog identiteta!

Tokovi istorije svedoče o svojevrsnom zgušnjavanju i ubrzanju vremena, a žitelji ovih prostora istinski su svedoci takvih dešavanja. Ako je epoha Rimske imperije trajala 500 godina, Sovjetskog saveza i Hladnog rata skoro čitav vek, raspad Jugoslavije sazeo se u samo jednu deceniju. Vreme sve više postaje kritička varijabla, a u trenucima kada su republičke elite procenile da postojeći državni okvir ne nudi funkcionalnu sigurnost proizvodnja etničkih konflikata bila je idealno rešenje za sopstveni opstanak. Funkcionišući kao nacionalne države jugoslovenske republike su krenule ka osamostaljivanju i crtanju nacionalnih granica, stvarajući novi obrazac masmedijskog delovanja, primeren potrebi brzog transformisanja kolektivnih identiteta. To je preloman trenutak za elite jer svoju viziju nacionalnih programa medijima prelivaju ka masama, konstruišući “demokratizovane” predstave o sebi, ali i drugima. Postojeće vrednosti, norme, propisi i značenja dramatično su se transformisale, pri čemu se fokus propagandnog delovanja usmeravao ka svim dimenzijama identiteta: etničkim, kulturnim, personalnim, situacionim, zavičajnim, identitetima obraza, simboličkim i identitetima uloge. Manipulisanje istorijom razmahalo se u svim republikama, sa ciljem etničke homogenizacije, za koju je važno da se razvija uporedo sa teorijom o ugroženosti sopstvene nacije. Mediji su postali megafoni ostrašćenih političara, a u prvi plan izbila je televizija, što nije čudno ako se zna da je, na primer u Srbiji, za skoro 90 % građana ona predstavljala najznačajniji izvor informacija⁷.

⁷ Novinarica Nicole du Roy navodi da “u toj zemlji (Srbiji) sa 46% nepismenih (gotovo polovina stanovništva), jedine informacije koje pokrivaju celu teritoriju i dopiru do sela su informacije državne

Republički nacionalizmi rasplamsali su se tokom osamdesetih godina, kada se pod paravanom političkog pluralizma i distanciranja od komunističke ideologije u svim sredinama izgradio sopstveni medijski sistem, zamišljen kao informativni bedem u zaštiti svog komunikacionog dvorišta, sa idejom propagande prema susedima, svetskoj javnosti, ali i sopstvenim građanima⁸. Šireći i razvijajući strah od *Drugih*, mržnju i ksenofobičnost, mediji su forsirali paradigmu ekstremnog nacionalizma, koji je pomognut zaglušujućim hukom uličnih podrški, insceniranih mitinga, verskih ceremonija i “demokratskih” revolucija na vlast doveo nacionalističke elite, sa dijametralno drugačijim pogledima na budućnost ideologizovane i ekonomski prezađuzene federalne države. Jaz međuetničkog nepoverenja širio se decenijama, produbljujući se svakim nedovršenim istorijskim narativom, ali duboko potiskivan komunističkom matricom “bratstva i jedinstva”. Mit o Josipu Brozu Titu – neprikosnovenom vođi koji svojom harizmom uspešno vodi *politiku nesvrstanosti i miroljubive koegzistencije*, uspešno je prikriivao tinjajuće šovinizme hrvatske, srpske, slovenačke i albanske elite, koji se nakon 1974. kao virus preneo i na preostala rukovodstva⁹. Razgradnja bivše Jugoslavije predstavljala je složen, interdisciplinarni i konfliktan proces, u kojem su pored domaćih veliko učešće imali i strani faktori, ali to bi ovaj rad odvelo ka istraživački drugim poljima.

Otuda će autor u fokusu imati teoriju konstrukcije srpskog nacionalnog identiteta u poslednjoj deceniji prošlog veka, uz ocenu da slične karakteristike važe i za ostale učesnike u etničkim konfliktima. Propagandni aparati, koje je u svom pohodu na vlast vešto koristio Slobodan Milošević, skoro da se nisu razlikovali u poređenju sa onima koji su kao lidere promovisali Franju Tuđmana ili Aliju Izetbegovića, ali je istorijski teret gubitnika ostao samo na prvoimenovanom! Zavaravajuća retorika i snažna autentičnost, uz obilno korišćenje obećanja, parola i nedokazanih tvrdnji stvorili su od njih balkanske lidere sa ogromnom masom sledbenika, sve dok ih istorijska dešavanja nisu uklonila sa scene, uz osećaj da njihove ideje i danas imaju veliko uporište. Vešto korišćenje televizije i štampe pre svih, a potom radija i drugih medija, proširilo je klasične oblike distribucije moći, naizgled približavajući vladare običnom narodu. Lukavo premeštajući pažnju na nedovršene istorijske narative, oni su značajno pomogli u kreiranju novih identiteta, jer u vremenima nacionalnih sporenja, emocionalnih nesigurnosti, širenja straha, razaranja racionalnosti i entitetske uznemirenosti zasnovane na stereotipima i predrasudama, mediji difuzijom simboličkih sadržaja identitetska obeležja dalje razrađuju. Donosioci političkih odluka su odmah primetili da tehnološki proizvođači težište komunikacijskih tokova vode drugačijim mogućnostima i ograničenjima, budući sumnju u postojeći vrednosni poredak. Neki teoretičari su ovaj proces nazvali *spektakularnim porobljavanjem svakodnevnice*¹⁰,

televizije” (“Serbie: la télé parano”; “Srbija; paranoidna televizija”) Télérama, br. 2257, 14. IV 1993. str. 12.

⁸ Vlast kontroliše mišljenja svojih građana tako što izdvaja samo činjenice koje joj odgovaraju. Kada je, na primer tokom demonstracija u Beogradu 9. marta 1991. poginuo jedan policajac, TV Beograd je u prvi plan stavila bol i suze udovice, ali nije ni pomenula smrt sedamnaestogodišnjeg mladića, koji je bio među skoro 200.000 demonstiranata. Gnev zbog ovakvog “izveštavanja” građani će pokazati paljenjem prostorija “TV Bastilje” i fizičkim napadom na novinare 5. oktobra 2000. godine.

⁹ Srpsko rukovodstvo je u Ustavu iz 1974. videlo ključni dokument za razbijanje Srbije, smatrajući da su pokrajinama data prevelika ovlašćenja.

¹⁰ Vuksanović, D. (2007): *Filozofija medija*, Čigoja štampa, Beograd, str.14.

drugi vremenom *besramne masmedijske manipulacije*¹¹, treći *talasom deliberalizacije javnosti*¹².

U savremenoj geopolitici više nema dilema oko postojanja uticaja medijskih sadržaja na publiku, ali je i dalje nejasno kakva je priroda i mehanizam kojim se ti efekti ostvaruju. U laičkoj, ali i delu kompetentne javnosti odomaćeno je mišljenje o apsolutnoj moći medija koji kreiranjem simulirane stvarnosti konstruišu poželjne predstave bitne za određeni identitet. Na određenom prostoru i u određenom vremenu kontinuiranim i osmišljenim propagandnim matricama stvaraju se određeni informativni, javnomnjenjski i vrednosni pogledi, bitni za političke akcije i ponašanja masa. Ljudi se estetizovanim slikama navode da veruju, zavodljiva retorika uspavljuje uobičajenu opreznost, dok dramatičnost spektakala opravdava sopstvene političke ciljeve i mitologizovane vođe. Propaganda postoji u svakom društvu, ali ako totalitarnim načinima promoviše sadržaje kojima ugrožava ljudska prava i slobode stvara specifičan kontekst nasilja i nepoverenja. Jugoslavija je nestala onog trenutka kada su republički medijski sistemi postali međusobno odvojeni i suprotstavljeni, a političarima je preostalo samo da tužni kraj i pravno ozvaniče.

Primena medijskih tehnika u konstruisanju etničkih identiteta

Politička slika Jugoslavije na raskršću osme i devete decenije otkriva začuđujuću lakoću kojom su nekadašnje republike razvijane u duhu socijalizma zaboravile i napustile svoje levičarske tradicije. Evidentna ekonomska kriza, uz katastrofalne greške u vladanju (logori za političke protivnike, ugrožavanje ljudskih prava i surovi progoni ideoloških neistomišljenika), poslužili su kao dominantni sadržaj psihološko-propagandnog arsenala, kojim su u svesti žitelja *s druge strane republičkih granica* stvarane iluzije da je konflikt jedino rešenje. Nizom veštačkih, propagandno kamufliranih simbola i spektakala, domaćem mnenju je ponuđena konfrontirana predstava o sukobu između *komunizma i demokratije, Dobra i Zla, Nas i Njih*. Skriveni ubeđivači smatrali su da za njih ne postoje prepreke kada je u pitanju oblikovanje ljudskih mišljenja, samo je izbor metoda i tehnika bio različit. Cilj je u relativizovanju svake kritike i objektivnosti, da bi se usmeravanjem medijskih topova nametnula željena problematika i promenili postojeći politički odnosi. Totalna kontrola masovnog auditorijuma dirigovana pomoću medijskih sistema, indirektno je značila fizičku kontrolu prostora, pa se stepenovanim sprovođenjem propagandnih tehnika vremenom ostvarivala potpuna kontrola društvene svesti.

Pojam "dezinformacija" se pojavio tokom Drugog svetskog rata u ruskom jeziku, gde je označavao čin dovođenja masa u zabludu uz pomoć lažne informacije i "praksu kojom su se isključivo kapitalisti služili da bi tlačili i držali u potčinjenosti široke narodne mase" (Volkov, 2001:20), što Sovjetski enciklopedijski rečnik iz 1953. detaljnije opisuje kao "postupak i sredstvo kojim se često koriste štampa, radio i različiti organi buržoaske propagande, koji treba da dovedu u zabludu javno mnjenje, oklevetaju zagovornike mira, demokratije i socijalizma, veličaju politiku agresije i imperijalizma". U engleskom

¹¹ Nuhanović, A. (2005): *Demokratija, mediji, javnost*, Promocult, Sarajevo, str.142.

¹² Habermas pod ovim pojmom shvata zahtevnu formu komunikacije, *spontanu i recipročnu razmenu informacija povodom relevantnih javnih pitanja* (2007:8).

(desinformation) se definiše kao "namerno, sračunato puštanje u opticaj lažne informacije koja treba da zavede i obmane" (Chambers Twentieth Century Dictionary, London, 1972), dok ga francuski teoretičari tumače kao "neznanje u kojem se javnost namerno održava u vezi sa nekim problemom od izuzetne važnosti (npr., nuklearnim ludilom)". Sve nekadašnje jugoslovenske republike su odbijale i samu pomisao postojanja dezinformisanja, napadajući etničke i ideološke protivnike da manipulišu javnim mnenjem.

Moglo bi se navesti još puno definicija ovog pojma, ali osnovno je da podrazumeva: 1) manipulaciju javnim mnenjem radi dobijanja određenog stava; 2) pomoćna sredstva kojima se razlikuje od propagande, pri čemu se koriste i smišljene laži i (3) političke ciljeve zbog kojih se razlikuje od reklame. Dezinformisati ne znači uskratiti, već dati, ali pogrešnu, iskrivljenu, oblikovanu informaciju. Proučavajući istorijski razvoj ovog pojma uočićemo prisutnost dezinformacija, počev od prvobitnih društava i usmenog prenošenja govorne poruke, grčkih polisa, rimskih foruma, drevnih kineskih, arapskih i indijskih kultura, preko Francuske i Španske revolucije, verske inkvizicije, boljševizma, fašizma, liberalizma, komunizma, do mondijalizma. Dezinformacija je zahvalna tehnika manipulisanja mnenjem, jer se malim snagama i sredstvima dobija mnogo. Znalački obrađena javnost, medijski nahranjena raznim vrstama mržnje i strahova, ljubavi i emocija, postaje poligon za brojne zloupotrebe i manipulacije. Za razliku od reklame čiji je cilj da utiče na ponašanje u komercijalne svrhe oslanjajući se na iracionalnu svest, dezinformacija zaobilaznim sredstvima pokušava da nas ubedi da smo politički u pravu, pri čemu se ne biraju sredstva i sadržaji.

Jugoslavija će u ekonomskoj teoriji još dugo vremena biti pominjana kao država sa jednom od najvećih inflacija u svetu: 313.563.558% dnevno, početkom januara 1994. Ipak, pred tzv. piramidalnim bankama ("Jugoskandik" i "Dafiment") građani su stajali u nepreglednim redovima, kako bi skromnu ušteđevinu uvećali neverovatnim kamatama od 100 do 120% mesečno na oročenu dinarsku štednju, a od 15 do 17% za devizne uloge! Slika koju su nacionalni mediji svakodnevno pokazivali, propagirajući banke i njihove vlasnike (koji su im često bili gosti), uveravala je i najsumnjičavije kako je moguće obogatiti se bez rada. Ironija je da opčinjena publika nije verovala informaciji medija kada su se "bankari" pojavili učeći građane da "nema hleba bez motike" i da je "sramota bogatiti se na kamatama koje ne postoje nigde u svetu" (izjava Dafine Milanović RTS-u, 13. II). Laž je bila očigledna, ali kada se kupe snovi publike, ona ih neoprezno prihvata za istinu! Čak i kada je jedna nemačka marka vredela bilion dinara, narod je verovao da će novac biti vraćen! To je trenutak uništavanja srednje klase i stvaranja nove ekonomske elite sastavljene od šovinista, avanturista, ratnih profitera i kriminalaca, koji legalizovanjem poslova peru prljavu prošlost, postajući politički sponzori i "patriote".

Da bi se trajno obmanulo javno mnenje, dovoljno je preduhitriti dotok informacija širenjem vesti usmerenih u određenom pravcu. Pošto je tome neko vreme izložen, čitalac, slušalac, televizijski gledalac je dovoljno ubeđen da veruje samo vestima usklađenim sa idejama koje je nesvesno na taj način usvojio. Svaka suprotna vest ili slika učiniće mu se iskrivljena i poverovaće da je po sredi izgovor. Oni koji upravljaju sredstvima javnih komunikacija to dobro znaju i zato objavljuju samo tekstove ili dokumente koji odgovaraju očekivanju javnosti", piše Pjer Galoa (1996:189), dodajući kako će svaka drugačija vest biti odbačena kao laž, dok bi publika potražila druge izvore. Finski "Helsingin Sanomat" tokom sukoba u BiH (na osnovu muslimanskih izvora)

objavio je priču o bolnici koju su Srbi zapalili zajedno sa bolesnicima koji su umrli u najstrašnijim mukama. Kada je novinar pošao na mesto događaja ustanovio je da su žrtve dezinformacije, jer bolnica nije ni taknuta, dok su pacijenti mirno ležali u svojim krevetima. Demanti nikada nije imao snagu prve informacije, pa ga mnogi nisu ni pročitali, noseći sliku o varvarskim postupcima jedne strane. Monopol na istinu ne znači samo tendencioznost, već i grubo falsifikovanje, pa i očigledno laganje. Na brifingu NATO-a 20.IV 1999. Džejmi Šej je saopštio jednu od najvećih dezinformacija prošlog veka: "Srpske snage bezbednosti su na Kosovu zarobile 300 etničkih albanskih dečaka koje koriste kao "banku krvi" za svoje povređene vojnike". Rame uz ovu, išla bi i vesti dopisnika Rojtersa o pokolju 41 srpskog deteta između pet i sedam godina, prvi put objavljenu u izveštaju o opsadi Vukovara¹³, i reporterke SRNE, koja je iz opkoljenog Sarajeva javljala kako *muslimanski ekstremisti izgladnele lavove u gradskom zoološkom vrtu hrane srpskom decom*¹⁴.

Propagatori dezinformisanja dobro znaju da je najlakše u javnost plasirati informacije čije je činjenice teško proveriti. Struktura sadržaja se prilagođava stavovima autora, bez obzira što drugi znaju da oni nisu istiniti. Važno je da neobaveštena većina poveruje, a eventualnim varijacijama brane se osnovne pretpostavke. Štiteći političke, ideološke, nacionalne i druge interese oni ubeđuju mase kako su u pravu. Kampanja dezinformisanja raste sa povećanjem inteziteta netrepeljivosti među suprotstavljenim stranama. Moć i žestinu ovog manipulisanja osetile su sve strane u sukobima bivših jugoslovenskih republika, pa se može tvrditi da su dezinformacije koristili svi, uključujući i globalne medije, čije su posledice bile najpogubnije. Televizija forsira manihejski pristup, jer nema vremena za duge priče. Slike žrtava, suza u očima žena i dece, kolona izbeglica, gradova u plamenu i sličnih prizora obezbeđuju emotivnu reakciju gledališta, dok su ljudi koji tako nešto čine izvori svih zala. Mediji ne objašnjavaju uzroke, moralnost nije njihov problem, a opredeljivanje za jednu stranu prerasta u otvoren navijački pristup. Zločin je užasan za svakog humanistu, bez obzira ko ga čini, jer nijedno ubistvo civila, posebno žena i dece nema opravdanje. Tada etika bleđi i nestaje pred nadmenim i grubim ponašanjem političkih zločinaca.

Bitka za javno mnjenje vodila se i arsenalom predrasuda (pristrasnog i vrednosno neutralnog rasuđivanja o jednoj strani). U engleskom to najbolje objašnjava reč mindset koja u prevodu znači *podešavanje uma*, pa tako na primer, svet govoreći o Balkanu misli na "varvare", "necivilizovane ljude", Albanci pričaju o "Škijama" misleći na Srbe ili Srbi o "Šiptarima" na Albance, itd. Predrasude ograničavaju tumačenje stvarnosti jer se naslanjaju na iracionalna mišljenja ili osećanja, koja najčešće ne sadrže činjenice ili znanja. One su tendenciozne, afektivno opterećene i prepune negativnog naboja, pa čak i mržnje i diskriminacije. Društvo je prepuno predrasuda, ali se one u konfliktnim

¹³ 20. XI 1991. dopisnik Reutersa Vjekoslav Radović poslao je vest o stravičnom događaju u jednoj osnovnoj školi u Borovu naselju. Da bi dezinformacija bila uverljivija u priču se ubacuje fotoreporter nezavisne britanske televizije ITV Goran Mikić, koji svedочи o masakru za koji su odgovorni hrvatski gardisti. Iste večeri, kao gost u studiju pokazuje fotografije masakriranih odraslih ljudi, bez dokaza o tragediji dece što je tema udarne vesti, koja je pod oznakom hitno obišla svetske redakcije. Iako je laž kasnije raskrinkana, proizvela je još jednu medijatizovanu sliku o *zločinačkom hrvatskom narodu!*

¹⁴ Dezinformacija je potekla od novinara TV Pale Rista Đoga, da bi je bez provere preuzeo TANJUG, a dalje svi mediji koji su bili pod kontrolom Miloševićevog režima. Neverovatnim lažima stigmatizovale su se druge etničke grupe, kako bi se ukinula svaka pomisao o mogućem zajedničkom životu.

situacijama neumereno šire, zavodeći emocionalno povodljivu i neopreznu masu. Naslanjajući se na stereotipe mogu da isprovociraju društvenu mržnju prema pripadnicima drugih etničkih grupa, pa treba biti obazriv u njihovom korišćenju jer se posledice još dugo osećaju. Kako to izgleda u praksi: stalnom upotrebom istih reči rivalske etničke grupe se stigmatizuju, pa su Hrvati obično "ustaške zveri", "zenge", "Pavelićevi jurišnici" itd, muslimani "džihad ratnici", "Turci", "verski fundamentalisti", "osmanlije" i sl.

U masovnoj psihoterapiji ne treba zapostaviti ulogu tekstualnih medija, posebno knjiga, čiji je zadatak ubeđivanje intelektualne javnosti da poruku primi čulima razuma. Sadržaj se namenski posvećuje obradi određene teme koja treba da isprovocira obrazovanije slojeve javnosti, vršeći nesumnjivi propagandni uticaj. Takve knjige obično najavljuju političke namere autora ili što je češće akcije njegovih mentora, falsifikujući činjenice sa namerom pripreme javnog mnjenja za dobijanje saglasnosti za iznete stavove. Analizirajmo knjigu engleskog publiciste i komentatora Noela Malkolma "Kosovo. Kratka istorija", koja se pojavila neposredno pred početak bombardovanja Jugoslavije sa zadatkom da u evropskoj javnosti stvori "naučnu" sliku o zbivanjima i korenima sukoba u južnoj srpskoj pokrajini. Otkrivajući u uvodnom delu da je ovako važnu knjigu napisao "za samo dve godine", autor priznaje hitnost njenog nastanka, jer bi mu samo za čitanje navedenih izvora trebalo bar još toliko vremena, pri čemu apsolutno zanemaruje srpsku arhivsku građu, historiografiju, nauku, uz priznanje da to jeste nedostatak, "ali moji kritičari nisu istoričari i nisu kvalifikovani da o tome sude. Da jesu, znali bi da je proučavanje balkanske istorije 17. stoleća specifično. Nisam radio po srpskim arhivima, jer ih za to razdoblje nema. Srpska pravoslavna crkva također nema nikakav istorijski arhiv. Ima 150 srednjevekovnih rukopisa, ali to su liturgijski, a ne istorijski tekstovi". Cilj je da Zapadu dokaže kako Srbi nemaju istorijsko i etničko pravo na Kosovo i Metohiju, "gde su vekovima bili privilegovano stanovništvo koje je svojom dominacijom ugrožavalo starosedeoce", u ovom primeru Albance.

Propagandni stratezi uviđaju potrebu da politički opravdaju buduće zločine, pa pseudonaučnim knjigama brane nezadovoljstvo albanske etničke populacije koja "opravdano" reaguje na "osvajanje" svoje teritorije. Pisanje je utemeljeno na idejama "antičke Dardanije" i ilirskog porekla po kojem su "Kosovari" na ove prostore stigli još u VII veku, mešajući se sa stanovništvom "latinskog i donekle, grčkog govora", dok su Srbi do XV veka živeli u predelima Češke i Saksonije, kada su ih na Balkansko poluostrvo "doveli Hrvati"?. Tako prema Malkolmovoј knjizi, Kosovska bitka nije bila srpska, jer su u njoj glavnu reč vodile vojske Dačana, Poljaka i Mađara, pa su tako "Albanci branili hrišćanski Zapad, dok su se Srbi držali osmanlijskog istoka". Za autora Miloš Obilić je Mađar, kao i devet Jugovića, a sličnog porekla su i ostali vitezovi (istina, neki su iz Vlaške-Rumunije). Čuvena seoba Srbalja je "bajkovita" i izmišljena priča, pošto Kosovo nikada nije bilo kolevka srpstva, a gradovi u kojima postoje tragovi srpskog boravka su "u stvari bili osmanski". Krivotvorenje istorije je drsko i tendenciozno, sa očiglednom funkcijom pravdanja političkih poteza koji će uslediti kako bi se oterao "osvajajući režim". Cela analiza je u pripremi zaključka da su Srbi lažno prikazivali istoriju Balkana na koji su nasilno stigli, ugrožavajući autohtono stanovništvo kojem konačno treba vratiti istorijska prava. Zato je svaka akcija protiv njih opravdana, jer oni najbolje razumeju jezik nasilja. Treba znati da je isti čovek autor knjige "Bosna. Kratka istorija", čiji se izlazak 1994. "sticajem okolnosti" poklopio sa pojavom krize u bivšoj jugoslovenskoj

republici i krvavim međuetničkim sukobima! Noel Malcolm u njoj zagovara fantastičnu teoriju po kojoj su Srbi nastali mešanjem afričkih crnaca, koje su u dovodili Rimljani svojim legijama sa zatečenim stanovništvom balkanskog poluostrva.

Priljavi trikovi (dirty tricks) čine poseban deo medijskih tehnika, gde se podvalama, fotografijama, dezinformacijama, montiranim snimcima, pripremljenim izjavama, posetama na terenu i slično, organizuje kampanja za promenu određenih stavova i ideja. Rat u Bosni i Hercegovini je zanimljiv za medijske analitičare jer su mnoge političke i vojne odluke usledile nakon vešto osmišljenih i organizovanih akcija samoterorizma, uz nesumnjiv propagandni doprinos ratnih dobošara. Jedna od zvezda američkog žurnalizma, Roj Gatman (dobitnik Pulicerove nagrade 1993), u jednom razgovoru o istinitosti izveštavanja sa ovdašnjih kriznih žarišta objašnjavao je: "*Vidite, jugoslovenski problem je višeslojan. Niko nije mogao da shvati o čemu se radi u Jugoslaviji. Iskreno govoreći, većina Amerikanaca se pitala u kom delu Afrike se nalazi ta Bosna? Jednim udarcem uspele smo da ponudimo jednostavnu priču, priču o dobrim i lošim momcima. Znali smo da je sve zavisilo od toga. I, pobedili smo, tako što smo ciljali na jevrejsko javno mnjenje. Mediji su odmah promenili jezik i koristili se pojmovima sa snažnim emotivnim nabojem, kao. npr. "etničko čišćenje" i "koncentracioni logori", što je podsećalo na nacističku Nemačku i gasne komore u Aušvicu. Emotivni naboj je bio toliko snažan da mu se niko nije mogao da suprotstavi, a da ne bude optužen za revizionizam"* (Beterman, 1994:122). Džejm Harf, direktor specijalizovane PR "Ruder Fin", koji je spremno objavio "neproverene" informacije sa terena, bez trunke moralnog dvoumljenja izjavio je kako njegov posao nije da proverava da li su vesti i izveštaji krivotvoreni. "*Naš zadatak je u tome da distribuiramo vesti, da ih što je moguće brže pustimo u opticaj tako da prve dospeju u javnost. Brzina je od presudnog značaja. Čim je neka informacija povoljna za nas smatramo svojom dužnošću da je što pre usadimo u javno mnjenje. Pouzdano znamo da je od značaja vest koja stigne prva. Demanti više nema nikakvo dejstvo"* (Merlino, 1993:126). Medijsko nasilje tako se legalizuje: novinar nikada nije tvrdio da je video, niti da postoje (srpski) logori smrti, već samo da je čuo takve informacije!

Klasična dezinformacija lukavom obradom predstavlja se kao verodostojna poruka, sa zadatkom uveravanja publike i dobijanja saglasnosti za dalje akcije. Breton ovu metodu deli na tri moguća oblika: "ili se na neki način istina preobražava u laži i obrnuto, ili se činjenice preokreću tako da se stvarnost svesno izobličava, ili se deo činjenica maskira tako da posledice prihvatanja predloženog rasporeda ostanu skrivene" (2000:96). Najvažnije u organizaciji medijskih spektakala je kontrolisati prve utiske o događaju ili ličnosti, pri čemu aktuelnost (real time) povećava uticaj na javnost. Svesno ili ne, televizija postaje deo događaja o kojima izveštava sa manje činjenica i analiza, a više zabave i senzacionalizma. Raspaljujući osećanja javnosti novinari direktno utiču na političko odlučivanje i njegovu racionalnost. Treba se čuvati opasnosti da mediji postanu saborci jedne strane u sukobu, što je u savremenim dešavanjima čest primer. Medijska oružja širom sveta ispaljuju salve neproverenih vesti i informacija, pripremajući psihološku podlogu za nastavak akcije oružanim putem. Tako CNN 4.VII 1992. emituje sliku razrušenog grada, sa tvrdnjom da je reč o Sarajevu posle srpskog bombardovanja. Prećutano je da slika predstavlja ostatke Trebinja, srpskog grada kojeg su razorili Hrvati! Isti medij je izveštavajući o ratu u Bosni često emitovao slike uličnih borbi u Tbilisiju, u Gruziji jer su bile stravičnije, pa se sa istim ciljem slike razrušenog Vukovara pokazuju

kao snimci "granatiranog Dubrovnika". Neprikladne informacije svode se na najmanju moguću meru, a forsiraju radikalizovane i surove predstave u funkciji unitarizovanja javnog mnjenja. Odmah pošto je Amerika naredila bombardovanje srpskih položaja u Republici Srpskoj, u maju 1993. na prvoj stranici "Newsweeka" osvanula je slika "Srbina", koji puca na ranjenika u Brčkom. Kasnije je dokazano da fotografija potiče iz Slovenije, od agencije Rojters i da je snimljena godinu dana ranije, a da čovek sa fotografije uopšte nije Srbin, ali to nikada nije objavljeno. U prljave trikove ubraja se i pokušaj "Večernjih novosti" od 19.XI 1994. da članak "Bolno sećanje" ilustruje fotografijom dečaka koji leži na snegom pokrivenom grobu. Navodno, reč je o srpskom siročetu iz Bosne kome su muslimani pobili celu porodicu. Prevara je brzo otkrivena, jer se radilo o čuvenoj slici "Na majčinom grobu" iz 1879. Prosto je neverovatna bahatost kojom su nevešti propagandisti pokušavali da promene sliku u javnosti.

Mediji i politika u određenim društvenim situacijama koriste zajednički jezik koji proizvodi, poništava i ulepšava stvarnost. Logomahija (borba rečima) je bitna u tehnici retoričkog skrivanja stvarnosti, posebno primenljiva u periodima društvenih kriza kada jezik dobija posebnu ulogu. Počinje varijacijama međusobnih uvreda, stvaranjem korpusa predrasuda i stereotipa, pri čemu su najbolnije one koje se odnose na čitavu naciju. Bežeći u mitsku prošlost nizanjem bajkovitih predstava o poreklu i vrednosti jednog naroda, za šta se angažuju naučne institucije, koristi se lakovernost masa u kriznim situacijama. "*Srpski narod je vasijski narod koji će poput Nikole Tesle okupiti sve pravedne narode sveta*", kaže slikar Milić od Mačve (Radio-Beograd, 10.IV 1993). Epski diskurs o "*nebeskom narodu*" i upornom kopanju za svetlim primerima istorije naneo je nepopravljivu štetu političkom realizmu, jer usvajajući govorni obrazac političara i masmedija narod postaje zarobljenik psihološki neartikulisane retorike. Teorijski, nastaje semantička disperzija (razlivanje značenja) u kojoj činjenice manipulacijama dobijaju drugi smisao.

Dobošari rata 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 menja, pa hrvatski mediji tako Srbe proglašavaju - *četnicima*, Srbi Hrvate - *ustašama*, Hrvati muslimane - *mudžahedinima*, Srbi muslimane - *balijama* i tako u krug. Verbalna agresija predstavlja probni poligon za vojno odmeravanje snaga koje će u kasnijoj fazi uslediti. Satanizovanje etničkih zajednica vrši se personalizacijom identifikovanog neprijatelja, tako da mediji koristeći moć reči i slika, komponuju novu stvarnost kojoj opčinjena publika slepo veruje. Menja se format poruka, tako da redosled tema određuje političke prioritete, dok govor postaje prepun idioma mržnje. Intenzitet emocija se pojačava uvođenjem semantičke inverzije (preokreta u značenju), pa npr. "Politika" početkom 1993. donosi zapis reportera sa bosanskog ratišta: "*Ne napadamo prvi, odgovaramo desetostruko. Ne borimo se ni sa deset odsto snage - kaže ovaj već prekaljeni artiljerac, koji je kao dobrovoljac dva i po meseca branio Vukovar*". Problem je što se izveštava iz Bosne, dok su Srbi *osvajali* razoreni grad u Slavoniji! Sličan je primer "*kako je vojska bosanskih Srba oslobađala stoprocentno muslimansko selo*" (NIN, 11.2.1994).

Sistemska nacionalizacija jezika uverava na kraći period, ali dugoročno stvara mržnju prema drugim etničkim grupama. Da bi se žestina retorike prikrila, menjaju se tehnike. Tako se upotrebljava semantička konfuzija, pa npr., izveštač RTS-a saopštava da borci Republike Srpske, ne samo da čvrsto drže svoje položaje, "već su liniju odbrane

pomerili prema Goraždu". Slično u "Dnevniku" RTS-a (25.XII 1992) novinarka izveštava: "Muslimanske vlasti drže pod *opsadom* Sarajevo *iznutra*... dok Srbi ostaju da *brane* svoja vekovna ognjišta oko Sarajeva". Nekada se to zvalo osvajanje, ali suptilnosti novogovora nema kraja: ubijanje civila se naziva "*stradanjem*" ili "*kolateralnim greškama*", špijuniranje "*dopunom informacija*", a pojam ubijanje "*arbitarno lišavanje života*". Bombe punjene uranijumom su "*čiste*", ubistveni "Tomahavci" - "*inteligentne*" rakete, pogibija civila izaziva "*duboku zabrinutost*", a "mir" propovedaju oni koji najviše ratuju. Repertoar lingvističkih tehnika je svuda isti, jezik i slika se međusobno dopunjuju, stvarajući moćan propagandni aparat koji usmerava javnost.

U ratovima etiketiranju se izlaže čitav narod, pa se npr. u knjizi Erika Stovera i Žila Peresa: "Grobovi: Srebrenica i Vukovar", kao najčešći navode primeri: "*Srbi su silovatelji muslimanki*" (str. 115); "*Srbi nisu žrtve etničkog čišćenja*" (str. 137); "*Srbi su prljave ubice*", "*životinjske ubice*" (str. 103, 105, 108, 144, 156), "*Srbi su obično pijani od rakije*" (str. 106); "*Srbi imaju čudne životinjske navike*" (str. 87, 122); "*Srbi su jedini počinioci masovnih ubistava*" (str. 136) itd. Tako jedan narod etiketiranjem postaje oličenje zla, centar demonizacije u kojoj lavinom diskvalifikacija potirete svaku vrednost i poštovanje njegovih pripadnika. Pravo da ga etiketiraju uzimaju svi: londonski "Tajms" piše da su "*Srbi pušteni s lanca*" (9.11.1992), aludirajući da je reč o krvožednim životinjama, sarajevski nedeljnik "Ljiljan" ide korak dalje tvrdnjom da "*Srbin nalikuje čoveku samo onda kada je mrtav ili zatvoren*" (23.2.1994.), poljski dnevnik "Zycie Warszawy" u februaru iste godine objavljuje da "*Srbi jedino razumeju jezik sile*", dok časopis Sajentološke crkve iz Amerike otkriva kako "*gnusna neman velikosrpskog ekspanzionizma, kao i pangermanskih ambicija Trećeg Rajha, hrani se istim eugenističkim teorijama*"! Na modernom stubu srama sve je dozvoljeno, pa političari gubeći diplomatsku opreznost izjavljuju morbidne želje, poput nemačkog Kancelara Helmuta Kola: "*Neka se Srbi podave u sopstvenom smradu*" (početak 1998), Ričard Holbruk u intervjuu Tedu Kopelu tvrdi da su "*Srbi tek zločinački dupeglavci*" ("The New Yorker", 6.11.1995), general Žan Kot kao i Josef Bajden, demokratski senator iz Delavera misli da su "*Srbi nepismeni, degenerici, silovatelji, ubice beba, kasapini i agresori*" ("Si-En-En", 1.8.1993), bivši komandant UNPROFOR-a u Bosni, kaže da je to "*jedan bolean narod, već odavno zatrovan, zapao u opasnu kolektivnu paranoju*" ("Defense nationale", jun 1997. Pariz), dok u rubrici "pisma čitalaca" "Juropiana" 5.10.1998. Tamara Honar konstatuje kako su "*Srbi rasa parija - trule jabuke u buretu Evrope, pa moraju biti neutralisani*". Primera bi moglo biti na hiljade, ali bitno je uočiti duhovnu klimu koja se horizontalom i vertikalom masmedijske mreže širi ka svim oblastim življenja, urezujući u svest globalne publike predstavu o lošim momcima. Ovakvim pristupom međunarodna zajednica se stavila na jednu stranu, čime je samo ojačala pozicije nacionalista koji su forsiranjem brojnih teorija zavere¹⁵ radili na unutrašnjoj hegemonizaciji.

Nedovršene istorijske priče, kamuflirani tabui i mitovi kroz diskurs novih interpretacija lako su transformisani u nosioce zavodljivih stereotipa kojima su se tokom građanskih ratova u poslednjoj deceniji dvadesetog veka na prostorima bivše Jugoslavije

¹⁵ Brojne su ove vrste manipulacija, od onih da iza svega stoje vatikanski centri, ustaško-nemačke službe bezbednosti, CIA i američka zavera, jevrejski lobi itd.. Uvođenje ekonomskih sankcija I međunarodna izolacija Srbije znatno su pogodovale razvoju ovakvih teorija, jer je teret sankcija podneo narod dok su elite iz njih izašle još bogatije!

stigmatizovali čitavi narodi, kulture i zajednice. Žrtve su medijskim slikama često pretvarane u heroje, zločinci u mučenike, napadači u branitelje i obrnuto, a nacionalističke ideologije u patriotske programe koji su kolektivizovali masovnu svest. Ideološki konflikti olako su zamenjeni oružanim, politička atmosfera postala je proizvod medijskog diskursa, ali u vrtlogu međusobnih preplitanja politički akteri diktirali su ton i pravac procesa. Društveno, kolektivno i zajedničko pamćenje slika i događaja dobilo je novi smisao, kreirajući značenjski vector oblikovan prema etnički konstruisanim identitetima. Etničko-nacionalni problemi moraju se rešiti kako bi se koračalo u budućnost, jer razlika između kolektivnog i individualnog pamćenja uvek će ostavljati konfliktan javni prostor kao potencijalno žarište novih nacionalističkih eksplozija. U društvima podeljenim na *Nas* i *Njih* seobe su bile normalna posledica ratnih konflikata, a za istinsko pomirenje koje je ključ budućih integracija istina je imperativ i jedino rešenje. Pitanja Srebrnice ili Oluje, na primer, morala bi već sada biti raščišćena do kraja, uključujući broj žrtava, tok dešavanja, odgovornost vinovnika i sl. jer će nezatvorene istorijske priče uvek biti povod daljih međuetničkih optuživanja.

Žestoki građanski rat koji se svom silinom obrušio na prostore nekada zajedničke države, primer je kako se dirigovanom i vešto kontrolisanom političko-medijskom hajkom mogu provocirati konflikti, sa katastrofalnim i nesagledivim posledicama. Crtanje novih granica na eks-jugoslovenskim prostorima dokaz je sudbine koja očekuje društva koja neoprezno prekidaju nasleđene forme i sadržaje komunikacije. Sila određuje političke interese, i obrnuto, tako da samo razvijanjem političke volje koja uvažava različitosti i brojne veličine dobijamo šansu za sopstvenim javnim životom, bilo na lokalnom, regionalnom ili nacionalnom prostoru. Poslovni egoizam karakterističan za pupoljke demokratskih društava, trebalo je podrediti realizaciji Habermasovog ideala javne sfere u kojoj svi građani imaju jednak pristup informacijama.

Korišćena literatura:

- Andersen, R. (2006): *A Century of Media, a Century of War*, Peter Lang, Oxford i New York
Burton, F (2004): *Risks and Protection in Washington, D.C. - Terrorism Intelligence Weekly*, Strategic Forecasting 3. jul 2004.
Carruthers, S. (2000): *The Media in War: Communication and conflict in the 20th century*, Macmillan, Basingstoke
Cerutti, F. (1996): *Identitet e Politica*, Guis Laterza & Figli, Roma-Bari
Galoa, M. P. (1996): *Krv petrola – Bosna*, Naš dom, Beograd
Greenberg, D. R. (2004): *Language and Identity in the Balkans*, New York
Lippmann, W. (1922): *Public Opinion*, Harcourt Brace, New York
Lepsius, R. M. (1990): *Intersessen, Ideen und Institutionen*, Westdeutscher Verlag, Opladen
Nicole du Roy (1993): “Serbie: la télé parano”; “Srbija; paranoidna televizija”), *Télérama*, br. 2257, 14. IV 1993.
Sekulić, D. Massey, G. i Hodson, R. (1994): *Who Were the Yugoslavs: Failed sources of a common identity in the former Yugoslavia*, American Sociological Review, Vol 59
Volkov, V. (2002): *Dezinformacija*, Naš dom, Beograd
Stojković, B. (2002): *Identiteti i komunikacija*, Čigoja štampa, Beograd
Stojković, B. (2009): *Međukulturno komuniciranje i međuidentitetsko sporazumevanje*, CM, Fakultet političkih nauka, Beograd
Malešić, M. (1993): *The Role of Mass-Media in the Serbian-Croatian Conflict*: Psykologist Forsvar Report, Stockholm

- Merlino, J. (1993): *Les verites you coslaves ne sont pas touts bonnes a dire*, Paris
- Vuksanović, D. (2007): *Filozofija medija*, Čigoja štampa, Beograd
- Nuhanović, A. (2005): *Demokratija, mediji, javnost*, Promokult, Sarajevo
- Habermas, J.(2007): *Politička komunikacija u medijskom društvu*, CM – časopis za upravljanje komuniciranjem, br.5, Protokol, Novi Sad i FPN, Beograd
- Grupa autora (2008): *Intima javnosti*, Institut za filozofiju i društvenu teoriju, Beograd

Zoran Jevtovic, PhD

Construction of Ethnical Identities in Time of Media Images

Abstract:

Revival of nationalistic movements on ethnical and religious bases, characteristic for former Yugoslavian nations, originate in the end of 20th Century dramatically and bloody political conflicts, resulting with new shaped individual identities and collective belonging. Public scene was, by fabricated of folklore-myth-traditional ideas, used for romantic awakening of patriotic and warful emotions, becoming field destined for “most admirably”, “most excellent” and “most brave” sons of nation. Authoritarian value matrix founded in one-party communist regime and image of charismatic leader (Tito) was easily changed by politicized paradigm and, by aesthetically media narratives, glorified new masters of national destinies (Milosevic, Tudjman, Izetbegovic...). Masses got their new “gods” while popular mythologies and collective believes cover up stigmatized propaganda messages.

In national media “bloomers” skillful masters of propaganda prepare propaganda matrix about US and THEM. Spine clouds flow above Yugoslav nations, but in growing spiral of fear and hate, tolerance without mass media communication was impossible. Cult of “deliberators” cover-up war crimes, hate, civil victims and plundering of material goods, while deafening chorus campaign in leading media hush down rare dissonant tones. Cultural matrix was lost in twirl on pageant communication constructions, because of which heroically images of conflicts amortized even a thought about resistance. Social, cultural, religious and political referent frames shaped in times of decomposition of traditional model were fundamentally changed, while media with their activity importantly contribute to redefining and born of new ethnical identities.

Key words: ethnical identity, media images, propaganda, myth, leaders, conflicts